

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»
ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

ПЕРВЫЙ ШАГ В БОЛЬШУЮ НАУКУ

**Сборник статей
студентов кафедры теории и практики
иностранных языков ИИЯ РУДН**

Выпуск 4

**Москва
Российский университет дружбы народов
2017**

УДК 001:81(082)
ББК 72+81.2
П26

Утверждено
РИС Ученого совета
Российского университета
дружбы народов

Научный редактор –
профессор *Н.Л. Соколова*

Редакционная коллегия:
доктор филологических наук, профессор *Н.Л. Огуречникова*;
кандидат филологических наук, доцент *Н.В. Болдовская*;
кандидат филологических наук, доцент *Л.А. Егорова*;
Т.В. Болдовская

П26 **Первый шаг в большую науку** : сборник статей студентов кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН / науч. ред. Н.Л. Соколова. – Москва : РУДН, 2017. – 279 с. (Вып. 4).

Сборник статей составлен на основе материалов курсовых и выпускных квалификационных работ студентов кафедры теории и практики иностранных языков Института иностранных языков РУДН 2016 г.

Статьи публикуются в авторской редакции.

УДК 001:81(082)
ББК 72+81.2

ISBN 978-5-209-08606-2

© Коллектив авторов, 2017
© Российский университет
дружбы народов, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ФОНЕТИЧЕСКИЕ И ФОНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ФОНЕТИКИ КАК НАУЧНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

А.С. Кушнерова 7

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ПРОИЗНОШЕНИИ

А.А. Сорокина 15

МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ И СИНТАКСИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ

SYNTACTIC FUNCTIONS OF THE INFINITIVE IN ENGLISH AND GERMAN

N.Y. Bakhshalieva 26

GRAMMATICAL STRUCTURE OF PAREMIAE IN ENGLISH AND ARMENIAN

S.A. Bedzhanyan 37

ЗАЛОГОВЫЕ ОППОЗИЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Н.Л. Огуречникова, М.М. Оськина 49

FUNCTIONAL-SYNTACTIC FEATURES OF SIMPLE AND COMPLEX SENTENCES IN MODERN GERMANIC LANGUAGES BASED ON EXAMPLES FROM ENGLISH AND GERMAN

Н.С. Саргисян 58

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АНГЛИЙСКОЙ ЛЕКСИКОЛОГИИ

TERMINOLOGICAL EQUIVALENTS, ANALOGUES AND LACUNAS IN THE SYSTEM OF SPORTS TERMINOLOGY IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES (BASED ON MASS MEDIA TEXTS)

О.А. Bogacheva 64

| | |
|---|-----|
| SPANISH BORROWINGS AND SUBJECT SPHERES OF THEIR USE IN THE ENGLISH LANGUAGE | |
| <i>M.O. Gagarinskaya</i> | 73 |
| СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ | |
| <i>Е.Ю. Хохлачкина</i> | 80 |
| МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПЕРЕВОД ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК | |
| <i>Т.Р. Айвазова</i> | 88 |
| GENDER ASPECT IN LITERARY TEXT. TRANSLATION FROM THE ENGLISH INTO THE RUSSIAN LANGUAGE (BASED ON V. WOLF'S 'ORLANDO', THE FAIRY TALES OF L. CARROLL 'ALICE IN WONDERLAND' AND OF O. WILD 'THE HAPPY PRINCE') | |
| <i>L.G. Gargatsova</i> | 96 |
| К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ | |
| <i>И.Н. Елагина</i> | 107 |
| ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЛИНГВОКУЛЬТОРОЛОГИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В ТЕКСТАХ РЕКЛАМЫ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ | |
| <i>В.В. Смутина</i> | 114 |
| СЛОЖНОСТИ АДЕКВАТНОЙ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЙ | |
| <i>Ю.И. Ширшова</i> | 125 |
| ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ. ДИСКУРС MEANS OF IMPLEMENTATION OF THE CATEGORY OF POLITENESS IN BUSINESS COMMUNICATION (BASED ON THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES) | |
| <i>L.A. Mikaelyan</i> | 135 |

| | |
|---|-----|
| ВИДЫ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ <i>Н.С. Оприца</i> | 147 |
| ОБРАЗ ВОЙНЫ В РУССКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ <i>В.А. Рыбина</i> | 153 |
| ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ И СОПОСТАВЛЕНИЕ КОНЦЕПТА «КРАСОТА» / “BEAUTY” В ОБРАЗНОМ АСПЕКТЕ НА ПРИМЕРЕ РАЗЛИЧНЫХ ПОГОВОРОК, ПОСЛОВИЦ И ИЗРЕЧЕНИЙ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ <i>А.С. Тутова</i> | 162 |
| АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВИСТИКИ. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ | |
| IDIOM AS A PHRASEOLOGICAL UNIT IN ENGLISH AND FRENCH AND THE PECULIARITIES OF ITS USAGE IN THE NEWSPAPER STYLE <i>С.А. Блинова, Е. Григорьева</i> | 172 |
| ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ УЗБЕКОГОВОРЯЩИХ СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (В СРАВНЕНИИ С ОШИБКАМИ РУССКОГОВОРЯЩИХ СТУДЕНТОВ) <i>М.В. Ganieva</i> | 185 |
| СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ СО ЗНАЧЕНИЕМ МЕРЫ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ИХ АНГЛИЙСКИЕ ЭКВИВАЛЕНТЫ НА МАТЕРИАЛЕ «ЖЕНЬМИНЬ ЖИБАО» <i>Н.В. Кабаргина</i> | 196 |
| COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RUSSIAN AND ENGLISH DATING ADS <i>М.М. Kvasha</i> | 206 |
| FUNCTIONAL SYNTACTIC CHARACTERISTICS OF WORD ORDER IN ENGLISH AND CHINESE <i>Y.V. Kostileva</i> | 216 |

| | |
|--|-----|
| FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF THE ONOMATOPOEIA IN ENGLISH, RUSSIAN AND SPANISH LANGUAGES | |
| <i>E.V. Yakovleva, M.L. Lisafina</i> | 221 |
| RESEARCH OF INTERLINGUAL ENANTIOSEMY IN MODERN FRENCH AND MODERN ENGLISH | |
| <i>A.V. Nefedova</i> | 226 |
| COMPARATIVE ANALYSIS OF MODAL VERBS IN ENGLISH AND GERMAN | |
| <i>E.A. Rak</i> | 233 |
| VERBAL CATEGORICAL DISTINCTIONS IN ENGLISH AND CHINESE | |
| <i>A.И. Тананкова</i> | 246 |
| FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF ENGLISH AND GERMAN MILITARY VOCABULARY ON THE EXAMPLE OF COMPUTER GAMES | |
| <i>P.A. Fedorova</i> | 251 |
| <i>ЗАРУБЕЖНОЕ РЕГИОНОВЕДЕНИЕ</i> | |
| FASCISM IN ITALY | |
| <i>M.V. Ambartsumyan</i> | 262 |
| MALTA IN EUROPEAN POLITICS | |
| <i>V.R. Shumskaya</i> | 269 |

ФОНЕТИЧЕСКИЕ И ФОНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ФОНЕТИКИ КАК НАУЧНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

А.С. Кушнерова

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Основными причинами бурного роста научного интереса к гуманитарным и лингвистическим наукам являются глубокие онтологические изменения и трансформации, переживаемые каждым аспектом жизнедеятельности человека, с которыми человечество сталкивалось в прошлом столетии, а также те трагические последствия, сопровождающие развитие материальной культуры и научно-технического прогресса.

Особое внимание в трудах по истории языкознания уделяется детальному исследованию эволюции взглядов на проблемы семантики, грамматики, звуковая же сторона речи на современном этапе развития лингвистики представлена кратко. Сама история развития фонетики освещается довольно фрагментарно, обращаясь преимущественно к фундаментальным трудам XIX века, и неизбежно оставляя за рамками научного интереса многовековую историю развития научного направления. При написании данной статьи особое внимание уделялось научной деятельности и работам М.В. Ломоносова, М.В. Гординой и Е.А. Кузьминовой.

Согласно выводам нашего исследования, фонетика представляет собой отрасль языкознания, изучающая звуковую составляющую стороны языка. Под данным понятием мы понимаем выражение человеческих чувств,

эмоций, которое при этом не связано с содержательной частью высказывания.

Зарождение фонетики как науки, в центре внимания которой – звуковая сторона речи, относится к античности, когда ученые начали осознавать «звучание речи» как нечто отдельное от ее содержания, то есть начало изучения фонетики обуславливается определением сущности самого звука. Как отмечает М.В. Гордина, изначально теоретическое знание о звуковой стороне речи зародилось в трудах древнегреческих философов [1, с. 6]. К примеру, уже Платон начинает выделять два элемента: абстрактный (в современной науке данный компонент соотносим с фонемой), и его реализацию на письме (буква) и в речи (звук), а также категорию слога.

Философы Древней Греции обладали и отдельными сведениями относительно устройства и функционирования произносительных органов, о роли легких и воздушной струи в процессе образования голоса, а потому уже в этот период ученые разделяли работу органов при производстве отдельных звуков – гласная представляется как инструмент трансляции голоса, а согласная – шума.

Таким образом, в трудах древнегреческих авторов затронуты проблемы, которые получают свое развитие в дальнейшем: вопросы классификации звуков, слогообразования и строения слога, эстетического воздействия звуковой стороны речи на восприятие содержания и пр. Авторы античности, таким образом, заложили основы фонетики, но дальнейшее развитие научного направления произойдет намного позже и будет связано с созданием алфавитного письма, лишь в XV–XVII в.

Развитие письменности, создание алфавитного письма закономерно привело к росту научного интереса к изучению всех уровней языковой системы, включая фонетический. В XV–XVII вв. выходят многочисленные грамматики национальных языков, содержащие исследования отдельных

аспектов звуковой стороны речи. К примеру, в 1492 году в Испании была издана первая грамматика испанского языка, написанная А. де Небрихо. В своей работе ученый рассматривает отдельные вопросы соотношения графики и произношения, разграничивая буквы и звуки, исследователь указывал, что количество букв соответствует количеству звуков, выделяя следующие принципы орфографии [1, с. 45].

В начале XVIII в. возрастает интерес к физиологии речи. Изложение общих закономерностей речепорождения, особенностей образования звучащей речи представлено в труде Фабриция аб Аквапенденте, который во многом основывается на трудах античных философов, следом за ними утверждая, что речь – важнейшее отличие человека от животных. Говорение понимается автором как «членение голоса при помощи языка» [1, с. 58], которое осуществляется при помощи звуков. Членораздельная речь зависит от движений языка, осуществляемых по воле человека. Автор разделяет подвижные (губы, язык) и неподвижные (зубы, небо) органы речи. Труд исследователя интересен тем, что автор представил изображение органов речи, а также акцентуализацией внимания на ведущей роли активных органов речи в процессе речепорождения [1, с. 58].

Во французском языкознании огромный вклад в изучение звуковой стороны речи был сделан английским ученым Пальсгравом. В своей работе английский исследователь дал характеристику особенностей французского произношения, выделяя те черты, которые могут вызвать затруднения у англичан в процессе овладения французским языком. Стоит также заметить, что вопросы реформирования французского языка получили свое широкое распространение в трудах лингвистов XVI в. Исследователи указывают на тот факт, что отдельные буквы французского алфавита, созданные на основе латыни без учета особенностей национального произношения, имеют разночтения. Отсюда возникает несоответствие между

устной и письменной формами речи. Подобная ситуация, по словам Л. Мегре, создателя «Трактата о французской грамматике» (1550 год), вводит в заблуждение, не отвечает целям реализации прагматической функции [2, с. 90].

Изучению особенностей французского языка в целом посвящено исследование Т. Беза (1584 год), в котором автор дает общую характеристику французского произношения, отмечает быстроту, плавность французской речи.

Правилам чтения и артикуляции французских звуков этого периода посвящены работы А. Удена (1633 г.) и С. Удена (1628 г.).

Таким образом, французская лингвистика исследуемого периода акцентирует внимание преимущественно на задачах реформирования графики, необходимости приведения в соответствие письменную и устную формы речи, практические вопросы обучения чтению, иноязычному произношению.

В рамках датского языкознания огромный вклад в развитие лингвистики в целом и фонетики в частности был сделан Я. Мадсенем, его трактатом «О буквах» 1586 г. Главным направлением исследований датского лингвиста выступает обобщение, систематизация существующих трудов, посвященных исследованию звуковой стороны. В своей работе он обращается к трудам античных ученых (Платона, Аристотеля) и проводит их детальный анализ, а также к французским и немецким современникам (П. Рамусу, Элингеру). Ученый исходит из традиционной интерпретации буквы как минимальной единицы, имеющей звучание, название и начертание, представляет краткие сведения об органах речи, традиционно разграничивает звуки на гласные и согласные. Гласные он подразделяет на язычные и губные [1, с. 75]. Язычные различаются по положению языка, произносятся с широко растянутыми губами; губные – с вытянутыми, округленными губами. При классификации

согласных датский исследователь отходит от традиционного подхода, выделяя язычные, губные, язычно-зубные звуки.

Таким образом, работа Я. Мадсена, несмотря на многочисленные неточности, стала важнейшим этапом в становлении и развитии фонетики как самостоятельной области наук.

История изучения развития фонетики до ее выделения в самостоятельную область научных исследований была бы неполной без краткого обзора немецкого и английского языкознания.

В немецкой фонетике одно из первых исследований было написано В. Икельзамером в 1527 г. Работа была предназначена для обучения чтению и письму, звуковая сторона речи рассматривалась фрагментарно, давались краткие указания относительно различий отдельных согласных под влиянием соседних гласных звуков. В процессе классификации буквы ученый следует античной традиции, выделяя гласные, согласные, немые буквы. В 1578 году вышла книга Й. Клая «Грамматика немецкого языка, составленная на основании изучения произведений лучших авторов». Главным достоинством издания выступает обращение к отдельным случаям исторического чередования букв, характерных для словоизменения, а также к исследованию роли ударения в процессе просодического оформления высказываний, передачи смысла информационного сообщения. Из приведенных примеров видно, что немецкая лингвистическая литература исследуемого периода ограничивалась преимущественно правилами чтения и во многом опиралась на традиции, заложенные в античности.

В английском языкознании интерес к звуковой стороне речи был обусловлен историческими событиями, христианизацией страны, норманнским влиянием, последующем принятием лондонского диалекта в качестве основы национального языка, что привело к появлению

многочисленных расхождений между алфавитным значением букв и их чтением, вариации чтения одних и тех же букв, а также буквенных сочетаний, что позволило рано осознать различия между устной и письменной формами речи.

Одной из первых работ в рамках развития английской лингвистики стал труд Т. Смита «О правильном написании английского языка» (1566 г.). Автор исходит из традиционного понимания буквы как минимального артикулируемого звука, слога как сочетания букв, национальных различий в произношении букв. Письменная форма речи, по словам автора, - результат соглашения между людьми [1, с. 89], в результате достижения которого необходимо стремиться к достижению полного соответствия между звуковой и письменной сторонами речи. Т. Смитом был создан один из первых алфавитов английского языка, включающий 34 литеры. Важно заметить, что значительный вклад в понимание механизмов и закономерностей членения речепотока, его интонационному оформлению был внесен трудом Ч. Батлера «Английская грамматика» 1633 г. Автор определяет правила использования пунктуационных знаков в соответствии с интонационным и смысловым оформлением предложения: точка употребляется по окончании периода, имеющего завершенный смысл, сопровождается понижением голоса и длинной паузой; двоеточие употребляется, если смысл завершен, но предложение не закончено, тон понижается, но пауза короче; точка с запятой – символ незавершенности смысла, голос не понижается, но делается незначительная пауза; запятая – употребляется, когда смысл не завершен, голос не понижается, пауза короткая.

Таким образом, фонетические сведения английских авторов данного периода крайне скупы и неполны, во многом основаны на античной традиции, направлены преимущественно на перечисление правил соотнесения звука с буквой.

Как и в Западной Европе, в России фонетические описания изначально были включены в раздел, посвященный орфографии. Одной из первых книг, в которых косвенно затрагиваются фонетические аспекты, является «Грамматика словенская правильная синтагма» М. Смотрицкого (1619 г.). Исследователь подходит к пониманию буквы как «речения части нераздельной», что соответствует античной традиции понимания буквы. Вместе с тем автор, в отличие от античных, древнегреческих мыслителей, не разграничивает звук и букву. Сложившаяся ситуация обусловлена тем фактом, что, в отличие от национальных языков, основанных на латинском алфавите, русская письменность изначально основывалась как фонемографическая, т. е. такая, в которой каждая буква предназначена для обозначения отдельного звука. Другими словами, изначально письменная и устная форма языка совпадали, что существенно усложняло разграничение звука и буквы. В целом, звуковая сторона языковой системы в работах М. Смотрицкого представлена фрагментарно, однако, как отмечает А.Е. Кузьмина, именно эта работа «определила и дальнейшие судьбы церковнославянского языка, и перспективы славяно-русской филологической традиции» [3, с. 253].

Значительно позже, в 1731 году, была издана краткая русская грамматика В.Е. Аодурова. В отличие от М. Смотрицкого исследователь проводит разграничения между буквой и звуком, разграничивает гласные и согласные, следуя в данном вопросе античной традиции. В своей работе ученый выделяет 9 простых гласных: а, е, и, ї, о, у, ы, э, ѵ [1, с. 197].

Несмотря на отсутствие детальных исследований интонационного оформления в отечественной лингвистике вплоть до XIX в., В.Э. Аодуров одним из первых выводит закономерности использования пунктуационных знаков в соответствии с мерой смысловой завершенности.

Дальнейшее развитие отечественной науки о звуках связано с именами В.К. Третьяковского, М.В. Ломоносова. Первый заметил, что гласные русского языка различаются не на долгие/краткие, но на ударные/безударные. Под буквами в своих трудах В.К. Третьяковский понимает «произвольный знак какого-либо звона простого и сложного, происходящего от нашего голоса, либо растворения» [1, с. 203]. Кроме того, В.К. Третьяковский выявил ряд особенностей произношения русского языка, которые актуальны по сегодняшний день: в безударных слогах *o* заменяется на *a*; в абсолютном конце слова звонкие согласные оглушаются и пр. Таким образом, лингвисту удалось уловить общие закономерности русского произношения, его соотношения с русской графикой и орфографией, внести существенный вклад в развитие отечественной системы теоретических знаний о звуковой стороне речи. С именем М.В. Ломоносова связано множество открытий в естественных и гуманитарных науках, и фонетика не является исключением. Рассмотрение звуковой стороны речи в работах ученого осуществляется в нескольких направлениях: акустические свойства звука, систематизация фонем русского языка; описание органов речи и пр.

Благодаря трудам выдающихся ученых XVIII столетия был накоплен существенный багаж теоретических и практических знаний о звуковой системе языка, что позволило фонетике выделиться в самостоятельную область научного познания.

На современном этапе фонетика представляет собой перспективную, интенсивно развивающуюся область научного знания, изучающую все аспекты звучащей речи, взаимодействия звуков, их трансформации в диахроническом и синхроническом аспектах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гордина М.В. История фонетических исследований (От античности до возникновения фонологической теории): дис. ... д-ра филол. наук. – СПб., 2003. - 336 с.
2. Дикушина О.И. Фонетика английского языка – М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1952. - 350 с.
3. Дириггер Д. Алфавит. - М.: Изд-во иностранной литературы, 1963. - 654 с.
4. Кузьминова Е.А. Орфографическая программа Метелия Смотрицкого и ее отражение в грамматике 1648 года // Мир науки, культуры, образования. - 2011. - № 3. – С. 253–259.
5. Кулакова Е.А. Особенности развития грамматической мысли во Франции XVII – XVIII века // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. - 2014. - № 83-1. – С. 89–91.
6. Ломоносов М.В. Российская грамматика. – Санкт-Петербург: Академия наук, 1755. - 212 с.
7. Чешко Л.А. Русский язык: Фонетика. Лексика. Графика. – 3-е изд., испр. – М.: Айрис-Пресс, 2003. - 411 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ПРОИЗНОШЕНИИ

А.А. Сорокина

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Аннотация. Цель написания статьи заключается в изучении аспектов английской современной произносительной нормы. В статье рассматриваются современные тенденции в произношении английского языка на примере Великобритании и США.

На сегодняшний день английский язык является национальным языком для 54 стран, в частности для Великобритании, Австралии, Соединенных Штатов Америки, Новой Зеландии и большей части населения Канады. Жители этих стран имеют свой вариант произношения, который и является их национальным языком.

До пятидесятих годов XX века международным стандартом английского языка являлся традиционный британский национальный вариант (*Received Pronunciation*), но в связи с повсеместной глобализацией, которая повлекла за собой серьезные изменения социума, а также норм и стандартов произношения в английском языке, мы можем говорить о том, что американский национальный вариант с успехом выполняет функцию стандарта, не уступая британскому варианту.

Прогресс не стоит на месте, поэтому постоянное и непрерывное развитие языка прежде всего влияет на его фонетику, и в произношении происходит множество изменений. Сначала они появляются в результате возникновения спорных или конкурирующих вариантов слов, которые отвергаются и считаются неприемлемыми. Но, в свою очередь, эта вариативность вытесняет предыдущий вариант и заменяет его новым.

Таким образом, актуальность исследования обусловлена быстрыми изменениями, которые ежедневно происходят в английском языке из-за его расширяющейся международной коммуникации с применением данного языка. Эти изменения явно наблюдаются между американским и британским вариантами английского языка.

Для того чтобы объяснить и показать, как прогресс влияет на изменение языковой структуры, почему британский национальный вариант английского языка все еще эталон среди других вариантов английского, а также в чем сходства и различия британского и американского

вариантов английского языка, в данной статье мы будем опираться на труды таких авторитетных ученых-лингвистов, как В.В. Кабакчи, Д. Кристала, Б.Б. Качру, П. Траджилла, Д. Уэллза.

По утверждениям ученых-лингвистов по всему миру, процессы, связанные с развитием языка, норм произношения и лингвокультурой в эпоху глобализации, изменились и перешли на новый уровень. Множество людей по всему миру успешно изучают английский язык, подстраиваясь под условия жизни в эпоху глобализации. В современном мире началась эпоха коммуникативного сдвига, которая объясняется необходимостью национально-англоязычного билингвизма [2, с. 84].

В связи с тем, что английский язык широко распространен по всему миру, стоит провести анализ языковых процессов, которые протекают непосредственно в Великобритании. Ученый-глобалист Б. Качру называет Великобританию, а также Канаду и США, “нормообразующими” странами [6, с. 3]. Это означает, что в этих странах английский язык выполняет свою коммуникативную роль во всех сферах жизни и языковое сообщество спокойно воспринимает нормированное языковое употребление на всех уровнях языка.

Рассмотрим произносительный стандарт *Received Pronunciation*.

В основном британское нормативное произношение, представленное *Received Pronunciation*, соответствует большинству критериев, которые предъявляются к языковому стандарту. Несмотря на отсутствие черт, которые бы возвышали *RP* над другими произносительными нормами, определенные социолингвистические данные все же позволили завоевать ему высокий статус в Великобритании. С точки зрения социолингвистики, престижность и использование английской

произносительной нормы имеет социальное значение, такое же, как и отклонение от норм общепринятого произношения.

Произносительный стандарт *RP* – показатель положения в обществе, его используют преподаватели в высших учебных заведениях, политики, офицеры высшего ранга, дикторы на радио и телевидении. Изначально *RP* использовали и изучали только в частных заведениях, таких как Итонский колледж (*Eton College*) или школа Рагби (*Rugby School*), потому как данный вариант произносительной нормы – характеристика высшего класса.

Несмотря на это, всего лишь 9 % привилегированного населения Великобритании владеют *RP*. Большая часть говорит с небольшим акцентом, который зависит от региона рождения, проживания или полученного образования (другое название данного акцента – *Modified RP*).

В специализированной литературе и в повседневной речи *RP* называют по-разному: *Queen's English* и *King's English*, *Oxford English* и *BBC English*. Как заметила Е.В. Ледяева, разные названия произносительной британской нормы содержат в себе оценку социокультурного характера [7].

Стоит отметить, что орфоэпический стандарт британской произносительной нормы неоднороден и подразделяется на следующие подвиды:

1) *Conservative RP* (широко распространен среди старшего поколения и у представителей традиционных профессий);

2) *General RP* (прежде всего, на нем говорят дикторы на BBC, а также образованные люди среднего класса);

3) *Advanced RP* (широко распространен среди молодых людей из высшего класса и в узких профессиональных кругах) [4].

Существует сходная классификация, представленная профессором Д. Уэллзом:

- 1) *Mainstream RP* (по классификации Гимсона соответствует *General RP*);
- 2) *U-RP (Conservative RP)*;
- 3) *Adoptive RP*;
- 4) *Near RP (RP в разных регионах страны)* [9].

Однако влияние демократии на английское общество во второй половине XX века привело к тому, что границы допустимого в *RP* расширились, то есть некоторые черты региональных и более низких по социальному уровню типов произношения внедрились в *RP*. В тот же период заметно усилилось влияние на произносительный стандарт Великобритании местного варианта произношения *Estuary English*. Понятие *Estuary English (EE)* было введено лингвистом Д. Розварном, который в 1984 году опубликовал в приложении к *Times* статью о варианте британского произношения, распространенного у жителей в низовьях реки Темзы восточнее и западнее Лондона [7]. Д. Розварн выразил уверенность в том, что *EE* может приобрести статус одного из самых влиятельных акцентов во всей юго-восточной Англии.

Другой ученый, Д. Уэллз, пришел к выводу, что *EE* всего лишь “*popular London speech*” [9], черты которого с большой скоростью распространяются по всей Англии в связи с социальной мобильностью ее современных жителей.

С Д. Уэллзом согласен и П. Траджилл, ведь, по его мнению, у *EE* отсутствуют важные социолингвистические условия, не позволяющие этому типу произношения стать таким стандартом, как *RP* [8].

Но все больше ученых приходят к выводу, что благодаря влиянию современных тенденций на британский вариант английского произношения происходят существенные изменения, которые находят свое отражение в речи молодого поколения.

После того как мы рассмотрели *RP* и его виды, мы можем рассмотреть общую основу английской фонологии.

Это поможет определить различия в произношении в вариантах английского языка, а также рассмотреть наиболее распространенные ошибки в произношении иностранных носителей английского языка.

Для этого необходимо определить состав основы английского языка и понять, какие аспекты английского произношения являются самыми главными с точки зрения преподавания английского как языка международного общения.

Итак, ученые выделяют следующие области, в которых необходимо устранить ошибки произношения:

1. На сегментном уровне:

- а) качественность гласных;
- б) качественность дифтонгов;
- в) замена согласных звуков и структура слогов;
- г) упрощение некоторых групп согласных.

2. На супraseгментном уровне:

- а) ударение в словах;
- б) слабые формы слов и самостоятельные части речи;
- в) тоновые группы.

Здесь нужно отметить, что в современном языке из-за его глобального распространения, английские согласные часто изменяются иностранными носителями английского языка, что постепенно приводит к образованию других слов (например, корейское *paint* вместо *faint*, японское *she* вместо *see*) [1], что тем самым осложняет понимание смысла предложения, а иногда делает совершенно невозможным сам процесс международного общения. Носители языка обычно стараются избежать этой проблемы при помощи контекста, но для иностранцев это может оказаться просто неразрешимой проблемой.

Кроме того, такое изменение согласных часто приводит к возникновению несуществующих до этого момента слов, что сразу сможет распознать носитель языка, а вот тот, для кого английский язык не родной, может долго

искать синоним к этому несуществующему слову как в образцовой, так и в собственной норме произношения.

Одну из самых больших трудностей представляет произнесение звуков [θ] и [ð]. Это может показаться странным, но эти два звука часто произносятся иностранными носителями языка как [f]/[v], [s]/[z], или даже на [t]/[d] почти во всех вариантах английского как иностранного. Возможно, именно поэтому в контексте международного общения проблем понимания не возникает.

Что интересно, случай непонимания иностранного носителя языка был и в противоположном направлении: правильно произнесенные [s] и [t] были восприняты как [θ]. Как ни странно, но во многих иностранных языках существуют более строгие ограничения на сочетания согласных, чем в английском [1].

Звуки [v] и [w] большинство иностранцев произносят одинаково, из-за чего слово теряет свое значение в контексте: (например, *vale* (долина) – *wale* (полоса); *vest* (жилет) – *west* (запад)).

Частые ошибки связаны и с приглушением в конце слов звуков [b]/[d]/[g]. К примеру, вместо *pig* (поросёнок) собеседник слышит *pick* (собирать) и т. д.

В большинстве языков преобладают слоги структуры *Consonant+Vowel*. Изучающие английский язык как иностранный обходят эту проблему просто: или они используют эпентетические вставки (добавление гласных), что не мешает процессу понимания, или убирают лишний согласный, что ведет к значительным проблемам понимания, особенно в международном контексте [3].

Многие исследования показывают, что носители английского языка определяют значение слов, основываясь на их ритмической структуре, и, тем самым, сначала выделяя ударный слог, а затем находя возможное лексическое значение и отбрасывая возможные варианты в связи с тем, что их неударная часть не соответствует выделенному

ударному слогу. Неправильно поставленное ударение в слове очень часто приводит к нарушениям как логического, так и контрастивного ударения, а это, в свою очередь, может привести к нарушению смысла высказывания в общем.

Отметим, что языки со слоговым ударением и с акцентным ударением должны рассматриваться как части одного континуума, а не как совершенно противоположные друг другу понятия.

Не менее важным аспектом в английском языке является то, что несамостоятельные слова редуцируются гораздо больше, чем в большинстве других языков, поэтому тенденция многих иностранных носителей английского языка не редуцировать несамостоятельные слова в потоке речи - проблема для понимания в процессе коммуникации с носителями языка, а не в контексте международного общения.

В совокупности с другими такими же типичными произносительными ошибками (в частности связанные с изменением одних согласных на другие или уменьшением их количества) такое использование логического ударения может препятствовать процессу эффективного общения на международном уровне.

Все вышеописанные ошибки в современном английском произношении являются ключевыми. Учитывая эти особенности, носитель английского языка как иностранного сможет с легкостью избежать многих ошибок, которые препятствуют международной коммуникации.

Перейдем к сравнению британского и американского произносительного стандарта.

Есть целый ряд различий между американским и британским произношениями. Так, в британском варианте носитель языка произносит конечный /-r/, в то время как в американском он произносится только перед следующим после него гласным звуком (процесс вокализации). Присутствуют и индивидуальные различия в произношении:

слово *ate* в британском ([aet]) и в американском ([eit]); разная длина гласных звуков при произнесении [a]: слово *ask* (спрашивать) носитель американского варианта произнесет как [aesk], в Великобритании это слово произносится как [a:sk]; различия в постановке ударения: в словах, оканчивающихся на -ary/-ory (*secretary* - секретарь, *laboratory* - лаборатория) или -et (*ballet* - балет, *beret* - берет) в американском варианте произношения падает на последний слог [3, с. 223].

В американском варианте при произнесении [r] язык немного загибается назад, т. е. происходит ретрофлексия.

Фонема [t] подвергается вокализации в том случае, если находится между двумя гласными, один из которых находится под ударением, как в словах, *better* - лучше, *city* - город, или между сонантой и гласной, как в *battle* - битва, *twenty* - двадцать.

В американском варианте [sh] подвергается вокализации в таких словах, как *Asia* - Азия, *Persia* - Персия, *excursion* - экскурсия, *version* - версия, [dʒ] вместо [sh] в британском варианте.

Зачастую звук [h] выпадает в случае нахождения в безударном слоге, хотя и произносится в ударных слогах (e.g. "*I saw him*" [ai 'so: im] - я видел его, "*an historical novel*" [nis'torikəlnouvəl] - историческая новелла, но *him* [him] - он, *history* ['histri] - история).

Фонема [d] не произносится, если находится после сонант [l] и [n], например, как в словах *cold* - холодный, *old* - старый, *individual* - отдельный.

При произношении звук [k] выпадает в том случае, если он стоит после [t], как в слове *asked* - спросил.

Гласные в американском варианте произношения не противопоставляются по долготе и не дифференцируются. По утверждению Д. Джонса, все гласные в американском варианте английского языка – долгие [3].

В американском звук [ou] гораздо короче, чем в его британском варианте, и напоминает долгий [o:]

В американском варианте английского [hw] и [w] противопоставлены друг другу. Они выполняют смысловозначительную функцию, к примеру, в словах *where* [hwer] - где и *wear* [wer] - носить. В США есть тенденция считать их разными фонемами, но в Великобритании они являются аллофонами одной фонемы.

Нейтральный гласный в дифтонгах в таких словах, как *fairy* (волшебный), *dear* (милый) исчезает и становится монофтонгом.

Аффриката [tsh] появляется в таких сочетаниях, как “*don't you*” [dʌvntshju:].

Таким образом, появление множества вариантов национальных вариантов английского языка - длительный процесс, который происходил параллельно развитию целых государств и привносил в эти варианты что-то новое, что с каждым разом отдаляло их от международного принятого стандарта английского языка.

Если брать во внимание лишь американский и британский варианты английского языка, то их различия сегодня весьма заметны, но в целом разговорный английский в Соединенных Штатах Америки и в Великобритании не отличаются друг от друга. Причинами различий можно назвать особенности культурного и исторического развития Великобритании и Соединенных Штатов Америки, а также постоянное развитие многих аспектов английского языка за счет тех новаций, которые привносят миллионы иностранных носителей английского языка и которые постепенно видоизменяют некоторые звуки в английском на манер произношения своего родного языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бурая Е.А., Галочкина И.Е., Шевченко Т.И. Фонетика современного английского языка. Теоретический курс. - 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2009. - 272 с.
2. Кабакчи В.В. Английский язык международного общения – новый аспект в преподавании английского языка. – М.: Иностранный язык в школе, 2000. - 84 с.
3. Леонтьева С.Ф. Теоретическая фонетика современного английского языка. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Менеджер, 2004. - 336 с.
4. Crystal, D. English as a Global Language. 2-nd ed. Cambridge : C.U.P., 2003. - 150 p.
5. Gimson, A. C. An Introduction to the Pronunciation of English. 2-nd ed. L.: Arnold, 1978. - 341 p.
6. Kachru, B. B. The Alchemy of English : The Spread Functions and Models of Non-Native Englishes. – Oxford : Pergamon Press, 1986. - 200 p.
7. Rosewarne, D. Estuary English // Times Educational Supplement. 1984. - 25 p.
8. Trudgill, P. Dialectology / P. Trudgill, J. Chambers. 2-nd ed. Cambridge : C.U.P., 1999. - 201 p.
9. Wells, J. C. Accents of English : An Introduction. Cambridge : C.U.P., 1982. - 277 p.

**МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ И СИНТАКСИЧЕСКИЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ**

**SYNTACTIC FUNCTIONS OF THE INFINITIVE
IN ENGLISH AND GERMAN**

N.Y. Bakhshalieva

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

**СИНТАКСИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ИНФИНИТИВА
В АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ**

Н.Я. Бахшалиева

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена сравнительному анализу синтаксических функций инфинитива в английском и немецком языках. Исследование проводилось на основе высказываний, содержащих в себе инфинитив и инфинитивные конструкции, которые были найдены в рассказе Стивена Кинга “Grammar” и переводе его на немецкий язык “Omí”.

Инфинитив используется в английском языке шире и чаще, чем в немецком, а также охватывает более обширный круг синтаксических функций. Позиция инфинитива в предложении зависит от языка: так, в английском языке инфинитив обычно следует за глаголом, к которому он относится (если таковой есть, и если после него нет объекта, выраженного существительным, местоимением и проч.), в немецком же языке инфинитив обычно используется в самом конце инфинитивной группы, которая, как правило, обособляется запятыми в предложении. В обоих языках

более часто используется полный инфинитив. И, наконец, использование инфинитива в обоих языках сильно зависит от контекста.

Ключевые слова: английский язык, немецкий язык, сравнительный анализ, инфинитив, синтаксис, синтаксические функции инфинитива.

Although this topic has already been studied and described by many researchers, it still remains an important issue in linguistics; this topic is relevant and topical. This is, firstly, because the infinitive is a special linguistic phenomenon, it exists in almost all the languages, but each language has its own features, so that foreign students, whose native language has a different structure, should thoroughly study this phenomenon, thus they need to have systematized and comprehensible information about it. Secondly, the infinitive is an important field of English and German languages. And finally, syntax participates in the formation of the structure of each language; English and German are no exceptions. Thus, we can say that the study of the syntactic functions of the infinitive, understanding its meaning in the language and where and how to use it is really important.

The infinitive is wide-spread in both English [3, p. 236] and German [5] and it always was. It occurred quite often in the speech of the native speakers of both languages in the early stages of their developments, so both Old English [6, p. 125] and Old High German (Althochdeutsch) [1] had already been familiar with this form of verbs quite well.

In both English and German infinitive can express basic syntactic functions which are most often found in sentences, these are subject, object, attribute and adverbial modifier. In English it can also appear in the functions of predicate, predicative, part of a verbal predicate and some other functions, so we can say that its use is wider in English. Its use is also more contextually and semantically restricted in English.

As the material of the research we have taken the short story written by Stephen King "Gramma" and its German version "Omi" for there are many examples of the use of the infinitive in almost all the functions. So it was convenient for both considering these examples in English and comparing them to the German structures. In the story we managed to find more than hundreds of examples of different uses of the infinitive, although some of them were very infrequent, whereas other uses were found dozens of times.

Although the infinitive as a subject of a sentence is actually frequent in speech and in writing, in this text it appeared to be quite rare, we have managed to find only five examples in the text. One sentence, however, included two examples of this use: "... it was wrong to overhear <...> even when it seemed almost essential to hear another human voice..." [11] In the above examples we see the major features of such a structure: there is "it" as a formal subject, in these sentences it is shown that the action of the infinitive is simultaneous with the action of the predicate. These examples can also be considered typical in terms of the position of the infinitive as the subject in sentences: the formal *it* and the predicate of the sentence precede the subject. We cannot say "To overhear was wrong" as we would do it in the Russian language, the English grammar requires the use of the formal *it*, and without it the sentence sounds quite wrong even for a non-English speaker. So this is why we see the structure of these sentences the way it is in the text. There are also another three sentences having infinitive as the subject of the sentences: 1) "... it might be better to accede to her requests."; 2) "... it would be impracticable to swallow them."; 3) "... and wondered what it would be like to have a Gramma like that". All the examples in the English version of the story are typical and identical to each other. Further on, we will see if the situation is the same in the German translations of the above sentences.

We will first give the translated version of the sentence 3 as it is not quite a typical example: "...und er fragte sich, wie es

wäre, so eine Omi zu haben.” [12]. However, this use is identical to the English sentence, and the infinitive here is the subject of the sentence too. The sentences 1 and 2 are more typical examples of this use in the German language. They are close to the sentences like “Es ist schwer, etwas zu machen.” 1: “... es könnte besser sein, ihre Anfragen zu beitreten.” In this use comma is usually omitted, but the opposite use, i.e. with comma preceding the infinitive group can also commonly be found. 2: “... es wäre undurchführbar, sie zu schlucken.” As we can see, this example is quite the same as the previous one.

Similarities of the use of the infinitive as subject in English and German: 1. The English grammar requires the use of the so-called introductory *it* as the formal subject of the sentence, and we also see *es* in his position in German. 2. *It/es* precede the subject expressed by the infinitive. 3. The predicate of the sentence also precede the infinitive here. 4. Both English and German languages use full infinitive (with particles *to* and *zu* respectively) in this case.

Differences: 1. The English infinitive as a subject does not demand the comma preceding it, whereas in the German sentences we usually see commas in these examples which is actually one of the most common features of the German full infinitive. 2. In German, the infinitive is placed in the final position in the infinitive group, while in English this use is context dependent.

The most frequently used function of the infinitive in this story was object. More than fifty sentences were found in which object represented by infinitive occurred at least once. The construction "want + infinitive" [4, p. 180] turned out to be the most common occurring (1. "He wanted to make sure the phone was functioning."; 2. "... she held out her <...> arms, wanting him to come to her..."; 3. "I don't want you to worry."). And now we should move onto the translations of these sentences into German, and we will see here that the situation is completely different (1. “Er wollte sich vergewissern, dass...”; 2. “... sie

streckte ihre Arme aus und wollte, dass er zu ihr kam...”; 3. “Du musst keine Angst haben.”). The translation of the example 1 is quite a common use of the infinitive with the verb *wollen* which is a modal verb in German, so it is used without particle *zu*, no comma is needed here, and it is actually rather a part of the predicate than the object of this sentence. The examples 2 and 3 were translated into German by paraphrasing the sentences, so the infinitive disappeared in these cases, and the example 3 had even become quite a different sentence with a different meaning. So we can conclude that the infinitive is not used as the object of a sentence in German if the predicate is some form of the verb *wollen*. A similar example of the verb being modal in German and non-modal in English is the following: “I’d like to know”, *to know* is the object here, I would like what? (to know). Whereas in the German language, *wissen* would be the part of the predicate as *möchten* is a modal verb: “Ich möchte das wissen”.

The next examples are these which take both infinitive and gerund in English, depending on the context. These are the infinitival objects after the verbs to stop, to remember and to try [9]. We can find the examples of the “stop + gerund” at the beginning of the story: “... and Mom stopped laughing.” It is obvious that the author could not use the “stop + infinitive” construction here as it would mean that Mom had stopped doing something else in order to start laughing, and this is not what was meant here. We can tell by the context that Mom was laughing and she stopped doing it. The same we can say about the use of this construction in German: “... und Mama hörte auf zu lachen.” If we wanted to say that Mom had stopped to laugh, we would say: “...und Mama hörte auf (etwas zu machen), um zu lachen.” So we can say that this use is quite the same in English and German. The situation is pretty different with the verb *to remember*. The only appropriate example here is “I remember you saying she favoured him” which means that the speaker remembers that his/her interlocutor has said something before. We can use only gerund in this sentence. However, if we remove

the interlocutor, we would get the sentence of the kind of: “I remember doing it” which means that the person speaking remembers that he/she himself/herself did something in the past. And in this case we can use the infinitive to show that this person remembers that he/she must do something in the future [10, p. 103]: “I remember to say this” means that the I-person remembers that he/she is to say something to somebody, this action has not been done yet. This verb in German also takes the infinitive or does not take it depending on the context. We see the infinitive in the sentences like “Ich erinnere mich, das zu machen” = “I remember doing it”, the infinitive here is the object of the sentence, as well as the gerund in the English example. However, if we take the sentence like: “I remember to do that”, we will get the paraphrase, e.g.: “Ich erinnere mich, dass ich das machen muss.” It happens because there is no analogy of the use of gerund in German, so such constructions are usually paraphrased in translation. And, finally, the verb *to try*. In all the examples found in the text we can see the “try + infinitive” construction which usually means that a speaker tried something and failed at it. “Grandpa tried to make her get rid of the books”, and from the further context we see that he did not manage to make Gramma do it. In English there is also “try + gerund” construction which means “to try something new” or is used when somebody gives another person some piece of advice. In German we do not see such difference. The construction “versuchen etwas zu machen” is used in all the above mentioned cases. So we see the translation of the example from the text as “Opa versuchte sie zu zwingen, die Bücher loszuwerden.” In the sentence about pie we would see the exact same use: “Er versuchte eine Torte zu Kochen.”

Another important sentence pattern is “to know what/how/etc.”: “You know how to shut her up”. The infinitive is the object of the sentence here as well. And in the German language we see the similar situation: “Du weißt, wie ihr zum Schweigen zu bringen.” We see that the infinitive construction is the object of the sentence here too (Du weißt was? – Wie ihr zum

Schweigen zu bringen). The use of the infinitive as object is alike in both languages after the verb to mean (= to want, to imply). “She didn’t mean to do it” (Eng) = “Sie meinte nicht, es zu tun” (Germ).

So we can say that the use of the infinitive as the object of a sentence is much wider in English than it is in German. Some of the non-modal English verbs are modal in German [2, p. 209], so the function of the infinitive changes accordingly. In both languages, however, the full infinitive is used in the function of object, but its place in sentences is restricted by the rules of the particular language as we have already seen it on the example of the function of subject. The use of the infinitive in this function is highly context dependent in both English and German languages [8, p. 91].

Another often occurring function of the infinitive is, of course, adverbial modifier. The infinitive can usually be found in the function of adverbial modifier of reason (we have found fifteen sentences with this use in the original text of the story). At the very beginning of the story we see the sentence: “... when they had driven here to take care of Gramma...” We can put the question why? here, and the infinitival group will be the answer to this question. It is also possible to use *in order to* instead of just a single particle *to* here. In the German translation of the story there is no any paraphrases, the construction “um... zu” appear here, however: “... als sie hierher gefahren waren, um für Omi zu sorgen...” In this occasion all the features remain: we can put the question why?, the group is its answer, the full infinitive is used.

Another function is adverbial modifier of adjective/adverb preceded by *too* (“She had too many health problems to live long.” (Eng) = “Sie hatte zu viele gesundheitliche Probleme, um lange zu leben.” (Germ)). It is actually quite hard to determine the function of the infinitive here definitively for some sources call this function an adverbial modifier of condition and in others it is part of the predicate. And in German it has the form of an

adverbial modifier of purpose. So we can say that this is a questionable point which should be worked out further.

So we can say that the infinitive is used as adverbial modifier in English wider than in German. In both languages the infinitive appears as an adverbial modifier of purpose quite often and this occurrence is rather similar.

The infinitive can also be used as predicative or part of a verbal predicate [4, p. 187]. The most often found sentence pattern: “modal verbs + bare infinitive”. This pattern represents the function of a part of a compound verb predicate in both languages. We found a lot of examples of this use in the story on the base of which we can make a few conclusions. Similarities of its use: 1. Bare infinitive is used in both languages (except for *ought to*, *have to* and *would like to*, the latter is not a modal verb though); 2. In both languages modal verbs can be used in different tense forms (“I had to...” – “Ich musste”; “He couldn’t...” – “Er konnte nicht...”); 3. The infinitive can also be used in different tense forms (“... to have done...” – “... gemacht zu haben.”). Differences: 1. The place of the infinitive depends on the grammar rules (see the features in the paragraphs about infinitive as a subject); 2. Some verbs which are modal in one language are non-modal in another.

Another function is a part of verbal predicate which is represented by the patterns *seem to* and *suppose to*. “This moment seemed to be an eternity” is a usual example of such pattern. It is translated into German with the pattern “scheinen... zu...” (“Dieser Moment schien eine Ewigkeit zu sein.”) So we can say that in both languages infinitive performs the function of a part of the verbal predicate *seem/sheinen*.

Infinitive can also be spotted in the function of the objective predicative: the verbs *let/lassen* which are quite close to modal verbs: “Let me hug you” (Eng) = “Lass mich dich umarmen” (Germ); the sentences with imperative shade of meaning fall into this category as well (“to tell somebody to do something”), in the German version there are paraphrases again:

1. “Tell Buddy to lay chilly.” (Eng) = “Sag Buddy, er soll den Schnattermann machen.” (Germ); 2. “Mom <...> told her to shut up.” (Eng) = “Mutti <...> hatte gesagt, sei still, sei still...” (Germ). So we can say that this use is not common for the German language.

The infinitive as an attribute can be turned up not so frequently. This functioning of the infinitive is quite rare yet not unusual for both languages. We see all the grammatical patterns are saved here, full infinitive is used and the place of it depends on the language (1. “It was the time to stop it.” (Eng) = “Es war die Zeit, es zu stoppen.” (Germ); 2. “He has a story to tell.” (Eng) = “Er hat eine Geschichte zu erzählen.” (Germ)).

Finally, we can also review probably the rarest occurring function: the infinitive as a subsequent action. Actually there were no examples of this pattern in the original story, but we managed to find some sentences which can be transformed into those with infinitive as a subsequent action. The first one: “She looked at the clock and saw that it was almost six o'clock.” We can also say “She looked at the clock to see...”, it will not be adverbial modifier of purpose, the meaning of “to see” here is “and saw”, as it is in the original sentence. Into the German language, however, we can translate this sentence only the way it was given originally (“Sie sah auf die Uhr und sah, dass es fast sechs Uhr war.”) because there is no infinitive as a subsequent action in this language. And the second example is: “He turned toward the room and discovered his shoes were glued to the floor.” The situation is absolutely the same: we can paraphrase the sentence, so it will look like: “He turned toward the room to discover...” And the German translation will have the analogy for the original, non-paraphrased, sentence too. Although this kind of functioning is really infrequent, we should understand that this is the typical English sentence pattern; we should know it and not confuse it with the infinitive as adverbial modifier of purpose neither in speech, nor in translation.

To conclude, we should state the most important features we managed to determine:

1. The infinitive is used much wider and much more often in the English language than in German, in the latter it is not so miscellaneous, there are much less functions in which it may occur and some of them can be found very rarely.

2. The position of the infinitive in sentences depends on the language: in English it usually follows the verb to which it belongs (if this verb does not take a nominal, pronominal or some other kind of object), while in German it is usually placed at the end of the infinitive group or even of the whole sentence.

3. Full infinitive seems to be used more often than bare infinitive in both languages.

4. The German infinitive usually requires comma preceding it, the English one does not need commas.

5. The use of the infinitive is highly context dependent in both languages.

6. Finally, it is important to mention the most frequently occurring functions. These are object, adverbial modifier of purpose and part of a compound verb predicate (as the latter is usually expressed by “modal verb + infinitive”, and this sentence pattern is very common and frequently employed in both languages).

We can say that this research work is of both theoretical and practical significance as this information can now be more or less coherent and useful for it may be used as the material-technical base of a number of articles on this topic, moreover, the results of our research can help those who study the language to understand the use of infinitive in English and German pretty well, to use it in their speech properly and to understand its meaning when they will hear it in someone else’s speech. It is also possible to make further research works, to make a deeper analysis and consider different aspects.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адмони В.Г. Исторический синтаксис немецкого языка. – М.: Высшая школа, 1963. – 336 с.
2. Адмони В.Г. Теоретическая грамматика немецкого языка. Строй современного немецкого языка. – 4-е изд., дораб. – М.: «Просвещение», 1986. – 336 с.
3. Иванова И.П.. История английского языка. Учебник. Хрестоматия / И.П. Иванова, И.П. Чахоян, Т.М. Беляева. - СПб.: Изд-во «Лань», 1999. – 512 с.
4. Крылова И.П., Гордон Е.М. Грамматика современного английского языка: Учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. – 9-е изд. – М.: Книжный дом «Университет»: Высшая школа, 2003. – 448 с. – На англ. яз.
5. Нугаев В.Г. История немецкого языка.– Уфа: Изд-во БашГПУ, 2002. – 125 с.
6. Расторгуева Т.А. История английского языка. – 2-е изд., стер. – М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 348 с. – На англ. яз.
7. Смирницкий А.И. Синтаксис английского языка. – М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1957. – 284 с.
8. Тагиль И.П. Грамматика немецкого языка – СПб.: Каро, 2010. - 496 с.
9. Cowan, Ron. The teacher's grammar of English: a course book and reference guide. – New York, Cambridge: University Press, 2008. – 709 p.
10. Egan T. Non-finite Complementation. A usage-based study of infinitive and –ing clauses in English. – Amsterdam – New York, NY: Rodopi, 2008. – 445 p.
11. King S. Gramma [<http://e-libra.ru>]: URL: <http://e-libra.ru/read/358860-gramma.html> (дата обращения: 01.03.2017)
12. King S. Omi. [<https://www.randomhouse.de>]: URL: https://www.randomhouse.de/leseprobe/Omi-Story-aus-Blut/leseprobe_9783641193409.pdf (дата обращения: 01.03.2017)

**GRAMMATICAL STRUCTURE OF PAREMIAE
IN ENGLISH AND ARMENIAN**

S.A. Bedzhanyan

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

**ГРАММАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ПАРЕМИЙ
В АНГЛИЙСКОМ И АРМЯНСКОМ ЯЗЫКАХ**

С.А. Беджанян

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Аннотация. В данной статье автор разбирает грамматическую структуру пословиц и поговорок в английском и армянском языках. В статье присутствует определение паремий, дан краткий разбор сходств и отличий. Также представлен сопоставительный анализ на примере пословиц, схожих по значению в обоих языках. Разобрана грамматическая структура и отличия в ней.

Анализ собранного материала показал, что некоторые пословицы и поговорки, традиционно представленные в словарях и справочниках, как варианты более крупных единиц, на самом деле являются вполне самостоятельными высказываниями. Также, что армянские и английские пословицы выражают концептуализацию мира и в данном аспекте в обоих языках обнаруживается определенное сходство, которое проявляется в основном на структурном уровне. Но также присутствуют заметные отличия в порядке слов, сравнениях с какими-либо объектами, которые могут быть актуальны для одного языка, но абсолютно неактуальны для другого, и в градуальности. Выявлено, что сходство значений делает эти два языка намного ближе, ровно как и их грамматическая структура.

Ключевые слова: паремии, пословицы, поговорки, фразеологизмы, идиомы, армянский язык, английский язык, фольклор, народное творчество, сравнительный анализ, иностранные языки.

Key words: paremiae, proverbs, sayings, phraseologisms, phraseological units, idioms, Armenian, English, folklore, comparative analysis, foreign languages.

Proverbs, as an integral attribute of national folklore, and in turn an attribute of the culture of a given people, carry a reflection of life of the nation to which they belong, is a way of thinking and the character of the people. Correct and appropriate use of proverbs gives speech a unique originality and special expressiveness.

Proverbs and sayings provide an excellent opportunity to get acquainted with the life and culture of people for whom this language is native, convince us that different peoples may have the same views and moral values. The study of proverbs helps you understand the mentality and national character of the native speakers. Proverbs, as a whole, cover a large part of the human experience.

Phraseology as a science - one of the youngest areas in linguistics. However, although the systematic study of phraseological units, these special units of the language started relatively recently, to date, written a number of works devoted to phraseology. However, despite this, we cannot say that all issues related to phraseology, solved. Therefore, the study of this language has not lost its relevance and is essential in both theoretical and practical aspects.

The relevance of this work lies in the fact that proverbs are an integral part of any language. Unlike a native speaker with ease using a lot of proverbs and sayings from childhood, the process of memorization and proper usage requires some effort from those who are learning the language. And we have to identify the similarities and differences of these collocations in

order to avoid errors resulting from wrong or inaccurate translation and use of proverbs and sayings in speech.

The aim of this work: to study peculiarities of English origin and Armenian proverbs and sayings, to conduct a comparative analysis of proverbs and sayings in English and Armenian from the point of view of their origin, grammatical structure and structural-semantic characteristics.

Proverbs and sayings is a widespread genre of oral national creativity. They accompany people since ancient times. Such expressive means as an exact rhyme, simple form, short, made Proverbs and sayings persistent, memorable and necessary in speech.

A. Voloshina considers the Proverbs and sayings as a short folklore texts, consisting of one utterance structure simple or complex sentences. According to the remark of the researcher, Proverbs and sayings have the stability of the vocabulary and grammatical structures; becoming part of the context, they remain as stable education, which occupies a grammatically independent position in the phrase [8, p. 25].

Sometimes it is very difficult to distinguish proverb from saying or to draw a clear line between these genres. Saying borders on saying, in the case of accession by one word or change the word order of the saying becomes a proverb. In speech sayings often become Proverbs, and Proverbs – sayings.

Thus, there is no consensus on the definition of the terms "proverb" and "saying". Each author in his own interpreter path data definitions, but most linguists consider Proverbs as idioms is instructive in nature, reflecting the peculiarities of the language picture of the world of a people.

A proverb is always a sentence. It pursues the didactic purpose (to teach, to warn, etc.).

Proverbs are often complex sentences. In the context of the proverb stands as a separate sentence or part of a complex sentence.

In the context, Proverbs are semantically implemented by

attaching to variable offers. Proverbs are often implemented in the super-phrasal context.

The concept of the proverb in modern folklore is uncertain, including the various structural-semantic types of stable shaped combinations of words. Essentially, the only thing that unites these different combinations of words, is that they are not Proverbs, although the proximity and the other in individual cases cannot be denied.

In British and American linguistic literature, there is also no clear distinction between a proverb and a saying.

With the modern level of development of the theory of phraseology we may use the concept of the saying in its broadest sense, as is common in folklore, it is impractical.

Since the various structural-semantic types of phraseological units already have a name, a saying can be used only for one particular that does not have a title, namely communicative phraseological units regardless of whether they are connected with the sayings or not. We refer to the sayings the type of sustainable formations, which refers to the sayings from the time of V. I. Dal, i.e. over a hundred years. Extended the interpretation of this term in linguistics is ineffective.

After these considerations, the terminology we turn to a brief characterization of English Proverbs, their structural types, their grammatical and semantic features.

In a separate work on the phraseology of the Proverbs from sayings is seen that the proverb expresses a General judgment, saying the judgment is partial in nature. According to these linguists, not only proverbs, but proverbs can take the form of complete sentences.

Proverbs should be considered the statements which are popular in public. Hence, usually these are old sayings, because in the short term, they could become part of the public consciousness. Of course, there are exceptions, and some proverbs and sayings burst into the national consciousness with extraordinary rapidity, however, should exclude them from such

phrases-lived, as "I don't care" or "who cares?".

Sometimes it might be very difficult to distinguish proverb from saying or to draw a clear line between these genres. Saying borders on saying, in the case of accession by one word or change the word order of the saying becomes a proverb. In speech sayings often become proverbs, and proverbs – sayings. As for the content, English and the Armenian proverbs are very diverse and cover all aspects of life of the people.

In proverbs unflattering assessment is given to the rich: one law for the rich and another for the poor "for the poor one law for the rich and another"; the thief is a gentleman when stealing has made him rich "the thief called a gentleman when he becomes rich", etc.

Arm. «Աղբատը, հավ որ կուտե, հավն յա է հիվանդ, յա՛ աղբատը:» (When there's a knife, there is no bread, but when there is bread, there is no knife).

The war is judged: war is sweet to them that know it not "war is pleasant to those who does not know"; Arm. «Գնա մեռի, արի սիրել:» (Go die and come back to me).

Fools are being laughed at: a fool's bolt is soon shot "fool and his money do not stay long"; "a fool quickly missed its opportunities»; "fools grow without watering" (cf. "fools do not sow nor reap, and they themselves are born"); fools rush in where angels fear to tread; give a fool rope enough and he will hang himself, "give a fool a chance, he will ruin himself"; he who is born a fool is never cured "a fool born a fool and die"; one fool makes many.

Criticism of lazy, idle: idleness is the root of all evil "idleness is the mother of all vices"; if the devil find a man idle, he put it to work "if the line gets slacker, he will make it work for yourself"; Arm. «Ջրի քամին բերածը կտանի:» (That that the water would bring will be blown away by the wind).

Proverbs teach thrift: penny did not get a penny, take care of the pence and the pounds will take care of themselves. Arm.

«Աշխատի Ով՝ նա կուտի:» (Who earns - eats).

Say that without labor there is no fruit: «he that will eat the kernel must crack the nut» (or someone who wants to eat the nut must first crack the shell); «one who wants to eat the fruit», «must climb the tree»; «he who wants to catch a fish does not mind getting wet».

Paremiias are stable and reproducible in anonymous speech utterances with the syntactic structure of the sentence, which is used in didactic purposes.

The importance of the role of proverbs and sayings in the communication process caused mostly by the fact that proverbs and sayings, being the result of a long development of the language, record and transmit from one generation to another, information about public life. As noted by Wilhelm von Humboldt: "Language is closely intertwined with the spiritual development of mankind and accompanies him at each stage of its local progress or regress, reflecting every stage of culture "reservations, the sayings of Scripture with the signs of common knowledge.

The concept of "Family" is a key concept for paremiological picture of the world languages. However, the actualization of this concept in each of the surveyed languages is characterized by a particular perception of reality, due to the peculiarities of ethnic culture and value orientations of the peoples - native speakers. The family has in the life of a person special function, and this is reflected in the number of proverbs representing the concept "family". In both cultures the family is considered as a value predetermined from above, and need to approach this carefully.

So, some linguists (including academician V.V. Vinogradov) do not include in the category of idioms proverbs and winged words, considering that they are by their semantics and syntactic structure are different from phraseological units. V.V. Vinogradov stated: "Proverbs are the sentence structure and

are not semantic equivalents of words» [6, p. 243].

Each proverb is a complete statement, issued under the laws of the language. The nature of the content of Proverbs makes their grammatical (syntactic) form. Along with the generalised grammatical expression, a necessary element for syntax completion suggestions, the system offers necessary semantic completeness. Isolation of grammatical structure is that the proverb does not allow free replacement of the words components and transformation of grammatical structures.

Consequently, paremies expressed by simple declarative sentences can be turned into a question or motive, and Vice versa: question or incentive paremies cannot be transformed arbitrarily in a narrative. It is also impossible to arbitrarily change the modality of Proverbs or sayings, it should contain a proverb or saying or denial to withdraw from the denial without destroying paremies. It is impossible to change the form of the verb-predicate or subject, it is impossible to change the order of words, the collapse or expansion of the statements, etc.

From the point of view of formal organization proverb is a marked form of speech. The marking of proverb typical for English and Armenian language, as a linguistic universal, represented in all languages, but the marker may vary depending on the specific features of the grammatical structure of the language. The proverb as a form of marked speech includes the following relevant markers:

A. The rhythmic organization of the text;

B. Compositional organization of the text. The rhythmic organization of the text is achieved in different ways in the prosody of different types or systems (isomorphism or isochronism, natural and regular repetition of accents, the rhythmic factor, etc.).

From the point of view of functional (communicative) characteristics the majority of the proverbs of the studied languages presented narrative and compelling proposals. Exclamation constructions for Proverbs languages are not typical.

Proverbs in the form of interrogative sentences are extremely rare in both Armenian and English. Even if Proverbs or sayings represented by a question sentence, it is usually a rhetorical question that requires no response, performing a didactic function.

Proverbs, presented in narrative sentences can have both affirmative and negative semantics. A large part of the Proverbs with the structure of simple declarative sentences have an affirmative semantics. The proposal is in the affirmative, i.e. positive, if in its structure there is no means of denial.

Parems in the form of simple sentences with a negative meaning are less common than positive semantics. Negative sentences are linguistic universals that are represented in all languages of the world. However, the means of expression of negativity can be in different languages are different. As is known, the semantic field of denial and prohibition and associated with the transfer of these concepts the corresponding Microsystem lexical and grammatical units are represented in all languages is universal. However, lexico-grammatical units of their representation in every single language have their own specific characteristics.

In the structure of proverbs in the form of negative sentences must be either a negative word or negative form of the verb-predicate. The verb in the negative sentences of the Armenian language is, as a rule, the negative forms of the future definitive time.

The verb in the negative sentences of English are presented, as a rule, negative the present tense of the indicative, for example: An old dog barks not in vain. Dog does not eat dog.

In the Armenian language, the particle "չի" expresses negation. Example: Մաքուր ոսկին կրակից չի վախենա. (Pure gold is not afraid of fire).

A characteristic feature of English is the inadmissibility of the use of two negatives in one sentence. Unlike the Armenian

language, where the sentence may be double negative in the English language is only one possible negation. Double negative, which is characteristic for the Armenian, all the Dagestan and Russian languages, in English leads to a change in semantics.

With rare exception, almost all the proverbs of the languages are core components of nouns and verbs. Originality is proverbial of syntax in expressing the main members is not so much in richness as in their limitations due to the genre and compositional requirements of a proverb.

In modern English the dominant or direct word order is the sequence of "subject + predicate". The most common word order in simple declarative verbal sentence, the Armenian language is the word order with the final position of the verb-predicate.

However, the syntactic role of word order in different correlative structures of the Armenian language is different. Strict word order is only compulsory for renominating design. The fixed word order in the syntax due to the absence of case differentiation of subject-object names. The subject occupies the position in the sentence, the direct object is between the subject and the verb-predicate. Change this word order changes not only the meaning of the utterance, but also the grammatical characteristics of the sentence. This applies particularly to those cases where the design is based on a combination of names or of persons belonging to the same grammatical class.

Comparison of proverbs and sayings of different peoples shows how much in common these people have, which in turn contributes to their better understanding and rapprochement. It should be noted that many of the English and Armenian Proverbs and sayings are valued, which makes them difficult to interpret and compare. In the selection of Armenian match English Proverbs mandatory criterion was a coincidence one of the values(usually the main). However, it is important to remember that, adding in different historical conditions, in English and Armenian sayings and Proverbs to Express the same or similar

| Proverb/Saying | |
|------------------------------------|---|
| Never fry a fish till it's caught. | Չուկը ջրում առկտուր չէն անում: (dzuk jrum arevtur chen anum) |

thoughts have often used different images, which, in turn, reflect different social structure and way of life of the two peoples and are often not absolute equivalents (usually the main). However, it is important to remember that, adding in different historical conditions, in English and Armenian sayings and Proverbs to Express the same or similar thoughts have often used different images, which, in turn, reflect different social structure and way of life of the two peoples and are often not absolute equivalents.

1. General subject: don't share the skin of an unkilld bear.

2. Saying: not killing the bear, don't sell the skin (literally: don't fry an uncaught fish).

The English version of Proverbs begins with the circumstances of the time, followed by a verb and then noun. What follows is the result - caught fish. Used a liability due to indeterminate forms of address and the structure of proverbs, which should not refer to someone specific, and should bear the folk wisdom to the masses. In the Armenian equivalent form of construction is somewhat different. Proverb begins with a noun, followed by a circumstance of place, then the addition, negation and the verb. Form expressed in such a way that the appeal is there, but again not to a specific person. In the Armenian language, the negation is formed by means of the letter "չ" before the equivalent English verb "to be", which depending on time and the person becomes "am, is, are". Point in Armenian - colon. It is put at the end means his end. Armenian proverb in this case is literally translated as "Until the fish in the water, the market is not satisfied».

Comparative study of the structure and semantics of proverbial expressions of the two languages - English and Armenian allows to make the following generalizations.

Proverbs and sayings as a part of the culture of the people, have always remained and will remain relevant, despite the development of economy and technology, progress, etc. At any time proverbs and sayings are characteristic of the people, the object of attention and research.

Proverbs and sayings are independent texts, they are usually included in texts of big size.

According to the semantics of the Proverbs are of two types:

- proverbs with the literal meaning;
- proverbs with the reinterpreted value.

From the point of view of formal organization, a proverb is a marked form of speech. The marking of proverb typical for English and Armenian language, as a linguistic universal, but the marker varies depending on the peculiarities of the grammatical structure of a particular language.

The aim of this work was to study peculiarities of English origin and Armenian proverbs and sayings, to conduct a comparative analysis of proverbs and sayings in English and Armenian from the point of view of their origin, grammatical structure and structural-semantic characteristics. Set goals that were aimed at a more in-depth study of phraseology and its types, determination of the place of proverbs in the system of phraseology, the study of the history and ways of the origin of proverbs and sayings, the analysis of the concept of "proverb" and "saying" and highlighting their key differences and similarities, analysis of grammatical structures of Proverbs in English and Armenian languages in a comparative analysis of proverbs and sayings in Armenian and English languages and to make conclusions based on data collected in the work.

Analysis of collected material showed that some proverbs

and sayings, traditionally represented in dictionaries and reference books as options of the larger units are actually quite independent utterances.

The analysis showed that the Armenian and English proverbial conceptualisation of the world reveals some similarities, which manifested in the substantive and structural levels. But there are cherished differences in the time and in the order of production of parts of speech.

It was established that phraseological units are subdivided into phraseological unity, phraseological fusion, phraseological combinations and phraseological expressions. According to most scholars, proverbs and sayings belong to the category of the latter. There are many differences in idioms from proverbs, however, we came to the conclusion that Proverbs is the phraseological units with a sentence structure.

We have also studied ways the origin of proverbs, found that there is no consensus on the definition of the terms "proverb" and "saying". Each author in his own interpreter path of data definitions, but most linguists consider proverbs as idioms is instructive in nature, reflecting the peculiarities of the language picture of the world of a people.

LIST OF LITERATURE

1. Алан Дандис. О структуре пословицы // Паремнологический сборник. - М.: Наука, 1978. - 173 с.
2. Армянские пословицы и поговорки / сост., пер. Г.О. Карапетян. - М.: Наука, 1973. - 264 с.
3. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. - Л.: ЛГУ, 1963. - 208 с.
4. Бережан С.Г. К вопросу о диапазоне варьирования фразеологизмов // Исследования по семантике. Семантика языковых единиц разных уровней. – Уфа, 1988. – 148 с.
5. Валгина Н.С. Теория текста. – М.: «Логос», 2003. - 212 с.

6. Виноградов В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Лексикология и лексикография: избр. тр. - М.: Наука, 1986. - 300 с.

7. Виноградов В.В. Основные понятия фразеологии как лингвистической дисциплины // Избранные труды. Лексикология и лексикография. - М., 1997. - 189 с.

8. Волошкина И.А. Портрет человека в паремиологии // Единство системного и функционального анализа языковых единиц / под ред. О.Н. Прохоровой, С.А. - 350 с.

9. Honeck R.P. A Proverb in Mind. Erlbaum, 1997. - 202 p.

10. Чрһгнррјуџџ Ч., Zuij ршџшһјпџпџрјушџ ррџпппшпшџ. Ерџшџ, 1974. - 200 p.

ЗАЛОГОВЫЕ ОППОЗИЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Н.Л. Огуречникова, М.М. Оськина

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

В конце XX – начале XXI века признанным языком международного общения становится английский язык. Коммуникация, однако, осложняется не только несовершенством знания языка, но и различием в восприятии его единиц как носителями неблизкородственного языка.

В любом случае происходит столкновение языковых картин мира. Особенно остро данная проблема ощущается при выражении залоговых оппозиций, так как вопрос об определении категории залога является, если не наиболее сложным, то одним из самых противоречивых в лингвистике. Согласно общепринятому мнению, залог – грамматическая категория, которая выявляет отношения между субъектом и объектом, представленными в действии. Стержнем категории является активно-пассивная оппозиция: при активе глагольный признак представлен как исходящий от его

носителя, а при пассиве – как направленный на него. Однако общепринятого определения категории залога нет.

В определение залога вкладывается крайне многообразное и противоречивое содержание, зависящее как от общих теоретических взглядов авторов на функции языка, так и от тех исторических связей залога с другими грамматическими явлениями, которые выявляются языковедами в процессе анализа фактического материала. Спорным по отношению к категории залога является также вопрос о том, в какой области языкознания целесообразнее рассматривать эту категорию.

Грамматической категории залога посвящена большая лингвистическая литература. Это обусловлено как минимум двумя факторами – сложностью данной категории и ее важностью для английского языка. Анализ лингвистической литературы позволяет выделить несколько направлений в изучении залога: критерии выделения залогов, определение количества залоговых конструкций, способы выражения залоговых различий, функционально-прагматический аспект залоговых конструкций.

Такое многообразие направлений объясняется господствующими в разные периоды парадигмами и приоритетами, особенно взглядами на соотношение морфологического, синтаксического и семантического уровней. В начале XXI века приоритетными объектами лингвистики являются фонология и морфология, а в области синтаксиса – формальные модели предложения.

Традиционно считается, что категория залога выражает субъектно-объектные отношения, но до сих пор нет единого мнения грамматистов об объеме залоговых систем того либо иного языка.

Действительно, залог – одна из самых сложных и трудно поддающихся определению грамматических категорий. Определяя залог, лингвист вынужден оперировать понятиями и терминами семантического (субъект, объект),

синтаксического (подлежащее, дополнение) и морфологического (форма глагола) уровня. В системе глагольных категорий германских языков категория залога рассматривается как одна из самых сложнейших.

Отметим, что английский глагол имеет очень развитую систему видовременных форм, противопоставление действительного и страдательного залога, противопоставление изъявительного, сослагательного и повелительного наклонений. Это основные глагольные категории, охватывающие всю систему глагола в целом.

Кроме того, существуют остаточные, ущербные формы лица и числа; можно ли отнести их к категориям, вопрос спорный, так как они не представляют собою системного ряда форм (например, в претерите глаголов, за исключением глагола *to be* 'быть', эти формы вообще отсутствуют). Все указанные категории действуют в пределах личных форм. Но существуют, кроме того, неличные формы, – причастие, герундий, инфинитив, – имеющие особые функции и передающие иные отношения, чем личные формы.

В английском языке имеется два основных залога: *the Active Voice* (действительный залог) и *the Passive Voice* (страдательный залог).

По определению А.А. Холодовича, действительный залог выражает отношение, при котором подлежащее и семантический субъект (производитель, или источник действия) совпадают, а страдательный залог выражает отношение, при котором подлежащее не совпадает с семантикой субъекта.

Наряду с ними выделяют другие его формы:

- возвратный (*He dressed himself*),
- взаимный (*They greeted each other*),
- средний (*The door opened*).

Хотя их существование оспаривается.

Разработке построения универсальной непротиворечивой теории залога посвятила ряд своих исследований группа ученых Института языкознания АН СССР, возглавляемая А.А. Холодовичем. Ими было дано следующее определение: залог – это регулярное обозначение в глаголе соответствия между единицами синтаксического уровня и единицами семантического уровня [4, с. 13].

В данной формулировке впервые было дано определение сущности залога как морфологической категории в ее соотношении с синтаксическим и семантическим уровнями языка. С залога снимается подозрение в его неморфологичности и устанавливается его место по отношению к синтаксису. С точки зрения формы пассивный залог является маркированным членом оппозиции, так как для него характерна модель «be + причастие II». По своему значению категория пассивного залога также отличается большой четкостью: значение его заключается в направленности действия на лицо либо предмет, обозначаемый именем – подлежащим предложения.

Глагол не существует вне категории залога, как он не существует вне категории времени и наклонения. Залог охватывает всю систему глагола. Однако не любой глагол может иметь форму страдательного залога – в форме страдательного залога не могут выступать непереходные связочные глаголы to be, to become в силу своих лексических и синтаксических свойств, модальные глаголы may, must, can, ought в силу своего лексического значения и морфологических свойств (отсутствие причастия II у этих глаголов делает невозможным употребление их в пассиве).

Спецификой английского языка является употребление в страдательном залоге косвенно-переходных глаголов (обычно их называют непереходными глаголами с предложным дополнением), при этом на правах глагола может выступать фразеологическое единство. Широкий круг переходных глаголов и переходных значений глаголов дает

большие возможности для употребления страдательного залога в английском языке. Вместе с тем отмечается группа прямо и косвенно переходных глаголов, употребление которых в пассиве не наблюдается и в ряде случаев невозможно. Это глаголы *to resemble*, *to last*, *to suit*, *to become*, *to belong (to)* и некоторые другие. Отсутствие форм пассива у этих глаголов, очевидно, связано с их семантикой. Все перечисленные глаголы либо обозначают, либо имплицитно выражают свойство, либо состояние, действия эти глаголы не выражают. Обычно в список глаголов, не употребляющихся в страдательном залоге, включаются глаголы *to possess*, *to have*, *to contain*.

Причастие II этих глаголов может употребляться самостоятельно, но в сочетании с глаголом *to be* не образует страдательного залога, так как причастие не означает действия: *No hint was contained in his manner* [1, с. 124–127]. Чаще всего выбор страдательного залога определяется одной из следующих причин:

1. Активное подлежащее неизвестно либо не может быть легко установлено, например *He was killed in the II World War*. (Он был убит во Вторую мировую войну). Очень часто активное подлежащее представляет собой «обобщенное лицо»: *It is known* (известно).

2. Может быть и другая причина, в силу которой не упоминается активное подлежащее – соображения такта либо деликатности; так, например, часто избегают местоимения 1-го лица, особенно в письменной речи. Так, например, автор книги пишет *As it has been shown* (Как было показано) и т. п. (вместо *as I have shown* – Как я показал), из скромности умалчивая о том, что данный факт был показан им самим. С помощью этого приема, называемого в английских грамматиках *Passive of modesty* (пассив скромности), достигается определенный стилистический эффект.

3. Даже тогда, когда активное подлежащее указано («конвертированное подлежащее»), предпочитают

пассивную конструкцию, если говорящий больше интересуется пассивным подлежащим, чем активным: The house was struck by lightning (В дом ударила молния); His son was run over by the motor car (Его сына переехал автомобиль).

4. Пассивная конструкция может облегчить соединение одного предложения с другим: He rose to speak and was listened to with enthusiasm by the great crowd present (Он поднялся, чтобы говорить, и был с воодушевлением выслушан большой толпой) [2, с. 190-192]. Многие зарубежные авторы придерживаются точки зрения, согласно которой страдательный залог не является самостоятельным залогом, а возникает в результате его трансформации из действительного залога.

Такой взгляд на страдательный залог вряд ли является правомерным. В английском языке, как и в русском, предложения со сказуемым в действительном и страдательном залогах представляют собой параллельные конструкции, по-разному отражающие в языке в зависимости от целей, стоящих перед говорящими, одни и те же отношения действительности [5, с. 112].

Страдательный залог – пассив – противопоставлен действительному залогоу. Согласно определению А.А. Холодовича при пассиве подлежащее не совпадает с семантическим субъектом. Подлежащее глагола в страдательном залоге – лицо или предмет, на который направлено действие, выраженное глаголом-сказуемым. Как правило, в современных европейских языках форма страдательного залога свойственна глаголам переходным, т. е. глаголам, способным передавать направление действия на объект. Грамматически этот объект выражен дополнением первым (прямым, беспредложным).

В английском предложении сохранился номинативный строй, номинативность приобрела иной характер. Падеж подлежащего в современном языке не является именительным за исключением небольшой группы

личных местоимений. Существительные утратили различие между именительным, винительным и дательным падежами, и субъектно-объектные отношения перестали выражаться грамматической формой существительного [3, с. 87].

Таким образом, номинативность в современном английском предложении выражается не в выделении подлежащего особым – именительным – падежом, а в том, что его форма независима от активности либо пассивности сказуемого. Изменения в выражении подлежащего, а также глагола-сказуемого привели к перестройке безличных предложений. Древнеанглийские безличные предложения могли не иметь подлежащего: ср. да. *him fūhte* “ему казалось”. В новоанглийском в глаголе-сказуемом указание на лицо и число субъекта стало менее дифференцированным и чётким, поэтому в безличных предложениях появляется обязательное подлежащее, выражаемое формальным – безличным местоимением *it*: ср. *it seemed to him* “ему казалось”.

С изменениями в выражении подлежащего связано также развитие предложений с подлежащим, обозначающим косвенный объект действия, и с прямым дополнением при глаголе в страдательном залоге. Как известно, в различных индоевропейских языках наблюдается определённый параллелизм между прямым дополнением активной конструкции и подлежащим пассива. Ср., например, в русском языке: «Я читаю книгу» и «Книга читается мною».

Для современного английского языка характерно иное соотношение: подлежащее пассивной конструкции может соответствовать не только прямому, но и косвенному дополнению актива. Ср. *She gave the boy a book* «Она дала мальчику книгу» и *The book was given to the boy* «Книга была дана мальчику», но и *The boy was given a book* «Мальчику дали книгу». Предложения последнего типа появляются лишь в новоанглийском. Их развитие связано с утратой падежных различий у существительных, образованием

формы общего падежа для выражения объектно-субъектных отношений и дальнейшей фиксацией и грамматикализацией порядка слов.

Такое осмысление предложения, когда косвенное дополнение активной конструкции становится подлежащим в пассивной, было возможно потому, что в среднеанглийском ещё не было строгой фиксации порядка слов, характерного для современного языка, и косвенное дополнение со стилистическими целями (в эмоционально окрашенной речи) могло быть перенесено в начало предложения.

Синтаксическая функция косвенного дополнения в данном случае выражалась не порядком слов, а формой самого слова: при замене существительного соответствующим местоимением последнее ставилось в объектном падеже *Him was given a book* «Ему была дана книга».

Развитие английского языка приводит к строгой фиксации порядка слов: подлежащее – сказуемое – косвенное дополнение – прямое дополнение [3, с. 45]. В таких условиях происходит переосмысление конструкции *The boy was given a book*: прежнее косвенное дополнение (*the boy*), по своей форме не отличающееся от подлежащего (оба выражены общим падежом) благодаря занимаемому в предложении месту – в начале предложения, перед сказуемым, – начинает рассматриваться как подлежащее, а прежнее подлежащее (*a book*) осмысливается как прямое дополнение.

В результате такого переосмысления даже в тех случаях, где была возможность дифференциации (противопоставление именительного и объектного падежа у местоимений), форма объектного падежа начинает заменяться формой именительного: *Him was given a book* заменяется на *He was given a book*. Так в современном английском языке развивается и получает распространение

пассивная конструкция с подлежащим, обозначающим непрямым объектом действия.

Подводя итог, заметим, что английский язык унаследовал двухграммную категорию залога – общую для большинства индоевропейских языков – из протогерманского языка-основы. Хотя уже в древнеанглийском языке так называемый синтетический медиопассив (аналог современного страдательного залога) был представлен лишь единичными реликтивными формами.

Таким образом, залог – это одна из разновидностей внутриязыкового варьирования содержания, которое прямо не связано с фактическими явлениями окружающей действительности. Если принять это определение, то можно сделать вывод, что залог показывает, кто производит действие и куда оно направлено. Это грамматическое явление оформлено с помощью морфологических и синтаксических средств.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева О.В. Роль пассивных конструкций в построении и развитии текста // Проблемы современной филологии и лингводидактики. – СПб, 2009. – 648 с.
2. Верба Л.Г., Верба Г.В. Грамматика современного английского языка / Л.Г. Верба, Г.В. Верба. – М.: Славянский дом книги, 2001. - 368 с.
3. Гухман М.М. Сравнительная грамматика германских языков. - М.: Изд-во АН СССР, 1962. - Т. 2. – 1300 с.
4. Долинина И.Б. Синтаксически значимые категории английского глагола. – Л.: Наука, 1989. – 216 с.
5. Жигadlo В.Н. Современный английский язык: Теоретический курс грамматики / В.Н. Жигadlo, И.П. Иванова, Л.Л. Иофик. – М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1956.

6. Quirk R., Greenbaum S., Leech G., Svartvic J. A University Grammar of English. Harlow. 1991. – 1664 c.

**FUNCTIONAL-SYNTACTIC FEATURES
OF SIMPLE AND COMPLEX SENTENCES
IN MODERN GERMANIC LANGUAGES
BASED ON EXAMPLES FROM ENGLISH AND GERMAN**
Н.С. Саргисян

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

The structure of the sentence is a very important academic proposition. The structure of the sentence reflects the expression of the emotions contained therein. The structure is the syntagmatic framework of interrelated elements, which are paradigmatically grouped into classes where the value of item is carefully considered.

So the current importance of the work is in the academic interest in the problem of the sentence and its structure in different languages. Besides, it is very interesting to analyze as different representatives of German group of Indo-European languages as English and German. The object of the study is syntactic structure of the English and German languages. The subject of the study is functional-syntactic features of simple and complex sentences in modern Germanic languages based on examples from English and German.

There is no exact definition of the sentence which can satisfy all the linguists and sometimes it is difficult to decide whether this or that linguistic unit is a sentence or not. According to O.I. Moskalskaya, "the complexity of the concept has two aspects that philosophers would call ontological and epistemological. The first involves consideration of the very essence of the sentence, the formal structure of the sentence, while the second is connected with the problems of studying of

the sentences" [1, p. 76]. So, there are many definitions of the sentence notion in the modern linguistic. The German linguist George Rice in his book "What is the sentence?", published as a second edition in 1933, gave 139 specific definitions of this phenomenon and domestic linguist V.A. Zvegintsev writes that "by the nowadays, the number of such definitions could be easily double, if not triple " [6, p. 65].

The problem of classification of sentences is a highly complicated one, and we will first consider the question of the principles of classification, and of the notions on which it can be based. First of all, we obtain a classification into declarative, interrogative, and imperative sentences. We can name the basis of this classification – “types of communication”. [6, p. 59] These types differ in the aim of communication and express statements, questions, commands and exclamations respectively. We can single out two main types: simple sentences and composite sentences. The composite sentence is also divided into compound, complex and compound-complex sentences. Traditionally the subject and the predicate are regarded as the primary or principal parts of the sentence and the attribute, the object and the adverbial modifier - as the secondary parts of the sentence [8, p. 112]. This opposition primary - secondary is justified by the difference in function. While the subject and the predicate make the predication and thus constitute the sentence, the secondary parts serve to expand it by being added to the words of the predication in accordance with their combinability as words. Many words of a sentence, such as prepositions, conjunctions, articles, particles, parenthetical words, are traditionally - not considered as parts of the sentence, even as tertiary ones.

Sentence structure is the way a sentence is grammatically arranged. The sentence structure of the writing includes where the noun and verb fall within an individual sentence. Sentence structure depends on the language in which you're writing or speaking. There are many ways to make the sentence structure

much more complicated while still providing a framework for the information you're conveying and being grammatically correct. There are two main elements of the sentence in any language: subject and predicate [4, p. 135].

The study of the semantic aspect of the sentence, the analysis of the ways of expressing identical semantic functions in different languages helps to point out the cases of similarity as well as the cases of difference between the languages [4, p. 126]. Thus, one of the most characteristic typological features of the English subject is that it is used in its secondary semantic functions. The sentence is based on the underlying structure. If we discard the terminological differences, the presence of deep structure in the basis of the sentence is now recognized by most philologists.

As for the comparative analysis of English and German languages we can note the following: both English and German sentences can be of similar types. In English and German, the structure of any simple sentence is characterized by a mandatory of two-term. It means that the basis of any simple sentence necessarily contains a sequence of two elements: Noun and Verb, which are connected by predicative link and form the predicative core. A simple main clause in German can be written with the same word order as in English [7, p. 223]. In the analyzed languages we managed to single out simple, complex and compound sentences. Also, simple sentences can be divided into one-membered and two membered. From the functional point of view the sentences in both languages are also the same [7, p. 205]. The main differences lie in the structure of the sentences. German language has a fixed word order. We always have subject at the first place and then the predicate. As for the English language, the word order is freer there and we have opportunity to put the members of the sentence according our intention and purpose of the sentence. Das Hotel *serviert* seinen Gästen jeden Morgen ein opulentes Frühstück. - Every morning the hotel *serves* its guests an opulent breakfast.

In the English sentence, auxiliary verb is always used in the negative sentences and questions and this rule is not used in connection with German sentences. Sometimes German question can have the form of the affirmative and only intonation can point that this is a question [2, p. 67]. ‘‘Geht (verb) der Präsident nach US jeder Monat?’’ - ‘‘Does(auxiliary verb) the president *go(verb)* to the USA every month?’’ [9].

One more essential difference between English and German sentences is the fact that if there are two verbs in the sentence, in the English one, they follow each other and are connected by the particle *to* and in the German sentences the second verb is always put at the end of the sentence and the particle *zu* is used with it.

The sentences that consist of the one main clause are very similar in both languages.

‘‘The US president will visit our country next month’’ - ‘‘Der US-Präsident wird nächstes Jahr unser Land besuchen’’ [12].

These examples are used in the future tense and we can see here that the main verb is at the different position in the sentence (in the English it is after the auxiliary verb and in German at the final position). It is connected with the grammar rules of the languages, Let’s give another example.

‘‘He wants to negotiate with Vladimir Putin right now’’ - ‘‘Er wünscht jetzt mit Vladimir Putin zu verhandeln’’ [13].

In this case, we can see two verbs in each sentence but the difference is that the second verb in the German sentence is used at the end but in the case with English sentence, it is used right after the first verb.

What about interrogative sentences, in German language the main verb is in the first position:

‘‘Geht der Präsident nach US jeder Monat?’’ [9].

As for the English interrogative sentences, the auxiliary verbs are always used at the first position in the sentence:

‘‘Does the president go to the USA every month?’’ [9].

Talking about the compound sentences in English and German languages, we noted the following things.

Both English and German allow speakers to combine two or more main clauses within a single sentence. Being placed side-by-side within a grammatical unit, they of course ought to bear a logical relationship to one another, but of a different sort from what exists between a main clause and a dependent one. The connection between the two main clauses can be expressed by means of a coordinating conjunction, an adverb, or simply by proximity [4, p. 56].

Coordinating conjunctions are the most frequent way to link the independent clauses that are part of a compound sentence. The most common are und (and), aber (but), oder (or), sondern (although), and denn (because) [2, p. 78]. They do not affect the word order of the clause that they introduce (other words, they do not occupy the first position):

The conjunction und (and) connects two clauses, of which the second either adds related information or is a result of the first:

“Sie wollte ihre Eltern besuchen, und ich bin mitgegangen” - “She wanted to visit her parents, and I went along” [12].

As you can see, these sentences are very similar from functional and structural point of view. The conjunction aber (but) introduces a clause that contrasts with the one before it:

“Sie war auch im Kino, aber ich habe sie nicht gesehen”. - “She was also at the movies, but I didn't see her”.

In this pair of sentences, we noticed the only differences that the verb in the German sentences is at the final position.

The conjunction oder introduces a clause that presents an alternative to the one before it:

“Wir können es mitnehmen, oder wir können es hier essen” - “We can take it along, or we can eat it here”

The practical *significance* of the research is defined by the results of the study, which can help to understand the features of

simple and complex sentences in the English and German languages which material may be of help in the practical language classes in a bilingual context.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Москальская О.И. Теоретическая грамматика современного немецкого языка: Учебник для студ. высш. учеб. заведений. - М: Издательский центр «Академия», 2004. - 352 с.
2. Снегирева Н.С. Syntax der deutschen Sprache: Theorie – Омск: Омск. гос. ун-т, 2004. – 149 с.
3. Barber Ch. Linguistic change in Present-Day English. - Edinburgh, 1964. - 321 p.
4. Fries. Ch. The Structure of English. An Introduction to the Construction of English Sentences. - London, 1963. - 100 p.
5. Galperin I.R. Stylistic of English language. – Moscow: Science, 2005. – 453 p.
6. Ginzburg R.S. A course in modern lexicology. – Moscow: John Benjamins Publishing Company, 1990. – 423 p.
7. Giora R., Fein, O. On understanding familiar and less familiar language. - Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 432 p.
8. Ilyish B. The structure of Modern English. - M.-L. 1965 – 314 p.
9. Inosmi [Electronic source]. – URL: <http://inosmi.ru/social/20170415/23914827.html> (дата обращения 02.02.2017)
10. Kristin Denham and Anne Lobeck. Linguistics for Everyone. - Wadsworth, 2010. – 785 p.
11. Sapir E. Culture, language, and personality. - CA: University of California Press, 2009. – 563 p.
12. Spiegel [Electronic source]. – URL: <http://www.spiegel.de> (дата обращения 15.03.2017).
13. The Times Journal. [Electronic source]. – URL: <http://www.thetimes.co.uk> (дата обращения 21.12.2016)

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
АНГЛИЙСКОЙ ЛЕКСИКОЛОГИИ**

**TERMINOLOGICAL EQUIVALENTS, ANALOGUES
AND LACUNAS IN THE SYSTEM OF SPORTS
TERMINOLOGY IN THE ENGLISH AND RUSSIAN
LANGUAGES (BASED ON MASS MEDIA TEXTS)**

O.A. Bogacheva

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

The terminological vocabulary of sport is rich material for comparative analysis. Its lexical units denote concepts that are identifiable for speakers of the compared languages (in our case they are English and Russian).

A language, being closely related to the life of society, reflects the social, economic and political life. As society develops language enriched by new concepts, terms, each separate system has the features which are immediately reflected on the lexical composition.

The status of sports terminology is differently covered in the work of linguists-terminologists. For example, Yu.V. Ilyin assigns to it an intermediate position between technical and humanitarian terminologies [9, p. 81]. R.W. Popov believes that the sports term is a term, since 'he calls a professional-scientific and not naive concept and functions as a unit of the corresponding special language' [12, p. 8-9]. N.I. Zelinskaya proposes to distinguish two categories of lexical units used in the sphere of sport: sport terminology and sports vocabulary. At the same time sports terminology is a 'normative terminology used by specialists and used in special teaching aids, reference books', and sports vocabulary 'includes special terminology, algorisms and nonterminal words used in a special meaning. It is sport

vocabulary that is presented in sports reviews in printed pages, in speeches of sports commentators on radio and television' [7, p. 79].

Comparing the vocabularies of several languages kind of gaps can be found. These problems are called «lacuna». The dialogue of cultures is often difficult due to the presence of gaps having different nature, causes and requires different ways to fill them.

The merit which is connected with the expressing lacuna rightfully belongs to the Russian linguists. One of the most complex and fundamental problems of modern linguistics is the relation of a language and thought. It is concluded that there is no rigid connection between the concept of a language and form of its expression. The concept is not always verbalized as a 'language does not record everything that has a national vision of the world, but is able to describe all' [13, p. 48]. In this context, the study of differences of linguacultural national systems and ways to overcome these differences is a priority of lacuna theory.

Lacuna as a phenomenon is the property of all the lexical systems of a language. Muravev defines lacuna as 'the missing word of the language in another language'.

There are various typologies of lacuna or gaps made by different researchers. Generally, two types of major gaps are distinguished:

Intralanguage - no words in the language, stands out from the presence of close ones on the semantics of words in a particular lexical paradigm;

Interlanguage - the absence of a lexical unit in one of the languages, and its presence in another one.

Interlanguage gaps stand out only within a comparable pair of languages with their contrastive description of cases in which there are no appropriate units of one language in another one. Lacunas more than any other phenomenon, are characterized by features of the language in comparison with other units.

Lacuna phenomenon may be found in almost all languages of the world.

At the same time, based on the classification proposed by Muravev, we can note two other major groups of gaps:

- 1) the linguistic gaps;
- 2) ethnographic gap [11].

The linguistic gaps can be called so, because their presence does not depend on extra-linguistic reality, which is assumed identical, but on the fact that one language distinguishes and linguistically draws one part and a certain amount of this reality. And at the same time selects another language side and another amount of the same reality. However, it is clear that extra-linguistic reality of two nations can be considered identical only in general terms.

In turn, these two groups are divided by Muravev into several subgroups.

Absolute gaps. For the English language, there are such Russian words as *кипяток*, *сутки*, *именинник* and many others. Such words can be transferred into English only by using phrases: ‘boiling water’, ‘twenty-four hours’, ‘person whose name day it is’. People, who speak their own language, constantly use a certain range of their familiar concepts and ideas that create the familiar association. In order to express them in the language there are certain lexical means, which may be expressed in words or collocations.

Relative gaps. In contrast to the absolute gaps, relative gaps stand out when comparing the frequency of use of words with a total value in two languages. Relative gaps exist in the speech level of terms, the concepts expressed by compared words. Gaps can be relative when a word or a word form, existing in the national language, are used very rarely.

Vector gaps. They are highlighted by Muravev as based on conceptual mismatch of multilingual words. It is known, that ‘lexically fixed concepts in two languages are not always the same: it often happens that the concepts, having lexical

expressions in one language are increasingly relevant concepts in another language, as it includes the past, i.e., they are the types of generic concepts of another language. For example, English word *to marry* is a generic term in relation to the Russian *жениться* and *выйти замуж*.

The stylistic gap. A good example of stylistic gaps is Russian syntactic constructions with modal particles *неужели, разве, ведь, же,-то, и* and others. That is characterized by polysemy and high frequency of teaching Russian as a foreign language. All of these are used mainly to underscore, enhance the semantic content of a word or expression.

Ethnographic gaps. They are generated directly by the absence of certain things in this civilization. Isolation of ethnographic gaps are based on the fact that the reality of the two peoples is not completely identical. It could be some miracle if living in different conditions of life people of different nations would think with the help of the same systems with identical concepts.

Absolute ethnographic gaps. To identify absolute ethnographic gaps it is necessary to attract additional ethnographic criteria. From the name itself it is clear - ethnographic gaps are directly related to the national extra linguistic reality that makes us identify them in any time, as presence or absence and the relative abundance of the things (phenomenon) in the origin of a people. Attracting the ethnographic criteria for the identification of such gaps is especially necessary, because many dictionaries obscure significant semantic difference between English words, assuming equivalent words that mean in the different languages, although similar objects, but not identical.

The relative ethnographic gaps. To identify these gaps special language skills are not required. These gaps are directly connected with the facts of nation, distinct from national that usually strike the foreigner's eyes. The relative ethnographic gaps can be identified otherwise than linguistic.

Direct extralinguistic evidence of low words usage in the language can be a weak prevalence of the thing (phenomenon) in the people's way of life and a corresponding low value of the concept expressed by the word for this nation. The direct expression of the linguistic low prevalence of the subject in everyday life is the exoticism – a semantically unassimilated word.

Vector ethnographic gap. Vector ethnographic gaps occupy an intermediate position between the relative and absolute gaps. Indeed, based on the classification of the absence of an object (phenomenon) in one or another nation, they cannot be attributed to an absolute lacuna, since this thing exists in the life of both peoples, although it has no special designation in one of the languages. From this point of view, vector ethnographic gaps are close to the relative ethnographic lacunas, the allocation of which is known to come from the presence of the object (phenomenon) in both nations, but of a different significance in the life of their two peoples. Based on the allocation of language and speech levels, it should be noted that the vector gaps have much in common with the absolute, they both stand at the unite of language.

Associative gaps. These are 'the words or phrases that bring to the majority of native speakers associations which are generated by the national extra linguistic reality, national thinking and enshrined in a different language for different words or absent in other nations' [11]. Associative gaps appear in the non-identity of association enshrined in people's minds for words, multilingual equivalents in the various bases for the category of objects and phenomena. These associations are often explained by the peculiarities of the national perception of extra-linguistic reality, i.e. they keep language-ethnography character and they sometimes manifest themselves in the form of internal words (for example, Russian *подснежники* and English word *snowdrop* - literally - *снежная капля*).

The term is a special unit of a language, that has a special meaning, expresses a professional concept and enters the system of some language. The term, being a unit of the national language, is a part of a special linguistic subsystem, while performing the function of naming a professional concept. The term can be expressed by the names of nouns and verbs. Adjectives, participles, adverbs and numerals are recognized by the role of terminological elements in phrases based on nouns. From the point of view of structure, the term can be a word, a phrase or a imperative type of the suggestion.

The following provisions have been put forward.

1. The most productive ways of term making are borrowing, terminologization, metaphorization, metonymy.
2. Tracing, transcription and transliteration are the main methods of translation of English sporting terms in the text of the translation.

This study made it possible to identify what problems a translator may face when translating sport texts. These problems include:

1. Transfer of names.
2. Polysemy of sports language units.
3. Using different types of abbreviations and slang expressions.
4. High emotionality of the language of athletes.

In general, these problems are common for all sports, but still the specificity of every particular sport should be taken into consideration.

Here is one example with the comparative analysis that is made in the research. It illustrates the translation of sports boxing terms. When translating expressions *to feint left* into the Russian language we used grammatical transformation of the replacement of parts of speech – a Russian verb into an English noun, as well as descriptive translation – *обманное движение*, instead of a simple single-composition settled term - *финт* that exists in the Russian sport of boxing terminology. English boxing term *short*

right in the Russian version is represented by transfer from modulation values. Here the method of concretization is used and the term is translated into the Russian as *боевой удар правой*. The same happens with term *clear defeat* - *чистое поражение*. While the common word *canvas* in this context has undergone a restriction values and has been used in the description of the place of sports events. It is translated as *настил*, as it is the name of the cover ring for boxing competitions made in Russian literature, sports and community sports.

Borrowed terms in Russian sport terminology often occur due to lack of the useful equivalent in the Russian language.

Word-for-word borrowings under which the material form of the word and its meaning are borrowed, constitute the majority of borrowed terms. At the same time, a foreign-language word goes into the Russian language with the help of: transliteration or unmodified form as a foreign language blotches.

Márquez fainted left and threw one of the most vicious short rights in recent boxing history, hitting Pacquiao flush in the face and sending him to the canvas. It seemed oddly appropriate: Romney knows all about clear defeats emerging dramatically after close and tough battles.

Маркес сделал обманное движение левой и вдруг нанес один из самых страшных в современной истории бокса боковой удар правой, попав Пакьяо прямо в подбородок и отправив его на настил ринга. Подобная концовка казалась странно уместной – ведь Ромни хорошо знает, что такое чистое поражение после трудной борьбы с неясным исходом.

The second part of our research is a comparative analysis of the partial characteristics of one-component terminological units in the Russian and English terminology of rhythmic gymnastics. It demonstrated the symmetry of structural-linguistic models and the quantitative predominance of nouns.

The study of structural and semantic qualities in Russian and English terminology allows us to assert that:

1) the body of rhythmic gymnastics terms is not a set of lexical units, but is a system-structural formation;

2) the unification of language units into thematic groups is carried out on a logical-conceptual categories and on the basis of traditions existing in the system of gymnastic terminology.

In the presented research, the following types of language correspondences are revealed:

1) *linear correspondences* represented by one language unit in the comparing languages,

2) *vector correspondence* in which one term of one language can correspond to more than one term in another language,

3) *group matches* that occur when more than one term of one a language corresponds to more than one term in another language.

The absence of lacuna in the systems under consideration is due to extra linguistic reasons: the international status of rhythmic gymnastics, which ensures the presence in each of the national systems of rhythmic gymnastics of the corresponding concepts (objects, elements, exercises, etc.)

In the course of the study, the analysis of gymnastic terms in English is conducted and variants of their translation are offered. The study helps to understand the use of terms and ways of their translation from English into Russian.

REFERENCES

1. Абулханова Р.Г. О некоторых способах образования спортивных терминов в английском языке / Р.Г. Абулханова // Проблемы совершенствования системы физического воспитания в высших учебных заведениях в современных условиях. – Казань: Изд-во Казан. гос. технол. ун-та, 2008. – С. 11-13.

2. Васильева Н.В. Термин / Н.В. Васильева // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 508 – 509.

3. Гак В.Г., Ганшина К.А. Новый французско-русский словарь. – 11-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз. – Медиа, 2006. – 1160 с.
4. Гимнастика: учеб. для студентов / М.Л. Журавин и др.; под ред. М.Л. Журавина, Н.К. Меньшикова. – М.: Академия, 2005. – 443 с.
5. Дулетов Е. О терминологии / Е. Дулетов // Гимнастика. – 1937. – № 3. – 7 с.
6. Задорожный М.И. О границах полисемии и омонимии. – М.: Изд-во Московского университета, 1971. – 71 с.
7. Зелинская Н.И. Словообразование в спортивной терминологии (на материале легкоатлетической) // Очерки по русскому языку и стилистике. – Кишинев, 1974. – С. 79 – 87.
8. Ильин Ю.В. Опыт социально-лингвистической характеристики спортивной лексики // Морфологические и семантические проблемы слова как номинативной единицы. – Горький, 1988. – С. 80 – 87.
9. Ильин Ю.В. Семантическая характеристика английских спортивных терминов // Вопросы морфологического и семантического анализа лексики в германских языках. – Горький, 1983. – С. 49 – 55.
10. Карасик В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Перемена, 1992. – 330 с.
11. Муравьев В.Л. Лексические лакуны. - Владимир: ВГПИ, 1975.
12. Попов Р.В. Русская спортивная терминология: На материале баскетбольной терминосистемы: дис. ... канд. филол. наук. – Северодвинск, 2003. – 264 с.
13. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М., 2000.
14. Ярмолинец Л.Г. Способы передачи значений английских спортивных терминов на русский язык / Л.Г. Ярмолинец, Н.Т. Агафонова // Семантические и

прагматические особенности языковых единиц в сопоставительной лингвистике. – Краснодар, 1994. – С. 49-53.

15. Catford, J. C. A Linguistic Theory of Translation. An Essay in Applied Linguistics. London: OUP, 1965.

SPANISH BORROWINGS AND SUBJECT SPHERES OF THEIR USE IN THE ENGLISH LANGUAGE

M.O. Gagarinskaya

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

In spite of the fact that there is a set of researches of process of borrowing, in which influence of Spanish on English (for example, works on history of development of English of foreign linguists such as O. Barfield, A. Bo), wasn't made an attempt to classify the borrowings which came to English through Spanish. The purpose of this course paper consists in a research of features' development of the language relations in the process of interaction of English and Spanish languages.

Relevance of this work is caused by a research of process of borrowing and interference of the English and Spanish languages.

To achieve the goal of the research were formulated the following tasks:

- 1) to consider a concept of language borrowing;
- 2) to consider a number of classifications of the borrowed lexicon;
- 3) to analyze and determine the historical period of assimilation of the Spanish borrowings in English;
- 4) to give the comparative-historical analysis of borrowings on morphological accessory;
- 5) to describe methods of borrowings;
- 6) to reveal functional features of borrowings.

As the object of the research act language units: words, phrases, set phrases which are borrowings from Spanish. The

subject of the research is functional loading of the Spanish borrowings in English.

Work consists of introduction, two chapters, the conclusion and the list of literature.

The role of borrowings in the development of the English vocabulary

Etymologically the vocabulary of the English language is far from being homogenous. It consists of two layers the native stock of words and the borrowed stock of words. Numerically the borrowed stock of words is considerably larger than the native stock of words.

In fact native words comprise only 30 % of the total number of words in the English vocabulary but the native words form the bulk of the most frequent words actually used in speech and writing. Besides, the native words have a wider range of lexical and grammatical valency, they are highly polysemantic and productive in forming word clusters and set expressions.

Borrowed words or loan words are words taken from another language and modified according to the patterns of the receiving language.

In many cases a borrowed word especially one borrowed long ago is practically indistinguishable from a native word without a thorough etymological analysis. The number of borrowings in the vocabulary and the role played by them is determined by the historical development of the nation speaking language.

The most effective ways of borrowing is direct borrowing from another language as the result of the contacts with other nations. Though, a word be also borrowed indirectly not from the source language but through another language.

When analyzing borrowed words one should distinguish between two terms-source of borrowing and origin of borrowing. The first term is applied to the language from which the word was immediately borrowed and second-to the language to which the word may be different approaches to classifying the borrowed stock of words. The borrowed stock of words may be classified

according to the nature of the borrowing itself as borrowing proper, loans translation and semantic loans.

Loan translation or calque is a phrase borrowed from another language by literal word-for-word translation.

Semantic loan is the borrowing of the meaning for a word already existing in the English language.

The reason of appearance of borrowed words in the English vocabulary

In face-to-face communication, either speaker may imitate some feature of other's speech; when the contact is indirect, as in reading, the influence can pass only in one direction. The feature which is imitated is called the model; the idiolect (or language) in which the model occurs, or the speaker of that idiolect is called the donor; the idiolect which acquires something new in the process is the borrowing idiolect. The process itself is called 'borrowing', but this requires some cautions.

The analysis of the Spanish-English dictionary consisting of 17000 words which is carried out by us (from a to z), has allowed to reveal 772 Spanish and English nouns with suffixes -cion and -tion during the modern period (table 1).

Spanish and English nouns with suffixes –cion, –tion

| Spanish | English |
|-------------|--------------|
| „A“ | |
| Aberracion | aberration |
| Abnegacion | abnegation |
| Abolicion | abolition |
| Abreviacion | abbreviation |

With suffixes -or, -er us has been revealed 76 Spanish and English words. The Spanish suffix -or – 72, the Spanish suffix -er – 5, the English suffix -or – 58, the English suffix -er – 16 (table 2).

Spanish and English nouns with suffixes -or, -er

| Spanish | English |
|---------------|---------------|
| «A» | |
| Acelerador | Accelerator |
| Administrador | Administrator |
| Alternador | Alternator |

The majority of loans of Spanish keeps the overseas shape and is used in English in the stylistic purposes, most often for giving of local color to the narration.

In any language and a dialect there are words which don't have the brief translation in other languages. It is so-called unequal vocabulary. In case of loan in foreign language unequal words are called exotic lexicon (exoticism). So, the tobacco delivered to Europe in the 16th century was widely adopted in England soon. Owing to what and the word designating it has strongly taken roots in English: from him are made in the 17th century of Tobacco-box "snuffbox", "box for storage of snuff tobacco", tobacco-pouch "tobacco pouch" tobaccopipe "pipe" in the colloquial and familiar use the word tobacco was reduced in baccy. The word armada (from sp. armado) "armed" in the 20th century receives new value "big group of planes".

Conclusion

The conducted research of dictionary structure of modern English allows to draw a number of conclusions.

1. The dictionary structure of modern English is etymologically mixed. Long and multilateral impact of other languages on dictionary structure of English has led to penetration of a large number of foreign-language loans.

2. Despite extensive inflow of foreign words, loans have undergone transformations according to phonetic, grammatical lexical standards of English.

3. Loan process by English came from Spanish in the 16th century during the new English period. The abundance of a large

number of words of a Romance origin allows to draw a conclusion that assimilation of Spanish in English was carried out without the strong resistance of language basis. In the course of loan of the word undergo morphological and phonetic changes. Thanks to numerous lexical loans, a number of affixes and prefixes has exerted impact on morphological structure of English.

4. Everything in language is exposed to changes at the expense of numerous lexical, the phonemic and morphemic loans. Also phonetic and semantic assimilation of the Spanish loans takes place in the Southern Spain and Latin America. During the research the analysis of lexical and phonetic elements is made in Spanish of Spain and Latin America. The list of words of English, Spanish and Spanish of Latin America is provided. It has been revealed that English with Spanish language of Spain has similarity in phonetics and semantics whereas with Spanish of Latin America there are divergences.

REFERENCES

1. Амосова Н.Н. Этимологические основы словарного состава английского языка. – М., 1956.– 218 с.
2. Аристова В. М. Англо–русские языковые контакты (англизмы в русском языке) – Л.: Из-во Ленинградского университета, 1978.– 152 с.
3. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка [Текст] / И.В. Арнольд. – М.: АспектПресс, 2001. - 536 с.
4. Брунер К., История английского языка. В 2-х томах. Том 1 [Текст] / К. Брунер. - ЛКИ, 2010. – 720 с.
5. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
6. Геранина И.Н. Заимствованная лексика в аспекте изучения языковой личности (на материале записок XVIII века), Известия ПГПУ, Гуманитарные науки: сб. науч. ст.

[Текст] / И.Н. Геранина. – Пенза, 2008. – Вып. 9(13). – С. 22-24.

7. Дубенец Э.М. Лингвистические изменения в современном английском языке: Спецкурс [Текст] / Э.М. Дубенец. – М.: Глосса-Пресс, 2003. – 256 с.

8. Жакупова С.Х. К вопросу о роли германских элементов в развитии французского языка // Материалы республиканской научно-теоретической конференции, посвященной 10-летию института языка и перевода “Лингва”. – Караганда, 2006. – С. 61.

9. Исаев М.К. Особенности национальных вариантов английского языка в мире // Вестник КазУМОиМЯ им. Абылай хана. Серия «Филология» – № 2(6). – Алматы, 2003.– С. 34-39.

10. Карлинский А.Е. Социально-экономическая структура общества и двуязычия // Языковые ситуации и взаимодействие языков. – Киев, 1989.– С. 7-22.

11. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Учебник для институтов и факультетов ин. яз. [Текст] / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1986. – 336 с.

12. Лещева Л.М. Слова в английском языке [Текст] / Л.М. Лещева. – Мн.: Академия управления при Президенте РБ, 2001. – 179 с.

13. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминов-элементов [Текст] / Д.С. Лотте. – М.: Наука, 1982. – 152 с.

14. Мейе А. Сравнительный метод в историческом языкознании. – М.: УРСС, 2004. – 104 с.

15. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка [Текст] / А.И. Смирницкий. – М.: Просвещение, 2000. – 260 с.

16. Хауген Э. Процесс заимствования. Новое в лингвистике [Текст] / Э. Хауген. – М.: Прогресс, 1985. – С. 344.

17. Ярцева В.Н. История английского литературного языка IX – XV вв. [Текст] / В.Н. Ярцева. – М.: Наука, 1985. – 247 с.
18. Algeo, J. (1996) Spanish loan words in English before 1900, - 13-40 с.
19. Allen, M. Car Clinic Q+A. Popular Mechanics, 2008. - 108 с.
20. Carrol, D., Historical linguistics. Cambridge, Mass: MIT Press. 2000
21. Ciabattari, J., Arabella Leaves. Ms., (4) 2002 - 156 с.
22. Hara, Y. The use of Loanwords In English Vocabulary Learning. 2011-230 с.
23. Wedgwood H., A English Etymology. – London, Trübner & CO., 8 & 60, Paternoster Row, 1872. – 830 с.
- SOURCES OF ILLUSTRATIVE MATERIAL
24. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов [Текст] / О.С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 608 с.
25. Маковский М. Большой этимологический словарь современного английского языка [Текст] / М. Маковский. – М.: Либроком, 2014. – 528 с.
26. Ярцева В.Н. Большой Энциклопедический Словарь [Текст] / В.Н. Ярцева. – М.: Научное издательство «Большая Российская Энциклопедия», 1998. – 687 с.
27. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Калька_\(лингвистика\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Калька_(лингвистика)) Энциклопедия «Вокруг света» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vokrugsveta.ru/encyclopedia/index.php?title=История_английского_языка
28. Этимологический онлайн-словарь английского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.etymonline.com>, 2001.
29. Baugh A.A. and Cable Th. A History of the English Language. – 5 Edition New York, 2001. – 447 p.

30. Hoad T.F. The concise Oxford dictionary of English. – Oxford, 1993. – 552 p.

31. Kenfield D. Spanish-English dictionary. – USA, 1987. – 475 p.

32. Wedgwood H., A Dictionary of English Etymology. – London, Trübner & CO., 8 & 60, Paternoster Row, 1872. – 830 c.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

Е.Ю. Хохлачкина

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

В повседневной жизни мы постоянно используем понятие «цвет». Цвет – это явление физического мира. Мы воспринимаем цвета органами зрения и преобразуем их в зрительном анализаторе головного мозга. Каждый человек знаком с ощущением цветности.

Многие научные отрасли, в том числе лингвистика, рассматривают проблему цветовосприятия. В рамках лингвокультурологического подхода ученые выделяют такой элемент культуры, как цветонаименования.

Колоративы, или цветонаименования/цветоозначения, представляют собой одну из форм лексических универсалий, представленных в большей степени прилагательными, обозначающих те или иные цвета. Понятия «цвет» и «колоратив» соотносятся в схожей мере, что иные слова с обозначаемыми ими явлениями, однако данное соответствие не абсолютно тождественно. Невозможно заменить одно понятие другим с сохранением точности восприятия.

Слова цветообозначения в разных языках обладают большим информационным потенциалом, который представляет собой многоуровневую систему цветовой символики. Мы должны отдавать отчет, что все люди на

планете не могут размышлять одинаково, а, значит, восприятие действительности разное. В свою очередь, цветовидение, понимание и перевод цветообозначений представляет определенную сложность.

Общеизвестно, что носители разных языков выделяют определенное количество основных цветов, отсюда в языке имеется некоторое количество колоративов для их обозначения. Действительно, представители разных народов, носители разных культур членят цветовой спектр не одинаково, однако это вовсе не означает, что в их видении цветов не существует, наоборот все цвета различаются, даже если для них нет названия. Такое деление носит субъективный характер, и критерием выделения выступает факт, считается ли носителем языка определенный цвет самостоятельным либо его оттенком.

При изучении семантики цвета в английской лингвокультуре, следует, прежде всего, обратить внимание на ее базовые цвета.

Ученые-лингвисты пришли к выводу, что большинство существующих к настоящему времени языков на начальном этапе своего развития включали только черный и белый цвета. Этого было достаточно для описания всего многообразия цветового спектра. Черным обозначались все темные цвета, а белым – все светлые. На следующей стадии развития языков появилось название для красного цвета и его оттенков [3, с. 2].

Различение и определение именно цветов красного, белого и черного связано с проведением параллелей между окружающим миром (кровь, огонь, молоко, мрак) и ассоциациями, которые они вызывают у человека. Функции человеческого организма плюс наложенный на них душевный опыт стали основой для образования цветовой классификации.

В английском языке цветообозначение white обладает довольно большим количеством значений, занимает лидирующую позицию среди всех цветов. Белый цвет

символизирует мир (white dove, white flag), причастность к благу, чистоте, источнику сил и здоровья, невинность (white boy, white-headed boy – любимый, счастливый; white son – любимый сын), безобидность (a white lie – ложь во спасение, white war – война без кровопролития). Тем не менее белый цвет имеет и некоторые негативные значения, такие как болезнь (white as a sheet), ложь, лицемерие (whited sepulcher), бесполезность (white elephant) [3, с. 4].

Понимание любого слова становится более точным, полным при рассмотрении его в устойчивых сочетаниях.

В художественной литературе белый считается одним из самых употребительных цветоименований и во многом противоречивым. С одной стороны, его исходным значением был «свет», он отождествлялся с жизнью, чистотой, истиной, благородством и красотой. С другой стороны, белому цвету отведена роль передачи тревоги, страха, горя, физического нездоровья. Например, при описании изменения цвета лица в эмоциональном состоянии страха, безжизненности и болезни, используют прилагательные: white, pale.

He was pale and there were dark signs of sleeplessness beneath his eyes. [9, p. 90] - Он был бледен, под глазами темнели следы бессонной ночи. [8, с. 40]

Their pale, terrified faces stared out the windows. [12, p. 128] - Побледневшие, испуганные пассажиры смотрели в иллюминаторы; и ему никто не ответил. [6, с. 113]

Черный цвет издавна символизировал печаль, зло, скорбь, смерть, болезни, пустоту и позор, в первую очередь, благодаря суеверным представлениям человека. У англичан этот цвет всегда ассоциировался с чем-то отрицательным [7 с. 83].

По количеству значений данное цветоименование следует за прилагательным white. Большая часть значений прилагательного black – черный в английском и русском языках совпадают. Конечно, первая ассоциация это темнота (black as coal, black as ink, black as night) Здесь дело обстоит с имплицитным способом обозначения самого черного цвета, а

именно, посредством называния предметов, цветовой признак которых закреплен в английском быту и английской культуре на уровне традиций [3, с. 2].

Плохое, пугающее, безнадежное, несчастье, опасность (to paint a black picture of, a black day, black dog, black spot, black mark beside one's name) - черный вызывает негативные эмоции (black look, black in the face, one's black deeds, black eyed). Следует отметить, что семантика черного цвета имеет не только отрицательное значение, порой приобретает положительную оценку, если речь идет о богатстве, успехе, прибыли (black gold, to be in the black – финансово успешный). Вдобавок черный цвет символизирует будничное, заурядное, обычное, не праздничное: black letter-day – будний день [3, с. 3].

В литературе «black» ассоциируется с несчастьем, неприятностями, гневом, мраком и используется для описания темноты и усиления чувства страха.

Outside in the night, a black capful of wind shook the motel. [11, p. 63] - *Мотель задрожал от порыва черного, ночного ветра.* [5, с. 98]

I laughed, and the sound was as black and as bleak as that moonstruck sky overhead. [11, p. 543] - *Я смеялся над ним, и звук моего хохота был таким же пустынным и черным, как небо у меня над головой.* [5, с. 564]

Прилагательное «blue» обладает широким спектром значений в английском языке. Зафиксированы следующие значения данного прилагательного: to feel blue – грустить, blue in the face – обессилеть, изнемогать, to do something till one is blue in the face – делать что-то до потери сознания, до посинения, once in a blue moon – очень редко, почти никогда, talk a blue streak - говорить непрерывно, все время, очень быстро, тараторить как заведенный, a blue film / movie/ joke – непристойный, неприличный [13].

Цветонаименование «blue», оставаясь неотъемлемой единицей цветовой палитры английского языка,

используется в художественных текстах для описания психологического состояния персонажа.

Murder is blue, Ralph thought, holding the phone at arm's length and staring with wide-eyed unbelief as the blue rays began to bend and drip toward the floor. It wasn't anything I ever wanted to know, but I guess I know it anyway: murder is blue [10, p. 262]. - *Убийство – синего цвета, подумал Ральф, держа телефон в вытянутой руке и с недоверием глядя на то, как синие лучи загибаются вниз и стекают на пол. Это отнюдь не та вещь, которую мне бы хотелось, но, кажется, я все равно это знаю: убийство – синего цвета* [4, с. 184].

Также можно отметить употребление данного колоритива при описании окружающей среды.

He was glad a little later when he noticed a change in the room, a blue quickening by the window, and realized that dawn wasn't far off. About five o'clock it was blue enough outside to snap off the light. [9, p. 170] - *Немного спустя Михаэлис с облегчением заметил какую-то перемену в комнате. За окном посинело, и он понял, что утро уже близко. К пяти часам синее стало голубым, и можно было выключить свет.* [8, с. 75]

В английской культуре красный цвет «red» также имеет немаловажное значение, символизируя цвет крови или огня, борьбу, войну, гнев, ярость. Он ассоциируется с эмоциями (to turn red with embarrassment / anger, to be like a red rag to a bull). Он символизирует опасность (red alert, red light) убытки (to be in the red), торжественность, гостеприимство (red carpet), неодобрение (to catch smb's red hand – ловить кого-то с поличным, to paint the town red – кутить) [3, с. 7].

Примечательным является то, что в русском языке некоторые явления можно описать, используя другие прилагательные цвета (например, рыжий, говоря о цвете волос), в то время как в английском языке используется все то же прилагательное red.

Цветонаименования занимают значительное место в художественной картине мира, цветопись – обязательный элемент художественной литературы. Специфика тех или иных отобранных лексических единиц зависит от неповторимого авторского стиля.

Слова-цветообозначения распределяются в тексте для воссоздания наглядной цветовой картины мира. Каждая отобранная автором лексическая единица несет особый смысл. Автор отбирает их с целью воздействия на читателя. Цвета, а также их сочетания способствуют формированию определённого настроения [1, с. 110].

Ко всему вышесказанному можно добавить, что выделяют однокомпонентные, двухкомпонентные и сложные цветообозначения. Однокомпонентные цветообозначения могут быть представлены основными цветообозначениями (black, red, blue), от корней данных лексем образуются глаголы со значением цвета (red adj. – redden v.) и существительные с абстрактным значением (black adj. – blackness n); гипонимы базовых цветообозначений, уточняющие оттенок (golden, crimson, emerald), двухкомпонентные представляют собой сочетания двух основ прилагательных (purple-red, indigo-blue, yellow-brown) либо прилагательного и существительного (dove-coloured, fox-coloured), слова с интенсификаторами (pale blue, dark red, deep green). Многокомпонентные цветообозначения представлены фразами, предложениями или микроконтекстами, в которых элементы характеризуют или уточняют цветообозначение, к таковым относятся отпредметные наименования цветов (colour of the English sea, colour of rotting fruit, colour of sunshine on sand) [2, с. 24].

В художественных текстах статистически преобладают простые цветообозначения. Самой высокой частотностью употребления обладают прилагательные «white» и «black». Лексико-семантическое поле в основном состоит из прилагательных, реже из существительных и глаголов.

Стилистически некоторые прилагательные цвета можно отнести к словам с нейтральной окраской, но большая их часть всё-таки принадлежит к поэтической лексике. Но многое, конечно же, зависит от контекста, и порой автор выбирает непривычные сочетания цветовой лексики, которые являются важнейшими средствами создания выразительности в произведениях. Эти единицы распознаются читателем и вызывают определенные эмоции. Благодаря такой лексике автор воссоздает мир, придавая ему наглядности.

В заключение можно сказать, что в английском языке преобладают прямые значения цветоименований для описания внешности героев, их одежды, предметов, и природы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бахилина Н.Б. История цветообозначений в русском языке. - М.: Наука, 1975. - 289 с.
2. Василевич А.П. Этимология цветоименований как зеркало национального культурного сознания. - М.: КомКнига, 2007. - 320 с.
3. Гущина Л.В. Специфика идиоматического цветообозначения в английской лингвокультуре / Л.В. Гущина // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2013. – № 4 : [сайт] – URL: <http://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/article/view/657> (дата обращения 08.11.16).
4. Кинг С. Бессонница. - М.: АСТ, Астрель, 2010. - [359 с.] : То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://iknigi.net/avtor-stiven-king/59195-bessonnica-stiven-king.html> (дата обращения 10.12.16).
5. Кинг С. Команда скелетов / С. Кинг. - М.: АСТ, 2008. - [871 с.] : То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://booksbest.org/knigi/2474-king-stiven-komanda-skeletov> (дата обращения 29.10.16).

6. Кинг С. Лангольеры. - М.: Астрель, 2012. - [139 с.] : То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://iknigi.net/avtor-stiven-king/59071-langolery-stiven-king.html> (дата обращения 29.10.16)
7. Москович В.А. Система цветообозначений в современном английском языке / В.А. Москович // Вопросы языкознания. – 1960. – № 6. – С. 83 – 87.
8. Фицджеральд Ф.С. Великий Гэтсби. - М.: Im-Werde-Verlag, © F. S. Fitzgerald «Great Getsby», 1925, Перевод Е. Калашниковой © «ImWerdenVerlag» 2001. - [85 с.] : То же [Электронный ресурс]. - http://imwerden.de/pdf/fitzgerald_great_getsby.pdf (дата обращения 25.11.16)
9. Fitzgerald F. S. Great Getsby. - © F. S. Fitzgerald «Great Getsby», 1925 - [193 p.] : [electronic resource]. – URL: <http://www.planetebook.com/ebooks/The-Great-Gatsby.pdf> (дата обращения 25.11.16)
10. King S. Insomnia. – Publisher: Viking, Copyright © Stephen King, 1994 – [507 p.] : [electronic resource]. – URL: <http://www.twirpx.com/file/1619597/> (дата обращения 10.12.16).
11. King S. Skeleton Crew. - Publisher: First Signet Printing, Copyright © Stephen King, 1986 - [824 p.] : [electronic resource]. - URL: <http://cf.edliostatic.com/XbcaxvxMPim8adoRdpFEHDRvn3CWW89s.pdf> (дата обращения 14.11.2016)
12. King S. The Langoliers. – 1990 – [158 p.] : [electronic resource]. – URL: <http://people.csail.mit.edu/jim/temp/The%20Langoliers.pdf> (дата обращения 14.11.2016).
13. Longman Dictionary of Contemporary English Online : [electronic resource]. – URL: <http://www.ldoceonline.com> (дата обращения 07.12.2016).

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПЕРЕВОД

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Т.Р. Айвазова

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Трудно представить себе современную жизнь без кино и кинематографа. Этот вид искусства прочно вошел в нашу жизнь и занял в ней очень важное место. Кроме приятного времяпрепровождения, кинематограф также выполняет важные философские и социальные функции: культурный обмен, формирование мировоззрения, сохранения и передачи информации от поколения к поколению и прочее.

При постулировании культурной ценности кинематографа, становится актуальной проблема правильности перевода иностранных фильмов. Вполне очевидным является тот факт, что от качества перевода иностранного фильма зависит адекватность полноценной передачи его смысла для нашего зрителя. Ведь неудачно подобранным словом можно исказить суть исходного материала до полной неузнаваемости и невозможности сличения перевода с оригиналом.

Знакомство с любым фильмом, будь-то популярная продукция для широкого круга зрителей или же неформатное независимое авторское кино, начинается с его названия. Именно названия фильмов размещаются на афишах, упоминаются в фильмах, телепередачах и книгах, прощаются говоря, именно они служат визитками, культурными «метками». Вот почему проблемы, которые возникают при переводах названий фильмов, важны и актуальны.

Нужно отметить, что на сегодняшний день в России около 3 тыс. современных киноэкранов. В США их примерно 40 тыс. Они превосходят более чем в 10 раз, а по населению - чуть больше, чем в 2 раза (312 млн человек в США и 143 млн человек в России). Во Франции около 6 тыс. экранов при населении 65 млн человек, в Испании - около 4,5 тыс. на 47 млн человек. Исходя из аналогов, понятно, что для нормальной кинопрокатной отрасли России нужно иметь в стране минимум 10 тыс. экранов [4].

Но проблема не только в количестве. Вся российская сеть кинотеатров (современных около 1 тыс.) сконцентрирована в крупных городах и областных (краевых) центрах. Всего в городах России проживает порядка 100 млн человек, и из них примерно 30 млн - в средних и малых городах. Они сегодня не охвачены кинопрокатом вовсе.

Во Франции доля отечественного кино в прокате составляет около 30 % - и это единственная европейская страна, сохранившая собственный кинематограф как отрасль и как индустрию. Защита и поддержка национальной культуры во Франции реальна, и членство в ВТО не мешает ей это делать. А российское правительство на предложение облагать иностранные фильмы в российском прокате НДС отвечает отечественным кинематографистам, что не может этого сделать по условиям ВТО.

Китай берёт на свой огромный кинопрокатный рынок только 35 иностранных картин в год. И никакая ВТО (которой он уже давно член) не мешает Китаю так поступать. Более того, Китай выплачивает иностранному производителю только 25 % от кассовых сборов. Это и означает, что Китай имеет национальную культурную политику, а Россия пока нет.

В США снимается в год около 400 кинокартин. В России - примерно 60 фильмов. Хорошо известны пропорции, исторически сложившиеся в мировой киноотрасли: примерно 10 % от всей выпускаемой

продукции являются успешными. При этом на российский киноэкран в 2015 году вышло чуть больше 50 российских фильмов и более 230 зарубежных. Суммарный бюджет производства 20 иностранных картин, давших максимальные сборы в России в 2015 году, составил 3,07 млрд долларов, а российских 18 картин - 111,6 млн долларов, то есть примерно в 30 раз меньше. Средний производственный бюджет голливудского фильма из этой двадцатки - 153,5 млн долларов, а российского фильма из этих 18 - 5,580 млн. Бюджеты на организацию проката, продвижения фильмов у российского и иностранного производителя также не сопоставимы [4].

Известно, что название (как фильмов, так и книг) играет огромную роль в последующем маркетинге продукта. Если название интересное и звучит как-то интригующе, то человеку непременно захочется посмотреть, о чём же сам фильм. А если название скучное и ни о чём не говорящее, то и ассоциации будут такими же.

Многие англоязычные названия фильмов - это либо игра слов, либо какое-то устойчивое выражение, весьма трудное для перевода (а если и возможно перевести, то трудно записать двумя-тремя словами, передав полностью весь смысл). Один из самых известных примеров такого названия - это, скорее всего, знаменитый *Die Hard*. Если переводить дословно на русский, то получится - «мучительная смерть» или «сопротивление до конца». В первом случае название - какое-то сильно траурное и мрачное. Вряд ли многие захотят смотреть фильм с данным названием. Второй вариант немного лучше, но тоже не привлекающее название. Но самое главное, что ни один из этих названий самой сути фильма не отражает. В России в прокат фильм вышел под названием «Крепкий орешек», что звучит более гармонично и продаваемо [1, с. 65].

Нужно ещё учитывать и особенности культур разных стран. Вот есть такой голливудский фильм, как *The hangover*.

Дословно его перевести очень легко: «Похмелье». Но в России к похмелью относятся совсем не так, как в той же Америке. В России этот термин имеет явный негативный контекст и вызывает скорее отрицательные эмоции, чем положительные.

Одной из самых распространенных ошибок, которую допускают переводчики, – это не проявление достаточного внимания и рвения, то есть они не отягощают себя лишним обращением к словарям, не вникают в суть идиомы или пренебрегают явной игрой слов в оригинальном названии. Таким образом, в конечном результате теряется не только смысл, но и тон или настрой оригинала. Например, своеобразный американский ужастик «The Faculty» был переведён как «Факультет», тогда как герои фильма-то учатся в школе. «При чем здесь «факультет»?» – недоумевает русский зритель. А все дело в том, что если бы переводчик проявил немного больше усидчивости и усердия, то ему стало бы известно, что слово «faculty» с английского переводится ещё и как «преподавательский состав учебного заведения». В таком случае становится очевидна связь между сюжетом фильма и его названием, ведь по сценарию пришельцы как раз и вселяются в школьных учителей, которые становятся целой сплоченной группой негативных героев [2, с. 30].

Следующая проблема перевода имеет место в случаях, когда переводчик не имеет достаточно глубоких знаний языка и не видит скрытого смысла, так как название, например, является частью пословицы или крылатого выражения. Для носителей исходного языка подспудный смысл будет понятен без лишних объяснений, но переводчик упускает данный факт из виду и в итоге русский вариант становится непонятным зрителю.

Рассмотрим в качестве примера фильм Майкла Мура «Fahrenheit 9/11», который был переведен отечественными переводчиками как «Фаренгейт 9/11». К сожалению, для

русского зрителя связь между сюжетом и названием осталась загадкой. На самом же деле в названии фильма имеется намёк на известный роман американского фантаста Рэя Бредбери «451 градус по Фаренгейту» (на языке оригинала «Fahrenheit 451»). Это говорит о тонкой иронии режиссера и проведенной им аналогии между реальными событиями и вымышленным миром, в котором все граждане находятся под контролем у государства. Поэтому более органичным и понятным был бы русский перевод «9/11 по Фаренгейту». А, учитывая тот факт, что в нашей стране пишется сначала день, а потом месяц даты, то ещё лучше было бы перевести название как «11/9 по Фаренгейту».

Проблемы такого типа возникают, когда переводчик не учитывает культурной среды исходного названия фильма и, упрощая себе жизнь, прибегает к простому дословному переводу. Тогда же, когда название фильма должно быть не только адекватным сюжетной линии фильма, но понятным и органичным для, так сказать, «принимающей стороны» – зрителей из другой культурной ситуации. Но и тут следует всегда сохранять меру, дабы не попасть в курьезную ситуацию. Например, В.Н. Комисаров в своей книге «Введение в современное переводоведение» упоминает о попытке японских переводчиков с девятнадцатого века адаптировать название повести «Капитанская дочка» А.С. Пушкина к реалиям японской культуры, что в итоге получилось как «Дневник бабочки, размышлявшей о душе цветка. Новые вести из России». Вполне возможно, что такой вариант более приемлем для японцев, но «русского» (в культурном смысле) в таком переводе уже мало что осталось [4].

Не менее важным недостатком также является стилистическое несоответствие оригинала и перевода, которое возникает в случаях, когда переводчику так и не удастся найти наиболее оптимальный по смыслу, настрою и стилю русский эквивалент для названия. Если переводчик

согрешил именно таким способом, то «механичность» и «натянутасть» перевода видна «невооруженным глазом». В таких случаях чаще всего используются дословные переводы с нехарактерным для русского языка построением предложений. Так, названия известных американских фильмов с Робертом Де Ниро «Analyze This» и «Analyze That» перевели как «Анализируй это» и «Анализируй то». Такой технический перевод вроде, как и правильный, но проблема в том, что для русского языка такая конструкция нетипична и поэтому сразу видно, что фильм «не наш». Да и от ироничности, заложенной в оригинальных названиях, к сожалению, мало что осталось. Для сохранения стилистического соответствия фильм можно было бы назвать как «Мозгоправ» или «Тяжелый случай», что ещё очень хорошо бы отобразило и отношения между главными героями.

Вникая в проблемы перевода фильмов, часто можно встретить, что перевод названия киноленты неудобно читаемый и больше похож на название научного доклада, нежели развлекательной продукции. Для сохранения оригинального антуража и передачи атмосферы фильма переводчикам иногда приходится менять названия практически до неузнаваемости. Но, перевод, если он удался, от этого только выигрывает. Конечно же, переводчик должен обладать для этого не только знаниями, но определенным вкусом и интуицией. В качестве одного из наиболее удачных примеров можно вспомнить об американском фильме «В джазе только девушки». И хоть русское название и не имеет ни единого общего слова с оригиналом «Some Like It Hot», по ритмике и стилю оно более чем органично. Наверное, именно благодаря исключительной удачности первого перевода и провалилась попытка некоторых «натуралов» ввести в русский оборот оригинальный перевод «Некоторые любят погорячее» [5, с. 147].

Не менее редко приходится сталкиваться с тем, что недостаточная проницательность переводчика в итоге приводит к несоответствию между видеорядом фильма (его смыслом) и переводом его названия. В таком случае зритель снова остается в недоумении по поводу связи между названием фильма и его содержанием.

Так, название американского вестерна о жестоких перестрелках на Диком Западе «The Quick and the Dead» для англоязычного зрителя вполне понятно, так как само выражение «the quick and the dead» взято из Библии и имеет устойчивое значение «живые и мертвые». То есть становится понятно, что тот, кто быстрее, тот не будет мертвым, следовательно останется живым. Тогда как русские зрители, читая названия фильма «Быстрый и мертвый», не могут понять: как мертвый может быть быстрым, да и почему он должен им быть? Такое название производит впечатление, что речь идёт об одном и том же человеке, можно подумать, что фильм снят о каком-нибудь шустром зомби или вампире. Было бы куда понятнее с переводом «Выживает быстрее» или «Кто быстрее, тот и выживает» [4].

Как уже было отмечено, при переводах оригинальное название может измениться до абсолютной неузнаваемости, и это не всегда есть негативным явлением. В процессе перевода текстов, фильмов, книг, песен их названий существует очень много «подводных камней», начиная от грамотной правильности переводов и заканчивая их смысловой информативностью и атмосферной адекватностью. Так или иначе, переводчик должен учитывать все моменты и стараться избегать вышеперечисленных ошибок. Именно переводчик всегда выбирает стратегию перевода и принимает решение о конечном результате.

Например, при переводе названий известных американских фильмов «The Square Peg» и «A Stitch in Time» их идиоматический подтекст («the square peg in a round hole»

– «человек не на своем месте» и «a stitch in time» – «своевременная мера») переводчик намеренно проигнорировал и перевел их как «Мистер Питкин в тылу врага» и «Мистер Питкин в больнице». Сложно судить о правильности данного выбора переводчика, но его выбор явно не был худшим вариантом: русский вариант названия полностью дает представление о фильме, сохранен некий комизм и нарочито простоватая ироничная атмосфера фильма [3, с. 121].

Иногда название фильма переводчики меняют и с иных соображений, например, сделать его более пристойным. Так, перевод «The Spy Who Shagged Me» – одного из фильмов-пародий на известный цикл фильмов о шпионе английской разведке Джеймсе Бонде, звучит как «Шпион, который меня соблазнил». Хотя в оригинале явно присутствует иной, явно более грубый подтекст и полностью адекватный перевод был бы куда позабористее.

Проанализируем самые употребительные приёмы переводческих трансформаций, выделенные в процессе анализа названий кинофильмов и их переводов.

1. Грамматические трансформации: а) морфологические трансформации; б) синтаксические трансформации.

2. Лексические трансформации, например, лексическое развёртывание – противоположно лексическому свертыванию.

3. Трансформации на компонентном уровне семантической валентности.

Таким образом, ответственность за название переведенного фильма полностью лежит на переводчике и зависит от его решения. Поэтому переводчику, при выполнении своей работы, следует проявлять усидчивость, настойчивость, любознательность и креативность, а также обладать недюжинной интуицией. Хотя иногда, в случае совпадения культурных матриц, дословный перевод может

быть лучшим решением. Истина всё же где-то посередине и никогда не стоит впадать в крайности. Необходимо помнить, что каждый случай перевода индивидуален и не может быть одного устоявшегося алгоритма работы – нужно каждый раз искать наиболее оптимальное сочетание.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Милевич И. Г. Стратегии перевода названий фильмов. - М.: Технология перевода, 2007. - С. 65-71.
2. Милюткина Я.Е. Переводческие стратегии в выборе русских названий для англоязычных фильмов. - М.: Молодой ученый, 2016. - С. 30-31.
3. Бабенко Л.Г., Васильев И.Е., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. - М.: Наука, 2005. - С. 534.
4. Бальжинимаева Е.Ж. Стратегия перевода названий фильмов / Е.Ж. Бальжинимаева // Улан-Удэ. - 2014. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: labatr.bsu.ru/public/file/pub/07.doc
5. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / A.S. Hornby. Seventh edition. Oxford University Press, 2005. - 1780. - С. 147.

**GENDER ASPECT IN LITERARY TEXT. TRANSLATION
FROM THE ENGLISH INTO THE RUSSIAN LANGUAGE
(BASED ON V. WOLF'S 'ORLANDO', THE FAIRY TALES
OF L. CARROLL 'ALICE IN WONDERLAND'
AND OF O. WILD 'THE HAPPY PRINCE')**

L.G. Gargatsova

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Currently, the development of anthropology research contributes to the significance of gender linguistics. One of the

relevant problems of this area is the study of the role of the human individual characteristics associated with gender.

The investigations of the gender differences on the material of literary texts allow us to consider the implementation of gender from a new perspective: not only as a parameter reflecting the gender identity of the author, but also as a parameter, which is the structural element of art and its translation into the Russian language.

In the Russian linguistics the gender aspect of translation is a little known phenomenon. Inattention to the gender characteristics can lead to pragmatic errors, which are considered to be the most significant in the translation of fiction. Therefore, for better translation it is especially important to make a detailed study of the reflection peculiarities of the gender component in the literary language as of the original text, as of the translation text and the means of its transfer, as gender-specific product may be an important element of artistic structure of the text.

The gender aspect occupies one of the leading places in linguistic research, but it has not been studied in translation studies. The issues related to the influence of the translator's gender identity on the pragmatics of translation, on preserving the style and pragmatic purposes of the original text remain insufficiently developed. The issues of the gender aspect were studied by many foreign scientists (R. Lakoff, J. Catford, D. Tannen, K. West, L. Lithosselity), by Russian scientists (E.I. Goroshko, V.I. Zhelvis, N.N. Karaulov) and Ukrainian scientists (S.S. Babenko, T.S. Bureichak, M.O. Dmitrieva).

As it is known, the pragmatic function of a language is realized in the process of a communicative-speech activity, the result of which is an oral utterance or text. Great interest to the linguistic and translational problems allows us to talk about the formation and development of a new direction in linguistics - the linguistics of translation. Specialists of this direction consider the text from the point of its communicative and pragmatic function. Under the pragmatics of the text its communicative effect it is

understood that is the ability to cause different associations of the recipients, thereby influencing them. In the translation process it is also necessary to take into account the fact that the translated text is oriented to a different recipient, rather than the original one. Hence the need for a pragmatic adaptation of the translation, the introduction of certain changes, taking into account the historical, cultural, social and psychological differences between the recipients of the original and translated texts. The translator in this case acts as an interpreter of the content components of the original text, since he or she creates a new text by the language of translation through pragmatic reconstructions of the text of the original language, in this process the communicative-pragmatic understanding of the translator becomes essential [1, p. 38].

‘The gender approach in science is based on the idea that it is not the biological differences between men and women that are important, but the cultural and social significance that society attributes to these differences. The foundation for gender studies was the identification of differences in roles, social status and other aspects of the lives of men and women. The objectivization of the male and female view of the world (gender picture of the world) occurs in written and oral speech, as well as in fiction. With the help of the theory of gender, the translations of literary works can be interpreted differently, where the authors' views on the relationship between the sexes are clearly and deeply embodied, therefore, from this point of view, the differences in the translation of literary works due to the gender belonging of the translator are of interest.’ [1, p. 40].

‘No serious study of the writer's style can occur without these comparisons. The individual style of the author is not reduced simply to the sum of certain language features, it is an interconnected system of the content and verbal means unity and the manner in which they are expressed. Working on the translation, the interpreter creatively solves various artistic, stylistic tasks, such as translating a pun, stable phrases or humor

in a work, but he/she does not create characters, does not describe the appearance of the characters or the sequence of events. The individual style has its own characteristics: for example, the character of the dictionary chosen by the author (literary, modern, dialect, abusive word).’ [4, p. 98].

‘Gender analysis of literary texts and their translations are based on the functioning of gender stereotypes in these cultures, which determine the appropriate models of communicative behavior of men and women.’ [8, p. 109]. The difference between gender pictures of the world in different cultures predetermines the need to take into account the gender specificity of the original text, because the gender is a cross-cutting component of the literary text that can be traced in the elements of the microstructure and forms a macrostructure - the gender paradigm of the literary text represented by a complex of gendered meanings, including gender connotations, associative potential, gender symbolism.

Gender is a dynamic construct of the subject's identity. The gender identity of the subject of the literary discourse is displayed in the features of the text formation by the way of lexical, lexical-syntactic, stylistic means with explicit or hidden gender semantics and requires the translator to find the best means of reproducing them in the principal language. As V. DeFransisco says: ‘Translators as the subjects of secondary communication should be conscious of the gender identity of the author, the reproduction of which in translation requires respect for the integrity of its structure. The reproduction of an integral gender identity in the principal text provides for maintaining the initial ratio of feminine and masculine characteristics of the author's language identity, which ensures the adequacy of translation in the context of gender reading.’ [10, p. 240].

The means of expressing the gender identity differ in cognitive, emotive and communicative aspects, which are taken as different dimensions of one category. The choice of images of the reproduction of gender aspects identity must be conditioned

by the need for their pragmatic adaptation and depends on the appropriate language function (like a communication of information, a calling for actions or reactions, an expression of emotional and aesthetic experiences). The gender identity is an expression of the gender positions of the author, who, due to the translation interference, can experience intensification, relaxation or transformation in the principle text. Inattention to the gender component of the literary text in the process of translation causes the loss of the integrity of the author's image in the purposeful text.

For the implementation of the main idea of the work the author uses the variety of linguistic means and techniques. A translator, as N. Nicolson asserts, 'passing the content of an art work into another language, in fact, creates a new work of art. Therefore, the translator should not blindly copy every detail, if it is contrary to the stylistic norms of the Russian language. If it is necessary, the translator has the right to replace one mean with another, producing an equal effect.' [15, p. 167].

The translator should strive to create such kind of a literary text, which would be perceived by the readers of the translating language and produce on them the same effect as the original author's text on the speakers of the source language does. In order to obtain an adequate literary text in the translating language, the interpreter must correctly convey various aspects of the original text, including the gender component that is the subject of this study.

Translation of a literary text, or literary translation has some outstanding features if we compare it with other types of translation. The literary text is always characterized 'by the presence of the author's fiction and modal component, including the diverse relationships between the author and the recipient (the reader)' [13, p. 29]. 'These relationships represent an expression of the author's value orientations in order to give to the readers an opportunity to get familiarized with them and adopt them. It

means that the author wants to have an impact on the reader through the text' [9, p. 37].

'Translation of literary texts must be accessible for the representatives of different cultural traditions. Therefore it is necessary for the translator to understand and reproduce the system of values of another cultural tradition, whose representative the author of the original literary text himself is, to understand his idiostyle, including both the creation of the main ideas of the work through the system of characters and their images, and the linguistic resources for its implementation' [13, p. 345].

Literary translation is understood as transmitting the system of cultural values from one cultural tradition to another. Adequate translation requires adequate transfer of different aspects, including the gender component. To perform an adequate translation, the translator has to apply to the results of studying stereotypes in a certain culture, including gender stereotypes, to transmit them to the representatives of another culture adequately. The author provides his characters with some personality traits that are perceived as typical of men or women in a particular society. The grammatical gender of nouns creates a specific gender-related perception of the character. The examples analyzed in the paper prove the necessity to keep the gender distribution in the translation, because sympathy between a male and female characters are perceived by the readers quite differently from the sympathy between two male characters. The awareness of cultural stereotypes allows the adequate transfer of the personification of characters.

Gender marking of the language is first of all considered on the example of vocabulary, as at the lexical level gender characteristics are most clearly manifested. The following categories of this vocabulary are distinguished by A.A. Astvatsatuov:

- 1) personal pronouns;

2) words related to men or women by virtue of their internal form;

3) words and phrases that include units with a 'gender component' indicating the gender of the referent;

4) words related to the concepts 'man' and 'woman.' [5, p. 356]

Nowadays, the concept of gender is becoming increasingly important. It is - socio-cultural concept that combines certain qualities and behaviour norms prescribed to the individual according to his biological sex. In the process of translating a work of fiction gender plays the key role, because it can affect the correct perception by readers of the images created by the author. So it is necessary to take into account the historical, cultural, social and psychological differences between the recipients of the original and translated texts.

In works of fiction only one of the communicative functions is dominant for all of them, and this is the literary-aesthetic one. The main goal of any work of this type is to achieve a certain aesthetic influence, the creation of a literary image. It carries on the individual style of the author, who uses a variety of language tools to express the concept of his/her work. The gender factor in the literary translation can act as a structure-forming element of the work and translation text, influence the embodiment of literary characters and plot lines. But it is not so much about how sex affects the communicative behaviour and use of the language, but about the means by which the language is available for constructing a gender identity, in which communicative situations and types of discourse and with what intensity construction is made.

Analysis of gender peculiarities in the translation of literary works (based on the novel by W.Wolf 'Orlando', L. Carroll's fairy tale 'Alice in Wonderland' and O. Wilde's fairy tale 'The Happy Prince'), a comparative analysis of English texts and their translations into the Russian language in order to

identify the linguistic gender features of works of art, the ways of their transmission and the mistakes that arise when the gender-marked units are incorrectly translated.

In the considered works the following manifestations of the gender aspect are distinguished: 1) the gender aspect is the basis of the work (the novel by W. Wolf 'Orlando') and requires the comprehensive analysis; 2) the gender aspect is manifested through the names of fairy-tale characters (L. Carroll's tales of 'Alice in Wonderland' and O. Wilde's 'The Happy Prince') and makes it necessary to analyze the character system and attributed gender characteristics by the author.

In the novel 'Orlando', the description of external information and psychological qualities of Orlando-man and Orlando-woman do not always coincide with established gender stereotypes. W. Wolf constantly emphasizes in the description of Orlando-man the features which usually apply to women: shyness, timidity, sensitivity, capriciousness, a tendency to tears and of Orlando-woman - man's thirst for power, a desire for order, an fascination with gambling. The feminine and masculine images of Orlando are made mainly by lexical gender-marked units and the aim of the interpreter is to recognize them.

The red of the cheeks / was covered with peach down; /
the down on the lips / was only a little thicker / than the down on
the cheeks. / The lips themselves were short / and slightly drawn
back / over teeth of an exquisite / and almond whiteness / and
fitted closely to the head.

Розовые щеки / подернулись персиковым пушком; /
пушок над губой / всего лишь чуть-чуть загустевал / по
сравнению с пушком на щеках. / Сами губы были резко
очерчены / и слегка изогнуты / над безупречным рядом
миндальнейше-белых зубов / тесно прижатые к голове ушки.

The analysis of the fairy tale 'Alice in Wonderland' showed that translators do not pay enough attention to such a subtle issue as the gender aspect of the character's name, as in

every translation there are inaccuracies and errors in the transfer of the names of the characters. The gender content of the characters, should not go unnoticed as in any language it is always possible to find an exact translation that meets the gender requirements. For example, the tracing in the translation of the names 'Dormouse - Соня' and 'Caterpillar - Гусеница' leads to the fact that initially male characters become feminine. However, the masculine features cause ambiguous perception of these characters.

In the original text it can be clearly seen that the Caterpillar is a male hero. Alice, talking to the hero Caterpillar uses the address 'sir'.

In addition, the character Caterpillar is depicted smoking a hookah, which in the Victorian era was inherent in men.

'She stretched herself up on tiptoe, and peeped over the edge of the mushroom, and her eyes immediately met those of a large caterpillar, that was sitting on the top with its arms folded, quietly smoking a long hookah, and taking not the smallest notice of her or of anything else.'

«Она встала на цыпочки, посмотрела на шляпку гриба и обнаружила там огромную гусеницу, сидевшую наверху, сложив руки на груди и спокойно покурировавшую кальян и не обращающую ни малейшего внимания ни на нее, ни на все остальное».

Five translators from seven turned the hero Caterpillar into a female character: 'Гусеница' and 'Сороконожка'. Only two interpreters have masculine characteristics which correspond to the name of the hero - 'Червяк' and 'Шелкопряд'. Thus, with the help of generalization, transformations (Червяк) and concretization (Шелкопряд), the problem of adequate, gender-correct translation is solved.

The system of the main heroes of the fairy tale 'The Happy Prince' consists of three characters: Swallow, Reed and the Happy Prince. With the last one there is no problem, but the other two arise some problems with the translation and a minor

change leads to a distortion of the text, because the biological features are layered by personal and behavioural characteristics, which construct the gender identity of the character.

In O. Wilde's tale *Swallow* (literally – Ласточка) is a male character, and Reed (literally – Тростник, Камыш) is a female character. First of all, this is indicated by the pronouns of the male (he, his) and feminine (her), respectively.

The author uses the adjective 'beautiful' describing Reed, in addition, the slim figure of the heroine is emphasized by means of the phrase 'her slender waist'.

This characteristic feminine nature Chukovsky attributed to the male character (Reed - Тростник) applying a literal translation (flirt - заигрывать) and slide (Coquette - кокетлив), K.I. Chukovsky actualizes in the content that Reed is flirtatious and flirts with the wind ('Ветерок' according to the context, most likely, is a man). While P.V. Sergeev and G.A. Nuzhdin's 'кокетство' and 'флирт' (literal translation) are quite appropriately attributed to the female character (Reed - Тростинка).

Using such variants of the translation as 'Скворец' (modulation) and 'Тростинка' (transformation), P.V. Sergeev and G.A. Nuzhdin managed to achieve the gender-correct perception of these characters.

O.Wild: '... he was in love with the most beautiful Reed. ... and (he) had been so attracted by her slender waist that he had stopped to talk to her. '

P.V. Sergeev, G.A. Nuzhdin: «Скворец был влюблен в прекрасную Тростинку ... Его так очаровала ее грациозность, что он остановился поговорить с ней».

K.I. Chukovsky: «(Она) была влюблена в гибкий красивый Тростник. (Она) так и застыла, внезапно прельщенная его стройным станом».

Thus, the analysis of the problem of the gender-marked literary images transfer allows us to expand the linguistic and translation analysis of the work of art.

Of course, the obtained results do not exhaust the entire content of the considered problem. As a research perspective, it is very interesting to study the gender aspect of the translation of literary works in comparison with the features of the manifestation and translation of the gender specificity in the texts of other genres, for example, advertising texts or texts of newspaper information.

REFERENCES

1. Ананиашвили Э.О. О сущности искусства художественного перевода [Текст] / Э.О. Ананиашвили // Литература и перевод. - М. : Наука, 1992. - С. 396.
2. Аникин Г.В. История английской литературы [Текст] / Г.В. Аникин, Н.П. - М.: Высш.шк., 1975. - С. 528.
3. Антинескул О.Л. Гендер как параметр текстообразования [Текст] / О.Л. Антинескул. - Пермь: Изд-во ПТУ, 2000. - С. 104.
4. Аракин В.Д. Сравнительная типология английского и русского языков [Текст] / В.Д. Аракин. - Л. : Просвещение, 1979. - С. 259.
5. Аствацатуров А.А. Литературная игра в романе Вирджинии Вулф «Орландо» [Текст] / А.А. Аствацатуров // Вулф В. Орландо. - СПб.: Азбука-классика, 2004. - С. 302.
6. Велиев И.О. Литературный портрет: его функция и типология. – Баку: Элм, 1986. - С. 260.
7. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). - М.: Высшая школа, 1990. - С. 253.
8. Коновальчик Е.А., Смотрицкая Г.Е. Воспитание гендерной культуры учащихся. - Мн.: Национальный институт образования, 2008. - С. 300.
9. Carter, A. Nights at the Circus. – London: Vintage Books, 2006. - P. 350.

10. DeFransisco, V. Gender, Power and Practice: or putting your money (and your research) where your mouth is Text. / V. DeFransisco // Gender and Discourse. London : Sage, 1997. - P. 300.

11. Godard, B. Theorizing Feminist Discourse / Translation // Translation, History and Culture / ed. by Bassnett, S., Lefevere, A. L.: Frances Pinter, 1990. - P. 100.

12. Jespersen, O. Language: Its Nature, Development and Origins [Text] / O. Jespersen. London : Allen and Unwin, 1922. - P. 448.

13. Jespersen, O. The Woman Text. / O. Jespersen // The Feminist Critique of Language. Ed. by D. Cameron. - London : [s.n.], 1998. - P. 240.

14. Lakoff, R. Language and Woman's Place Text. / R. Lakoff. New York : Harper and Row, 1975. - P. 85.

15. Nicolson, N. Virginia Woolf Text. / N. Nicolson. Penguin Lives : [s.n.], 2000. - 199 p.

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ

И.Н. Елагина

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Аннотация. Актуальность темы связана с реалиями современного мира (социокультурное сближение мирового сообщества в области массовой коммуникации), а также с существующими направлениями развития теории и практики перевода рекламных текстов, обеспечивающих межкультурную коммуникацию. Усложнение профессиональной деятельности переводчика ставит новые задачи перед переводческим сообществом. К таким задачам относится проблема перевода аудиовизуального рекламного

текста, а именно – рекламного ролика. В данной статье проводится анализ перевода звучащего текста в рекламном дискурсе, актуализируются особенности перевода рекламных роликов с английского языка на русский в связи с необходимостью корректного перевода рекламных роликов. Новизна исследования состоит в попытке выявить трудности перевода рекламных роликов и показать, что передача апеллятивного подвижного видеоряда с английского языка на русский сводится не только к нахождению словарных соответствий, а представляет собой сложный акт межъязыковой и межкультурной коммуникации, когда переводчик стремится к коммуникативной эквивалентности, исходя из своей концептуальной программы и переводческой компетенции. Практическая ценность результатов исследования заключается в том, что они могут быть использованы не только при рассмотрении проблем теории и практики перевода, сопоставительного анализа языков, их типологии и методики преподавания, но и непосредственно вопросов лексики, синтаксиса и стилистики. Полученные в ходе исследования данные могут также найти применение при составлении толковых и переводческих словарей английского языка. Результаты исследования могут быть важны при переводе иноязычных рекламных роликов, прагматической адаптации зарубежных рекламных сообщений.

Ключевые слова: перевод, рекламный ролик, адекватность перевода, коммуникативный эффект.

TO THE QUESTION OF THE TRANSLATION OF ENGLISH ADVERTISING

I.N. Elagina

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Abstract. The relevance of the study is related to the realities of the modern world (cultural the convergence of the world community in the field of mass communication), as well as to the existing trends in the theory and practice of translating advertisements that provide intercultural communication. The complexity of the translator's profession brings new challenges to the translation community. These tasks include the issue of translating the audio-visual advertising text, namely, the advertisement. This article analyzes the translation of sound text in advertising discourse, updateding the features of translating advertisements from English into Russian because of the need to correctly translate advertisements. The novelty of the study is to try to identify the difficulty of translating advertisements and show that the transfer of transmission of mobile video from English to Russian is not only a matter of finding vocabulary, but rather a complex act of inter-language and Intercultural Communication, in which the interpreter seeks communicative equivalence on the basis of his conceptual programme and translation competence. The practical value of the results of the study is that they can be used not only to address problems of translation theory and practice, comparative language analysis, typology and teaching methodology, but also directly to questions of vocabulary, syntax and styles. The data obtained from the study can also be used in the formulation of explanatory and translation dictionaries of English. The results of the study may be important in translating foreign commercials, pragmatic adaptation of foreign advertising.

Keywords: translation, commercial, adequacy of translation, the communicative effect.

Коммуникативное пространство современного общества уже невозможно представить без рекламы. Каждый аспект существования общества маркирован аппелятивным текстом: телевизионные и радиопередачи прерываются рекламой, повсюду баннеры и плакаты, даже в виртуальной среде Интернет регулярно появляются рекламные «окна». Самым массовым поставщиком информации о товарах или услугах для широкого потребителя является рекламный ролик. За основу рассуждения в данном исследовании взято авторское рабочее определение рекламного ролика как вида аппелятивного подвижного видеоряда, усиленного звуковым сопровождением и представляющего собой короткий сюжет, в котором стимулируется продажа товаров или услуг. В рекламном звучащем видеоряде осуществлена определенная идея, которая сначала представляется зрительно и только потом добавляется звук, который увеличивает воздействие на потенциального клиента.

В данной работе рассмотрим рекламу не в обобщающем виде (радио, печатная, интернет-реклама, уличная (листовки), наружная (баннеры, билборды, тротуарное панно), наклейки в жилых домах, в такси, в аэропортах и в общественном транспорте), а конкретный раздел рекламы - телереклама.

Телереклама - это платное, однонаправленное и неличное обращение, проводимое на телевидении в пользу определенного товара, марки, фирмы.

Сущностью рекламного видеоряда является передача информации о товаре или услуге потребителю с целью представления рекламируемого товара с максимально выгодной стороны. Это некое манипулирование сознанием людей, над которым работает целая группа психологов. Реакция потенциального потребителя при восприятии

рекламного видеоролика появляется во многом благодаря использованию приемов и способов воздействия, присущих большому искусству: метафор, гипербол, аллегорий, ассоциаций. Этот факт все время должен быть в поле зрения переводчика. По мнению В.Н. Комиссарова, «неточная или неполная передача содержания оригинала препятствует выполнению общественной функции перевода: сделать мысли автора доступными членам иного языкового коллектива» [1, с. 8]. Именно поэтому одной из важных проблем адекватного ролика является корректный перевод.

Правильный и адекватный перевод - это достаточно сложный и интересный процесс. Как отмечала М.Э. Рябова, «в эпоху оживления международных связей и растущего интереса к иным культурам, проблемы перевода приобретают все большую актуальность – ведь перевод является основным инструментом межкультурной коммуникации» [2, с. 63]. Поскольку перевод - это не только взаимодействие языков, но и взаимодействие культур, этот процесс подразумевает особую важность в передаче смысла, предложенного автором, а также обеспечение необходимой реакции на текст перевода со стороны определенной группы потребителей. Если переводчик ставит перед собой задачу добиться заданного коммуникативного эффекта, то ему часто приходится прибегать к прагматической адаптации текста, выходящей за рамки перевода. Подобная адаптация при передаче на иностранный язык, а в данном случае - текста рекламы, который должен обеспечить сбыт данного товара, нередко приводит к составлению нового параллельного текста на языке перевода, учитывающего специфические вкусы и наклонности будущих покупателей.

Важным требованием к тексту перевода вербального сообщения видеоролика является то, что он должен оказывать на иностранную целевую аудиторию то же воздействие, что и текст оригинала на отечественных потребителей, т.е. необходимо четкое понимание того,

какова будет реакция реципиента на переведенный текст. Перевод рекламного видеоролика требует обязательной адаптации к социокультурным особенностям страны ПЯ. Помимо понимания образа и сюжета видеоролика, и профессионального владения ИЯ, важно предвидеть коммуникативный эффект рекламы, а, значит, учитывать особенности национальной психологии и различия в культурно-исторических традициях. Некорректный перевод может вызвать непонимание, отторжение и даже агрессию, что совершенно недопустимо в рамках рекламных кампаний, главной целью которых является привлечение и удержание потребителей.

Перевод звучащего текста будет зависеть от задачи перевода, а также от культуры, создающей видеоряд. При адаптации иностранной рекламы текст уже не воспринимается как исходный, поскольку колоссальное влияние на него оказывает феномен контекстуальной потребности, который обуславливает различия мировых культур.

Основная задача перевода: использовать знания теоретических основ и экстралингвистических реалий для передачи коммуникативной функции исходного текста, так как подобные знания – необходимое условие для успешного перевода. Когда стратегия дословного перевода является по каким-то своим причинам нежелательна, следует использовать переводческие трансформации, учитывающие национальные, этнические и социальные особенности, манеру поведения конкретной аудитории.

Если целевая аудитория разнообразна, то переводчик использует общеупотребительную лексику, понятную каждому носителю языка и широко распространённую в сфере ежедневной коммуникации. В случае, когда рекламная кампания затрагивает конкретную узкую аудиторию, имеющую свой профессиональный или социальный метаязык, то в переводе возможно использование

жаргонизмов, свойственных данной культуре. В целом при переводе ролика следует тщательно следить за подбором лексических единиц, их стилистическим соответствием выбранному продукту, теме и аудитории.

Отличительной особенностью успешной рекламы является гармоничное соотношение базовой идеи с теми эмоциональными средствами, которые ей соответствуют. Это выражается в верной окраске вербального сообщения, которым оно выделяется среди остальной массы. Для передачи такого рекламного текста средствами ПЯ требуется хорошее воображение и богатый лексический запас.

Часто переводчики рекламных текстов сталкиваются с существенными трудностями при передаче прагматического потенциала оригинала. В частности, это связано с переводом в рекламном тексте фактов и событий, связанных с культурой данного народа, различными национальными обычаями, названиями блюд, деталями одежды и т.д. В процессе перевода рекламных текстов переводчику приходится решать как чисто языковые, лингвистические проблемы, обусловленные различиями в семантической структуре и особенностями использования двух языков в процессе коммуникации, так и проблемы социолингвистической адаптации текста.

Обращение к литературным, культурным и историческим традициям является очень «мощным оружием» создателей рекламы. По мнению А.Д. Швейцера, «не следует забывать, что перевод представляет собой целенаправленную деятельность, отвечающую определенным требованиям и нормам и ориентированную на достижение определенного результата. Эти нормы отражают ценностную ориентацию переводчика, без учета которой нельзя удовлетворительно объяснить логику переводческих решений» [3, с. 7]. В то же время подобные явления представляют определенные трудности при интерпретации и восприятии текста. Использование цитат, аллюзий,

искаженных идиом, а также иноязычных введений в рекламе предполагает наличие общих фоновых знаний у создателя текста и его получателя.

Подводя итог, следует заметить, что основная проблема и задача переводчика – использовать все знание теоретических основ перевода для передачи коммуникативной функции оригинала, так как знание теоретических основ перевода и экстралингвистических реалий необходимое условие адекватности перевода

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). - М.: Высш. шк., 1990. - 253 с.
2. Рябова М.Э. Философские основы перевода // Гермес: науч.-худож. сб.; сост.: А.Н. Злобин. – Саранск: Афанасьев В.С., 2010. - 63-67 с.
3. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы аспекты. – М., 1988. - 215 с.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЛИНГВОКУЛЬТОРОЛОГИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В ТЕКСТАХ РЕКЛАМЫ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ *В.В. Смутина*

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Ввиду стремительного развития современного общества и расширения способов и сфер общения, а также интереса к процессу коммуникации вообще, вопрос продуктивного и корректного межкультурного взаимодействия встает весьма остро. Сегодня «трудно представить себе успешное развитие современного общества без знания иностранного языка, языка другой традиции и культуры» [3, с. 79]. В этой связи роль перевода как вида

научно-практической деятельности становится весьма актуальной, поскольку перевод дает возможность изучения самых разных материалов на иностранном языке.

Как известно, процесс перевода не является простой заменой единиц одного языка единицами другого. Напротив, это сложный процесс, включающий ряд трудностей, которые необходимо преодолевать переводчику. Одной из сложностей, с которыми приходится столкнуться языковеду при переложении текста с одного языка на другой, является отсутствие эквивалентного языкового выражения, отсутствующей в принимающем языке реалии.

Усилившиеся в последнее время международные контакты, расширение оборота многоязычных и переводных документов, художественных, публицистических и других типов текстов, в том числе и рекламных, вызывают необходимость в формировании стратегии переводчика для передачи национально-специфических элементов. К таковым относятся реалии. Именно передача реалий, как правило, представляет наибольшую сложность при переводе художественного текста с одного языка на другой. Как отмечают С.И. Влахов и С.П. Флорин, «в любом художественном произведении есть такие элементы текста, которые, условно говоря, перевести нельзя. Мы говорим «условно», так как речь идет о невозможности формального перевода...» [1, с. 6].

Идентифицировать реалии в тексте возможно по следующим критериям:

- языковая единица не имеет постоянного эквивалента в переводящем языке (далее – ПЯ) (словарного или бытующего в живой речи говорящих на нем);

- языковая единица используется для обозначения предмета/явления, представляющегося специфическим для представителя культуры исходного языка и непонятным для представителя культуры ПЯ.

Передача рекламных текстов на другой язык в этом отношении представляется трудной задачей, поскольку при переводе осуществляется перенос языковых единиц из текста оригинала в другую социокультурную и языковую среду. Своеобразный диалог культур возникает в рамках заданного в тексте оригинала коммуникационного фона, который тоже следует перенести в текст, переведенный на иностранный язык.

При переводе текста рекламы, так же как и при передаче других типов текстов, одной из ключевых характеристик, обязательных для достижения, является эквивалентность, добиться которой в некоторых случаях представляется сверхсложной задачей (например, при передаче культурно маркированных единиц, индивидуально-авторских новообразований и пр.). В зависимости от типа текста пути преодоления трудностей перевода различаются. Это связано с функциями текста конкретно взятого типа.

Следует помнить, что перевод рекламных текстов значительно отличается от перевода художественных произведений. Данные отличия проявляются в первую очередь в разной коммуникативной направленности текстов, в целенаправленном выборе аудитории, для которой предназначается данный тип текста, а также в возможности использования различных языковых средств.

Как отмечает Г.А. Кузнецова, основной сложностью, с которой сталкивается переводчик при передаче текста рекламного сообщения, является то, что при переводе основных элементов текста рекламы (например, заголовка) «следует учитывать тот факт, что он должен быть эффективным по воздействию на целевую аудиторию и ясным по смыслу» [2, с. 116]. То есть должна быть сохранена прагматика текста. Кроме того, исследователем указывается, что текст рекламы должен быть рассмотрен с позиции психологических манипуляций: «при переводе следует учитывать используемую при создании рекламного текста

тактику расположения потребителя к рекламному товару» [2, с. 117]. Под этим понимается то, что языковые средства, используемые в тексте рекламы (фразеологизмы и всем известные поговорки, языковые клише в виде банальных фраз, мертвые метафоры, повторы и другие средства выразительности), могут представлять продукт для потенциального покупателя как необходимый и жизненно важный, или, наоборот, как прекрасное дополнение или идеальное украшение чего-либо и пр.

Говоря о способах перевода англоязычной рекламы на русский язык, отметим следующие: синтаксическое уподобление; транскрипционный/транслитерированный перевод и перевод с сохранением исходной формы языковой единицы; калькирование и опущение.

Использование такого приема, как синтаксическое уподобление (дословный перевод с нейтрализацией культурно маркированных единиц), в переводческой практике рекламных сообщений применяется крайне редко. Однако примечательным в этом отношении является ряд переводных вариантов рекламных англоязычных сообщений, в которых фигурируют культурно специфичные объекты, выражающиеся главным образом при помощи специфичных языковых форм. Явления, отображаемые этими языковыми единицами, имеют место в обоих языках, однако, при этом их языковая форма по-разному соотносится со всем текстом рекламного сообщения в целом. Приведем несколько примеров:

| Рекламный англоязычный текст | Перевод |
|--|--|
| ABC: Achieving, believing, charming. Building blocks for the lucky future. | ABC: Достижение, вера, очарование. Фундамент успешного будущего. |

Данная реклама образовательных услуг очень интересна тем, что в композицию текста входит сокращение "ABC", которое в переводе с английского языка означает в

том числе «алфавит». Здесь же лексемы, выражающие основные качества предлагаемых услуг, являются некой расшифровкой первоначального сокращения "ABC" (начинаются с первых букв алфавита). Таким образом, предоставляемые услуги ассоциируются у англоговорящих потребителей с грамотностью, неким порядком, поскольку алфавит являет собой порядок следования букв. Однако в русскоязычном тексте это не было учтено и данная ассоциативно-образная составляющая утрачивается.

Также интересными подобными примерами могут послужить следующие рекламные слоганы, в которых обнаруживается языковая игра, связанная с образом США (англ. US):

| Рекламный англоязычный текст | Перевод |
|--|--------------------------------|
| Fly with US. (US Airways) | Летай с нами. |
| The World Puts Its Stock In US. (NYSE) | Мир хранит свой капитал в НАС. |

В данных случаях имеет место языковая игра, однако для русскоязычного потребителя она остается неразгаданной, поскольку текст передается буквально. Здесь игра слов базируется на использовании местоимения "us", которое по своей форме идентично сокращенному наименованию Соединенных Штатов Америки ("US" – США, сокр. от United States). Для англоязычного потребителя выражение «летай с нами» получает выражение в виде фразы «летай с Америкой», в то время как у русскоязычного потребителя никаких ассоциаций не возникает.

В нижеприведенном рекламном сообщении присутствует элемент языковой игры на уровне словообразования, где употреблен фразеологизм "My goodness":

| Рекламный англоязычный текст | Перевод |
|------------------------------|--|
| My goodness, my Guinness. | Мой бог, мой Гиннес (пиво "Guinness"). |

Слова "goodness" и "Guinness" в английском созвучны (то есть одно слово может служить заменой другого, как и собственно выражаемые ими понятия), но в русском этот элемент игры утрачивается. В результате этого, слоган воспринимается без элемента шутки и параллелизм образов нивелируется. В то же время русскоязычная форма англоязычного бренда «Гиннес» практически не рифмуется с наиболее подходящими в данном контексте словарными единицами русского языка. Так, в словаре рифм можно обнаружить лишь одно более или менее подходящее в плане стилистики и прагматики наименование («деликатес»), однако возникает проблема с ударением, а также употребление данной единицы в составе слогана сместит фокус бренда, собьет «пафос божественности» в сферу приземленных объектов (кулинарии).

Примечательным является то, что в англоязычной версии рекламы мы можем видеть фразеологизм "My goodness", который выражает восклицание, то есть способствует передаче определенной эмоции. Он, безусловно, национально специфичен. В русскоязычном переводе этот элемент отсутствует, в результате чего также происходит некоторое искажение рекламного «посыла» к потребителю.

Среди приемов, возможных к использованию при передаче реалий, фигурирующих в рекламном тексте, выделяются транскрипционный или транслитерированный перевод, а также возможен перевод с сохранением исходной формы языковой единицы. Данный тип перевода используется, как правило, при передаче имен собственных, фигурирующих в рекламных текстах.

Подобный способ можно часто встретить в переводе кулинарных наименований американских сетей ресторанов быстрого питания. Так, например, в тексте следующей рекламы бургера:

| Рекламный англоязычный текст | Перевод |
|---|--|
| Arriva! Try new Twister Salsa in KFC! (Twister Salsa) | Аррива! Зацени новый Твистер Сальса в KFC! |

В вышеприведенном сообщении фигурирует название "Twister Salsa", где "twister" является сленговой словоформой, обозначающей «крепко скрученный/закрученный», «закрученный, как смерч/ураган» [4], а слово "salsa" имеет испанскую этимологию («сальса» – мексиканский соус) [4]. Переводчики при этом применили транслитерированный перевод, при котором ассоциативно-образный элемент рекламного сообщения нивелирован.

Применение транскрипции помогает лучше запомнить торговую марку или товар, которую она предоставляет. Все это происходит потому, что данную реалию не переводят, она становится своеобразным обозначением для продукта, что и помогает нам назвать именно этот прием самым часто используемым при переводе рекламных текстов на русский язык.

Калькированный перевод используется реже, но в качестве примера стоит отметить рекламный текст шампуня марки "Head&Shoulders". В данном тексте с помощью калькирования было переведено следующее словосочетание: "natural menthol" – натуральный ментол. Этот прием позволяет сохранить исходный образ продукта, заложенный производителем.

Такой вариант, как опущение, также используется в переводческой практике англоязычных слоганов, но представляется как малоэффективный способ передачи реалий. При опущении реалии утрачивается колорит рекламного текста. Так, например, в русскоязычном тексте рекламы широко известного бренда шотландского виски "Johny Walker" мы можем увидеть опущение данного имени собственного:

| Рекламный англоязычный текст | Перевод |
|------------------------------|---------------------------------|
| Johny Walker – TASTE LIFE. | Живи, чтобы было что вспомнить. |

При этом переводной вариант рекламного сообщения представляет собой трансформированную вторую половину текста, с опущением имени собственного. С одной стороны, имя качественного и многолетнего производителя алкогольного напитка, популярного в ряде англоговорящих стран, говорит само за себя (уже само по себе является рекламой), с другой – возможно, для представителей другой страны, где этот напиток не является традиционным и столь излюбленным и имя его производителя малоизвестным, данный прием перевода можно считать приемлемым. Рекламный слоган виски «Джони Уолкер» в дословном переводе звучит как «попробуй жизнь на вкус» – вполне уместная рекламная фраза. В английском языке она имеет большую смысловую нагрузку, которая потерялась бы при дословном переводе. Поэтому пришлось подбирать более адекватный вариант, который гораздо точнее выражал смысл всей рекламной кампании. Получилось «Живи, чтобы было что вспомнить». Это характерный пример прагматической адаптации текста.

Рассмотрим также другие примеры методов перевода рекламных текстов, содержащих реалии.

| Рекламный англоязычный текст | Дословный перевод | Перевод/Компания |
|------------------------------|-----------------------------|---|
| Hungry? Grab a Snickers! | Проголодался? Бери Сникерс! | Проголодался? Не тормози, Сникерсни! (Snickers) |
| Ask For More. | Проси больше. | Бери от жизни всё. (Pepsi) |
| You're the boss. | Ты - босс. | Ты здесь главный. (Burger King) |

В рекламном слогане "Snickers" значение фразы усиливается неологизмом «сникерсни», которое связывается с эффектом, получаемым от употребления шоколада данной торговой марки. Важно отметить, что слово «сникерсни» быстро вошло в обиход потребителей, что является свидетельством успешности использования данного неологизма среди русскоговорящей аудитории.

Пример же удачного использования устойчивого выражения можно встретить в рекламном тексте пива бренда "Courage". Англиязычный слоган звучит как "Take courage!", что на русском языке звучит как «Поймай кураж!».

Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка, предлагает следующий перевод: "courage" — смелость, хмель. Тем самым применение устойчивого выражения оправдано.

Интерес же к переводу слогана компании "Pepsi" обусловлен заменой глагола «просить» (ask) на глагол «брать». Данная замена была сделана потому, что в русской речи глагол «спросить» означает «разговаривая с кем-л., обращаться (обратиться) к кому-л., настоятельно призывая удовлетворить какие-л. нужды, какое-л. желание, исполнить, соблюсти что-л.». В то же время глагол «брать» имеет абсолютно иную эмоциональную окраску, а именно: «захватывать рукой, принимать в руки» [5].

Все это указывает нам на разницу менталитетов, которые, как отмечают многие ученые, абсолютно не имеют точек соприкосновения. Вышеуказанный пример свидетельствует о том, что американцы считают себя правыми во всем и поэтому достойны большего. Исходя из этого слоган "Ask for more" принимает оттенок элитарности, «проси больше, ведь ты достоин большего». В то время как на русский язык тот же самый текст решили перевести как «Бери от жизни все». Данным глаголом подчеркивается оттенок агрессии в слогане, что в каком-то смысле побуждает покупателя к действию, указывая, что именно с

продукцией данной торговой марки, он сможет добиться новых высот.

Теперь обратимся к слогану компании "Burger King" и отметим удачное использование приближенного перевода как одной из разновидностей передачи реалий. В русской версии замечаем замену слова «босс» на «главный». Такой выбор переводчика обусловлен тем, что в русском языке прилагательное «главный» имеет следующее значение: «главный, -ая, -ое. 1. Самый важный, основной. 2. Старший по положению, а также вообще возглавляющий что-н.». Поэтому для русского потребителя данная замена оказалась предпочтительнее. Еще один пример передачи реалии, который вызвал у нас особый интерес:

| Рекламный англоязычный текст | Перевод |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| Wikipedia, the Free Encyclopedia. | Википедия, свободная энциклопедия. |

Текст, представленный выше, вызывает любопытство. Так как нельзя с уверенностью утверждать, что его перевод на русский язык может в полной мере охарактеризовать всем известный интернет-ресурс. Трудность возникает потому, что прилагательное "free" на русский язык можно перевести несколькими вариантами. Помимо общеизвестного значения «свободный», это прилагательное также может означать «бесплатный» [5]. Принимая во внимание тот факт, что данный интернет-ресурс является бесплатным, то делаем вывод, что русский аналог не смог в полной мере отразить смысл английской версии рекламного слогана.

Перевод рекламных текстов представляет собой сложную задачу. Это связано со многими факторами (многофункциональность рекламы, различность строев английского и русского языков, разница менталитетов представителей этих народностей и в социокультурном отношении и др.).

Часто в текстах рекламы фигурируют культурно маркированные единицы, реалии.

Слова-реалии являются своеобразной и достаточно неоднозначной категорией лексической системы любого языка. Являясь одной из важнейших групп безэквивалентной лексики, реалии выступают как своего рода «хранители» и «носители» страноведческой информации, этим определяется их особая роль в текстах, в том числе и в рекламных.

К наиболее частотным способам перевода относятся дословный перевод (синтаксическое уподобление) и перевод при помощи исходной формы лексической единицы. В случае с синтаксическим уподоблением происходит нивелирование национального колорита, а также утрата прагматического потенциала текста рекламы. Ассоциативно-образная составляющая при этом утрачивается. При утрате прагматического эффекта колорит частично сохранен. Несколько реже используются различного рода трансформации. При калькировании также происходит нивелирование национального колорита, однако в большей степени достигается прагматический эффект рекламного текста.

Наименее целесообразным представляется использование опущения, поскольку при частичной передаче прагматической составляющей текста либо при полной ее нивелировке, утрачивается национальный колорит, часто рекламное сообщение остается нерасшифрованным потребителем.

Потому как каждый из приемов и способов передачи реалий имеет свои достоинства наряду с недостатками, по нашему мнению, следует комбинировать вышеуказанные методы при переводе культурно маркированных единиц, не ограничиваясь одним приемом, а сочетая их, например, транскрипцию и описательный перевод, или же давать пояснение/комментарий к каждой реалии, что

нецелесообразно в рекламных текстах, так как их структура и объем не предполагают подобных расшифровок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе: учебное пособие. – М.: Международные отношения, 1980. – 342 с.
2. Кузнецова Г.А. Особенности перевода рекламных текстов на немецком языке // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология, 2014. – № 3 (18). – С. 116-118.
3. Ласковец М.А., Петров В.Р. Перевод как средство межкультурной коммуникации в процессе обучения иностранному языку специалистов по защите информации // Безопасность информационных технологий. - 2014. – № 3. – С. 79-84.
4. Электронный мультязычный словарь АБВУ Lingvo Dictionary, 2008.
5. Мультитран [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://www.multitran.ru/c/m.exe?a=1&SHL=2>.
6. Словарь Макмиллана [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://www.macmillandictionary.com/>

СЛОЖНОСТИ АДЕКВАТНОЙ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

Ю.И. Ширшова

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Дипломатические выступления и тексты, как правило, используются в официальных и крайне важных сферах человеческих взаимоотношений. К ним можно отнести:

- связи между государствами;
- связи между государственной властью и населением.

В первую очередь нужно отметить, что все дипломатические документы условно можно разделить на три центральные группы:

1) дипломатические документы. В эту группу входят такие дипломатические документы, как декларации, меморандумы, ноты, договоры и соглашения;

2) юридические документы. Сюда относятся законы, постановления правительства и указы президента;

3) официально-деловые документы, или, как их часто называют, канцелярские. К ним относятся деловая документация, а именно приказы, служебные записки, отчеты, планы, заявления, протоколы и служебная переписка.

При переводе дипломатических выступлений и текстов перед переводчиком стоит непростая задача – понять специфику официально-деловых текстов, а для этого необходимо в первую очередь определить, что представляют собой «официально-деловые отношения» и «официально-деловое общение».

Официально-деловые отношения представляют собой служебные (официальные) связи между странами, государством и его гражданами, а также между организациями, внутри них, между юридическими и физическими лицами. Такие отношения образуются в процессе дипломатической, юридической и другой деятельности.

Официально-деловое общение – это общение, участниками которого являются органы и звенья управления. Сюда можно отнести организации, учреждения, предприятия. Также это могут быть должностные лица и работники.

При переводе документов официально-делового стиля, в частности дипломатических выступлений, следует помнить, что для перевода текстов дипломатического содержания характерны следующие особенности:

- Устойчивость (долговременность) деловых отношений и их регламентированность правовыми нормами. Следовательно, перевод официально-деловых документов имеет устойчивый целенаправленный, и даже «запрограммированный» характер, отвечающий потребностям организации и соответствующий ее месту в иерархии органов управления.

- Коллегиальность деловых отношений. Вне зависимости от того, кто является автором документа, а это, как правило, специалисты структурных подразделений и их руководители, а также от того, кому адресован документ, а это, как правило, руководитель учреждения и руководители подразделений, официальными автором и адресатом документа в большинстве случаев являются организации в целом. Именно поэтому, несмотря на то, что документ подписывается одним лицом – руководителем организации, автором документа является «коллективный субъект». То же самое можно сказать и об адресате документа. Этот нюанс следует учитывать при переводе.

- Повторяемость официально-деловых действий и ситуаций. Деловое общение – это своего рода «игра по правилам». Результатом этого является повторяемость официально-деловой информации, приводящая к регулярности использования одних и тех же языковых средств в переводе.

Современный официально-деловой стиль функционирует в форме как устной, так и письменной речи. Выступления на заседаниях и приемах, доклады государственных и общественных деятелей, переговоры представляют собой устную форму официально-деловой речи. Письменная форма официально-деловой речи, в свою очередь, реализуется в виде документов дипломатического содержания.

Стоит отметить, что особенности языка и стиля официально-деловых текстов обусловлены спецификой применения – сферы официально-деловых отношений и официально-делового общения. Эти особенности были созданы в процессе длительного развития, и это позволило сделать официально-деловые тексты максимально удобным средством делового общения.

К переводу официально-деловых текстов предъявляются следующие требования: смысловая однозначность, достоверность и объективность, убедительность и аргументированность, полнота и достаточность информации.

Точность перевода исключает двусмысленность и, как результат, предполагает однозначность понимания содержания, изложенного в документе. В деловом общении адекватность восприятия текста и автором документа, и его адресатом чрезвычайно важна. Эта особенность, в свою очередь, связана с юридической силой официально-деловых документов и не терпит двусмысленности («кривотолков»).

Точность и однозначность при переводе можно достичь, используя терминологическую лексику, а также устойчивые обороты - языковые формулы, отсутствие образных слов и выражений, ограниченность сочетаемости слов, использование уточнений, дополнений, оговорок в виде вводных слов и оборотов, причастных и деепричастных оборотов и так далее.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: неоднозначность в процессе перевода официально-деловых текстов непозволительна.

Официально-деловые тексты, как уже было отмечено, реализуются в письменных документах и обладают юридической силой. Письменная речь – это речь, осуществляемая в отсутствии собеседника, и поэтому в тексте перевода того или иного официально-делового документа должна быть представлена максимально

детальная и развернутая информация, а ситуация должна быть подробно восстановлена, чтобы быть понятной читающему данный текст.

В официально-деловых текстах могут использоваться сложные синтаксические конструкции. Это делается с целью обеспечения максимальной информативности документа и достижения убедительности [3, с. 52].

Стилистическая нейтральность и безличность перевода непосредственно связана с юридической силой официально-деловых документов. Она проявляется в «строгости» изложения: слова чаще всего используются в прямом, а не в переносном значении, кроме того, характерно использование нейтральной лексики. Стилистическая нейтральность перевода подтверждает деловую основу взаимоотношений между автором и адресатом документа, указывает на их неличный характер, а также на наличие дистанции между ними. Как правило, безличность перевода выражается в том, что официально-деловая речь избегает конкретного и личностного. Участники делового общения, как правило, выступают от имени юридических, а не физических лиц, а именно: от имени государства, организаций, учреждений и предприятий. В силу этого личный, субъективный момент в таких документах и в процесс их перевода сводится к минимуму.

Безэмоциональность (отсутствие экспрессивности и эмоциональности) в текстах дипломатического содержания и их переводе, как правило, проявляется в отсутствии образности. Использование метафор, тропов и других выразительных речевых средств в официально-деловых текстах, в частности в дипломатических выступлениях, не допускается. Кроме того, слова, обладающие эмоциональной или экспрессивной окраской (уменьшительно-ласкательные слова), не характерны для языка официально-деловых текстов.

Как уже было отмечено, дипломатические выступления и тексты, как правило, предназначены для обслуживания исключительно официальных и крайне важных сфер человеческих взаимоотношений. Именно в связи с этим адекватный перевод дипломатических выступлений и текстов – это неотъемлемая часть процесса установления международных связей и развития как двусторонних, так и многосторонних отношений.

Визиты государственных деятелей, выступления с трибун международных форумов, подписание тех или иных документов в ходе переговоров, пышность светских раутов – это всего лишь внешняя сторона дипломатии. Ей, в свою очередь, предшествует повседневная, кропотливая работа, требующая предельного напряжения, а также интеллектуальных, физических сил и нервно-психических перегрузок.

В жизни современного общества дипломатическая сфера занимает далеко не последнее место. Следовательно, многие общественные науки, такие как право, социология, психология, лингвистика, не могут оставить без внимания данную сферу. Для лингвистов-переводчиков дипломатическая сфера представляет особый интерес, ведь именно высокопрофессиональный перевод текстов дипломатического содержания способствует созданию и укреплению международных контактов в различных областях. Это и есть одна из основных задач переводчика, напрямую связанная с успешной реализацией внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности страны [4, с. 16].

Тематика дипломатических выступлений и текстов может охватывать весьма широкий круг вопросов, затрагивающих двусторонние и многосторонние отношения государств, сотрудничество государств в различных областях, вопросы деятельности международных организаций, а также представительств государств за

рубежом. Для любого государства представляется возможным выделение круга вопросов, составляющих приоритетные направления дипломатической деятельности государства в общей структуре международных отношений. Следовательно, именно переводчики, делают возможными международные контакты в различных областях, без которых нельзя представить существование современного человечества. Исходя из вышесказанного, допущение ошибок при переводе подобных выступлений и текстов, в частности терминов, недопустимо [5, с. 76]

Как было отмечено выше, на сегодняшний день дипломатический дискурс представляет огромный интерес для общества, а его изучение с лингвистической точки зрения позволяет определить новые критерии взаимодействия на международной арене. Отсюда следует, что изучение лингвистических и переводческих особенностей дипломатического дискурса имеет действительно существенное значение для развития эффективного международного взаимодействия.

Под дипломатическим текстом, как правило, принято понимать связный, вербально выраженный текст (который может быть как устным, так и письменным) в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, взятый в событийном дипломатическом аспекте, представляющий собой дипломатическое действие, участвующий во взаимодействии дипломатических деятелей и отражающий механизм их дипломатического сознания.

Что касается тематики дипломатических выступлений и текстов, то она, как правило, бывает связана со следующими проблемами:

- установление сотрудничества и поиск согласия с зарубежными странами и межгосударственными объединениями;

- продвижение интересов государства в рамках международных организаций;
- обеспечение безопасности государства и укрепление его национального суверенитета;
- участие в общемировых процессах с целью поддержания стабильного и демократического миропорядка;
- защита прав и интересов граждан за рубежом [2, с. 12].

Основой высокопрофессионального устного перевода является следующий принцип: не приступать к переводу, не зная детально сути и предмета переговоров. Кроме того, переводчику следует знать позицию как своей страны, которую он будет излагать при помощи перевода, так и позицию другой стороны [1, с. 26-28].

В.Н. Комиссаров пришел к выводу, что при выполнении письменного перевода деятельность переводчика, как правило, проходит три основных этапа:

- подготовительный процесс. Ознакомление с текстом оригинала перед тем, как приступить к переводу;
- выполнение перевода. Переводчик осуществляет черновой перевод;
- анализ результатов. Переводчик вносит изменения и поправки в текст перевода после его завершения [3, с. 270].

И.С. Алексеева, в свою очередь, назвала данные этапы следующим образом:

- предпереводческий анализ;
- аналитический вариативный поиск;
- анализ результатов перевода [1, с. 148].

При переводе дипломатических выступлений и иных текстов дипломатического содержания, в первую очередь, необходимо сосредоточиться на самых важных компонентах, которые в ситуации нехватки времени могут сыграть ключевую роль. Необходимо помнить, что оратор, как правило, затрагивает наиболее существенные для публики

темы в логическом порядке. Именно поэтому первая задача, стоящая перед переводчиком, - это уловить замысел оратора, чтобы правильно его интерпретировать.

В процессе выполнения перевода дипломатических выступлений и документов от переводчика требуется следующее:

- владение дипломатической терминологией как на исходном языке, так на языке перевода;
- знание и умелое использование речевых клише и штампов, общепринятых в дипломатической сфере;
- грамотное использование грамматических структур, учитывая стандартное синтаксическое оформление того или иного типа дипломатических документов [1, с. 38].

Говоря о компетенции переводчика, передающего тексты дипломатического содержания с исходного языка на язык перевода, также следует отметить, что основной задачей, стоящей перед ним, является определение ключевой роли переводимого материала, а также использование при переводе соответствующих лексических, грамматических и синтаксических средств [3, с. 326-339].

Кроме того, при переводе необходимо учитывать тот факт, что порядок оформления и функционирования дипломатических документов обусловлен дипломатическим протоколом, нормами международного права, уставами международных организаций, сложившимися традициями и так далее. Как уже было отмечено, одним из важнейших требований при переводе дипломатических документов является соблюдение дипломатического этикета. Более того, переводчик должен не только в совершенстве владеть как языком оригинала, так и языком перевода, но и при необходимости должен уметь достаточно долго и не перебивая слушать оратора и только, когда тот сделает паузу, начинать перевод. В то же самое время во многих случаях

ключевую роль играет правильная расстановка всех дипломатических акцентов при переводе [2, с. 43].

Таким образом, подводя итог, можно сделать вывод, что работа переводчика, задача которого адекватно перевести дипломатические выступления или тексты, не сводится только к умению пользоваться уже готовыми формами и клише. Переводчик ни в коем случае не должен забывать, что он переводит не просто отдельные слова, а слова и сочетания слов в системе сложного целого. Ему нужно стремиться не к передаче отдельного элемента или отдельного слова, а к передаче той смысловой и стилистической функции, которая выполняется данным элементом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: «Академия», 2004. – 352 с.
2. Егоров В.П. Дипломатический протокол и этикет: учеб. пособие / В. П. Егоров. – М.: Юридический институт МИИТа, 2013. – 200 с.
3. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: Учебное пособие. – М.: ЭТС, 2002. – 424 с.
4. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов / А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 559 с.
5. Тюленев С.В. Теория перевода: Учебное пособие. - М.: Гардарики, 2004. – 336 с.

ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ. ДИСКУРС

**MEANS OF IMPLEMENTATION OF THE CATEGORY
OF POLITENESS IN BUSINESS COMMUNICATION
(BASED ON THE RUSSIAN AND ENGLISH
LANGUAGES)
*L.A. Mikaelyan***

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

The main means of communication in business are letters, faxes, telephone conversations, cables (or telegrams), memos and emails.

Business letters are particularly important in international commerce. Often it is the only representation of someone and the companies with a foreign counterpart. It is known that people make an impression by the tone of their letter, and by correct, tactful, and polite language.

As well as small talk and phone calls, letter writing is ruled by formulas. Once a person has learned a standard way of organizing and wording a letter, he/ she will be able to write any letter.

There are such kinds of business letters as sales, introduction, follow-up, complaint, rejection, prospecting and collection.

As it is known, the letter of introduction is a letter of presenting your company. The main parts of such a letter are an introduction, a body of the letter, and a conclusion.

After the meeting or a business lunch one should write a follow-up letter to a person who the one met. This sign of politeness may be a confirmed factor in commercial questions or receiving a job.

Each person once has to write different kinds of business letters. Complaint, rejection and collection letters are among them. Usually it is very difficult to find the appropriate words while complaining or rejecting something. Thus it is important to know means of implementation of the category of politeness.

Speech dialogue is one of the most attractive areas of research. Rather high degree of prevalence of a dialogical type of speech in conditions of the modern communications studies units of speech according to an actual problem. In the focus of researchers' attention, there are phenomena, which earlier were on periphery of a linguistic science: the speech certificate, the intention of a speaker, speech influence, and problems of communicants' cooperation, features of a speech state, the reason for communicative failures, communicative strategy and tactics of informal conversation.

Recently in linguistics, a growing interest in studying the anthropocentric aspects has been outlined as a category of politeness, in particular. It is studied on a material of one language within the limits of separateness of linguacultural community as well as on a material of several languages in various linguacultural communities that allow using intercultural comparisons in this area.

There is a huge quantity of theories connected with a category of politeness. We shall mention some of them further, but for the beginning we shall define, what politeness is. In addition, we shall consider how it realizes itself in speech.

Many linguists think that they neatly represent what politeness and a polite behaviour is. However, to give a definition of politeness is not as simple as it seems, at first sight. Different people describe the polite behaviour differently.

Let us consider definitions of concept of politeness in some dictionaries. The Dictionary on Ethics defines politeness as: '... The moral quality describing the person for which the respect for people became daily norm of behaviour and habitual way of the reference with the interlocutor' [15, p. 46]. From the

definition it follows, that politeness is a display of respect. Politeness is a readiness to make service to the one who requires it, both delicacy, and modesty. Certainly, duly and pertinent speech display - speech etiquette - the integral element of politeness.

In the encyclopedia of etiquette such definition of politeness is visible as: ‘... It is a set of acts, the content and external display conforming to moral principles’ [14, p. 39]. As we see, the linguistic side of a problem is not reflected. Definition is submitted from behavioural aspect (‘set of acts’) which as it is possible to guess only, includes language aspect.

The polite attitude to people has always been highly appreciated by people. A number of words testifies to it in various languages designating the given quality: polite, sympathetic, brought up, kind, affable, close, compassionate, respectful, noble, tactful, delicate, and correct. In the synonymic number a dominant word makes its lexical value polite – ‘which complies with rules of decency, shows attentiveness; politeness’ [14, p. 304]. Different displays of politeness have a number of synonyms. So, polite is ‘respectfully polite’ [15, p. 293]; kind – also ‘respectfully polite in circulation with people; polite’ [14, p. 165]; it is kind – ‘close, affable to somebody’ [14, p. 565]; tactful – ‘possessing feeling of a measure’ [14, p. 26]; correct – ‘which tactfully and politely addresses to people’ [14, p. 287]; delicate – ‘polite, kind, is always ready to show attention’ [14, p. 237].

Understanding of politeness is reflected in N.I. Formanovskoy's work [6], as well as on T.V. Larina's monography [4]. So, T.V. Larina writes: ‘Politeness is understood as a national-specific communicative category which contents a system of ritualized strategies of communicative behaviour (linguistic and nonlinguistic), directed on harmonious, conflict-free dialogue and compliance with the socially-accepted norms at interactional communications (an establishment, maintenance and completion of interpersonal contact)’ [4, p. 17]. It also marks, that

concept of politeness of different cultures is various. In each culture, there is a content of the idea of politeness, which is reflected in a language [4, p. 14].

N.I. Formanovskaya marks: 'Politeness is the ethical category abstracted from specific people. It has received reflection in the language too'. [6, p. 77].

In the dictionaries we find many ways of expression of concept of politeness in the English language – politeness, courtesy, civility, comity, urbanity, courtliness, decency, suavity, affability, mannerliness [9]. All of them can be translated into Russian and have such meanings as courtesy, manner, politeness, courtesy with small distinctions in connotation. The basic concept – politeness, which is defined in the dictionary [8] – to behave or talk so that it is proper, to be correctly acceptable to a situation in which a person is; to consider feelings and an indispensability of interlocutors.

From the definitions set above we can come to the conclusion, that politeness is a compliance of rules of decency in speech and in acts, is a display of good breeding, is a basis of ethical behaviour, the integral sign of any communicative statement.

In linguists' opinions, the category of politeness represents a complex of language indicators – a character set (a cliché, stereotypic phrases) and grammatical, syntactic, lexical and phonetic registration of them.

Politeness – (in language), is traditionally used for a designation of varied means of language expression of social attitudes between a speaker, a listener and people who the discourse is about. These social attitudes can be diverse and far not reduced only to politeness in everyday sense of this word. In the general view, they can be divided into two types which Patrijsija Brown and Stephen Levinson, developing Ervinga Hofman's ideas about 'the social person', name as positive and negative politeness. 'Positive politeness is connected with language expression of solidarity, including the interlocutor and

other people in one group with the speaker whereas negative – with self-restrictions of speakers, aspiration to avoid conflicts, it depends strongly on the structure of hierarchical attitudes in a society and the social distance between speakers and other people' [10, p. 27].

Research of politeness in a wide communicative context brings to a focus its multidimensionality and interrelations with a pragmatic side of a dialogue. It is confirmed also with various classifications of politeness: positive and negative politeness [5]; politeness of solidarity and the politeness focused on a social distance [3]; strategic politeness [6].

In the theory of the intercultural communications, the category of politeness is considered as compliance with the communicative contract and consists of validity of complete set for the given situation of the mutual rights and duties of communicants. Among them, P. Braun and S. Levinson excrete private rules; for example, allocate use of the certain type of admissible speech statements depending on a situation of a dialogue and an extralinguistic context (an order, a request). In the given rules an admissible content of these speech certificates, questions-taboo in English (a question on the salary, on confession, on a national identity), as well as a pause and the silence, are considered as multipurpose communicative units. The general rules include following positions – not to interrupt the interlocutor during the conversation, to speak loudly enough and neatly, to use the 'general' language and to follow postulates of a speech dialogue.

H. Grice [1] has entered the given communicative postulates into scientific use and has stated them in the form of the main principle of cooperation and four rules.

G. Leech sees the role of the category of politeness in maintenance of social balance, benevolent attitudes between partners under the communications for achievement of mutual understanding. Postulates of politeness are developed by G. Leech for various illocutionary statements in view that these

statements inherently possess positive politeness (offers to execute action) or negative politeness (requests 'orders') [13, p. 113]. G. Leech adheres to the theory of Brown and S. Levinson. Positive politeness is an aspiration to ennoble positive shape of the interlocutor, in every possible way showing an interest and sympathy, aspiring to mutual understanding and an agreement. Furthermore, negative politeness assumes avoiding words (as well as gestures and intonations) which threaten a 'person' or a 'territory' (for example, personal space, personal time, etc.) the addressee (the order, the critic, incorrect questions, requests) [13, p. 47].

In G. Leech's treatment, the category of politeness and the principle of cooperation are equally meaningful in the pragmatics and are in complemented, not in subordinate attitudes. From their equality it follows, that they possess equal explanatory force: for example, in cases of indirect realization of speech statements that break a principle of quantity, can be explained by politeness, as the case when the implication is more polite than the direct value.

The category of speech activity is the integral component of modern idea of linguistics. This category found the expression in the theory of speech acts.

Our research requires to study and characterize business communication. A business dialogue is a many-sided process studied by different sciences: linguistics, psychology, philosophy, sociology, pedagogics and many other adjacent sciences. In business, a dialogue allocates into three interconnected sides:

- perceptual – process of perception of each other by communicants;
- communicative – process of information interchange;
- interactive – process of interoperability of communicants [2].

Frequently the image of another person as the partner in business dialogue happens to be insufficient because of specific

features of communicants and absence of skills of leading a dialogue.

Interactive function is provided with the following conditions:

- equality of psychological positions of social subjects irrespective of their social status;
- equality in a recognition of an active communicative role of each other;
- equality in psychological mutual support.

The business communication is a special type of speech dialogue, it is a process of interoperability of the business partners, directed on the organization and optimization of this or that type of subject activity: industrial, scientific, pedagogical and so on.

It is clear that a dialogue can be cooperative or disputed. In cooperative dialogue, each of the participants of communication brings the contribution for achieving the objects in view. Thus, a cooperative (cooperating) dialogue is structural and fruitful. A disputed dialogue is destructive; in a zone of its action, positive results cannot be reached. In linguistics, there is one more version of unsuccessful and fruitless dialogue, which carries the name of communicative failure. Communicative failures are constant in a dialogue of people; they are natural, as misunderstanding, misconception, inability to listen – frequent enough and widespread phenomena in natural speech dialogue. Also, they are interfaced to questions of normative knowledge and postulates of a dialogue.

The phenomenon of politeness is the complete multidimensional category consisting of the ideas of ethical standards of behaviour, which are developed in the society of native speakers including speech. It is considered that to be polite is to give to the partner the social role for which he applies (or is slightly higher); to be impolite is to give to the partner a role below the one for which he applies. Politeness as the welfare

component of communication is reflected in the language and the speech appears as an ethical and pragmalinguistic category.

The speech etiquette regulates speech behaviour of the members of the society, projects in the process of communication of the speaker and the listener, in different socially important situations of communication. Rules of speech behaviour vary in relation to the sphere of communication, a situation of transmission and depend on such extralinguistic factors as the role and personal relations of communicants. Degree of determinacy of the speech behaviour of the speaker depends on the degree of a standardization of this or that communication act, this or that situation of communication.

In business communication, politeness is analyzed on the one hand, in respect of a research of the general strategy of behaviour, on the other hand, in respect of detection of specifics of expression of the positive attitude towards the person on material of private speech acts in concrete language (apologies, thanks, compliments, sympathy expressions, etc.). As V.I. Karasik notes, the first direction is a boundary region between sociolinguistics and pragmalinguistics and is presented in the fullest form in the monograph of P. Brown and S. Levinson "Politeness: some universals in the language usage". The second direction is connected with studying of speech etiquette and the speech acts that are subjects of pragmalinguistics [7].

G. Leech considers the relations between communicants on two axes: on a vertical axis the distance between participants of a speech situation is measured in terms of the power and the authority. According to this scale, the communicant allocated with the bigger power, can use a familiar form of the address in relation to another communicant whose position is lower and who, respectively, has to use a valid form. On a horizontal axis, the social distance between communicants is measured.

The norms of speech behaviour differ in a considerable national originality that is caused by historical, social and cultural features of people speaking this language [4, p. 8]. However,

there are some standard rules that communicants should follow in the communication if they seek to reach mutual understanding, i.e. they are guided in the speech activity by the principle of cooperation. This principle mean needs to conform to such rules and the strategy of conversation and creation of the statement as, for example:

- «Говори по существу дела» ('Be relevant'),
- «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований» ('Do not say that for which you lack evidence'),
- «Будь краток» ('Be brief'),
- «Избегай двусмысленности» ('Avoid ambiguity').

The management letter has an important place in business communication, 'being one of the main communication channels of the enterprises, the organizations, institutions with the outside world' [12, p. 25]. By researchers, it is established that correspondence makes up to 80 % in a total amount of documentation of a firm: 'ability to communicate by means of official papers, to carry out the "correct" office-work - one of factors of business success' [11, p. 14]. Despite emergence of new modern forms of communication: facsimile, teletype, cable, electronic, satellite, paging, etc. which considerably increased the speed of transfer, processing and interpretations of information - the role of the office letters sent by mail still remains considerable.

The business letter in this work is understood 'as it which goes on behalf of one organization, institutions, etc. to another organization, establishment etc. though it can be addressed to one person and is signed with one face (such person in this case acts as legal, but not private)' [11, p. 45].

In linguistics the category of politeness is considered within the general strategy of speech behaviour of communicants or in the analysis of features of speech acts, situations (an apology, gratitude, a compliment, sympathy expression, etc.) in the concrete language.

Linguists distinguish specialized and unspecialized means of speech etiquette. Formulas of speech etiquette and the address belong to specialized means. Specifics of the choice and the organization of contents of the speech, etiquette application of grammatical forms and modal forms with the lowered categoricity, indirect speech acts, and indirect designation of certain objects are the most important part of communication [1].

In English, all polite requests and offers are generally made out by a lexical unit of 'please', but it doesn't soften the offer, therefore it is lexically supplemented with grammatical means of mitigation of a request and the offer. 'Please' in motivation of action is used extremely seldom, grammatical means of expression of politeness are more often used:

- Do you want a cup of tea?
- Не хотите чашку чая?
- Would you like anything to drink?
- Желаете что-нибудь выпить?
- Can I get you a drink?
- Принести вам попить?

Thus, lexical, grammatical and syntactic means of expression of politeness in a varying degree exist indissolubly, and the communicative units that perform the actual function, are the steady stereotypic complexes providing success of the course in the process of communication.

At the lexical level preference is given to polite language. Universal remedies of politeness are the clichéd, standard phrases, positively emotionally charged words which aren't bearing polite semantics, speech designs, politeness strengthening adverbs, intonation. One more mean of increasing politeness is the use of negatively painted adjectives gaining positive value in polite turns. Besides there are also explicit means of expression of politeness, such as a direct way of expression of a request by means of imperative and declarative statements.

Working determination of category of politeness is a complex of language indicators, a character set (a cliché,

stereotypic phrases), and their appropriate grammatical, syntactic, lexical and phonetic registration. Politeness in language is the term which is traditionally used for designation of various means of language expression of social relations between the speaker, the listener and people who the speech is about.

Speaking about the official style of communication means speaking about the manner of behaviour, conducting a conversation, that are normal for interaction with business partners, businessmen - unlike communication with friends, native, close, etc.

Respect for the principle of politeness at formal and informal communication makes the important linguistic and social characteristic of speech behaviour. Formular behaviour models play considerably big role. The purpose of respect for the principle of politeness consists in achieving the maximum social balance and the friendly relations.

In English, the category of politeness is represented by grammatical means in a complex with lexical and syntactic. In Russian it is represented by both lexical and grammatical means of communication.

The fixed grammatical assets should be modal verbs and a conditional inclination. Formal speech means of expression of politeness are characterized by existence of complete sentences and transpositions, and informal - elliptic offers. It is important to note that politeness plays the greatest role in situations of a request and an offer, which can be expressed by both imperative and declarative offers. In them, there are always used grammatical, syntactic and lexical means of expression of politeness in a complex.

Thus, having taken all features, which are marked out by us into account, we are convinced that the category of politeness is universal.

REFERENCES

1. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: сб. ст. Вып. 16. – М.: Прогресс, 1985. – С. 238-241.
2. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке / В.И. Карасик // Языковая личность: Культурные концепты. – Волгоград, Архангельск, 2002. – С. 3-16.
3. Кирсанова М.В. Современное делопроизводство. М. 2001.
4. Ларина Т.В. Концепт «Вежливость» в коммуникативном сознании русских и англичан / Т.В. Ларина // Człowiek Swiadomosc Komunikacja Internet. – Warszawa, 2004. – С. 284-293.
5. Ратмайр Ренате. Прагматика извинения / Ренате Ратмайр. – М.: Наука, 2003. – 40 с.
6. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения / Н.И. Формановская. – М.: ЭКСМО, 1989. – 150 с.
7. Brown R., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge / R. Brown. – 1978. – P. 28-39.
8. Carrell P. Politeness – comparing native and non-native judgments / P. Carrell, B. Konneker // Language Learning. – 1981. – Vol. 31 (1). – P. 17-30.
9. Cherry, R. Politeness in written persuasion /R. Cherry// Journal of Pragmatics. - 1988. - Vol.12 (1). - P. 63-81.
10. Clark, H. Politeness in requests - rejoinder / H. Clark, D. Schunk // Cognition. - 1981. - Vol. 9 (3). - P. 311-315.
11. Fraser, C. Crosscultural differences in politeness of excuses / C. Fraser // Australian Journal of Psychology. – 2002. – Vol. 54 (2). – P. 117-117.
12. Horn, L.R Toward a New Taxonomy for Pragmatic Inference: Q-based and R-based Implicature. Wasington, 1984. P. 13.
13. Leech, G.N. Principles of Pragmatics / G.N. Leech. – London, 1983. – 125 p.

14. Longman dictionary of contemporary English: dictionary / Pearson Longman, 2009. – 2082 p.

15. Oxford Dictionary: dictionary / Franklin Electronics Publisher: Incorporated, 2010. – 1082 p.

ВИДЫ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Н. С. Оприц

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

В лингвистике XX-XXI вв. значительно вырос интерес к паралингвистическим средствам языка. Данный факт отмечается в огромном количестве исследований, например, в работах, посвящённых семиотически осложнённым, поликодовому, составному, креолизованному тексту, состоящему из двух взаимодействующих друг с другом компонентов (визуальная и вербальная части).

С момента появления книгопечатания текст и изображение всё чаще сопрягались друг с другом, происходило взаимодействие искусств. В эпоху Средневековья синтез текста и изображения стал основой для возникновения целого ряда жанров в литературе и изобразительном искусстве. Важно отметить, что оба компонента имели равнозначную смыслообразующую функцию. Рост интереса к проблеме и изучению креолизованного текста обуславливается требованиями современной коммуникации. По мнению В.М. Березина, иллюстрирование в настоящее время всё чаще и чаще является неотъемлемой частью текстообразования, уровень интегрированности изобразительных средств в пространство текста чрезвычайно высок [2, с. 87]. А.А. Бернацкая также отмечает, что развитие невербальных средств коммуникации и их синтез с вербальным компонентом неизбежен [3, с. 104].

Таким образом, за последние годы лингвистика текста преобразовалась в лингвистику семиотически осложнённого текста, ведь прагматический потенциал невербальных средств коммуникации зачастую выше, чем у вербальных.

Креолизованные тексты составляют особую группу паралингвистически активных текстов. Сам термин креолизованного текста принадлежит Ю.А. Сорокину и Е.Ф. Тарасову. Креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) [4, с. 112].

Учёные выделяют несколько степеней креолизации текста: полную (синсематические отношения между вербальным и невербальным компонентами), частичную (компоненты вступают в автосемантические отношения), сильную, умеренную и слабую. В то же время существует широкий ряд классификаций креолизованного текста. Так, например, О.В. Пойманова классифицирует тексты по различным признакам. По гетерогенности она выделяет нулевую степень (только вербальный или только иконический компонент) и ненулевую степень (визуальные и вербальные компоненты в сочетании) креолизации. По характеру иконического компонента креолизованный текст, в свою очередь, может являться статичным, двухмерным или трёхмерным.

Однако Е.Е. Анисимова различает креолизованные тексты только по степени выраженности изображения в содержании вербального сообщения, выделяя тексты с нулевой креолизацией, где изображение отсутствует и не имеет значения для общего смысла; тексты с частичной креолизацией (вербальная часть является достаточно независимой от визуального компонента); и тексты с полной креолизацией (вербальный компонент не может

существовать без визуального элемента, смысл сообщения может быть истолкован неверно) [1, с. 15].

Придерживаясь последней классификации креолизованных текстов, проанализируем примеры современной наружной рекламы (плакаты, баннеры, афиши, вывески) в России и Англии.

Сначала рассмотрим пример рекламного баннера российских авиалиний «S7». Основной текст рекламы гласит: «Здесь ветер особенно вкусный». Ниже даётся расшифровка рекламного лозунга: «Бангкок и более 1000 других направлений. Открывайте лучшую из известных планет». В данном случае авторы текста подчёркивают необходимость путешествия, подразумевая, что без путешествий жизнь была бы скучна и неинтересна. В качестве примера, авторы используют Бангкок, говоря о том, что ветер там особенно «вкусный» (подразумевается, что клиенты авиалиний, купив билеты на рейс до Бангкока, смогут насладиться местной кухней). Помимо этого, во вспомогательном тексте подчёркивается, что авиакомпания осуществляет перелёты в более 1000 различных стран, и каждый турист сможет выбрать для себя подходящее направление. Тем самым авторы говорят, что компания крупная, надёжная и работает по большому количеству направлений. Более того, фраза «Открывайте лучшую из известных планет» звучит как призыв к действию. Очевидно, здесь речь идёт о планете Земля, о том насколько она прекрасна и неизведанна, как много стран и городов, которые можно посетить.

Текст выполнен в белом цвете и напечатан крупным шрифтом для наиболее успешного восприятия. Знаменателен тот факт, что в лозунге «Здесь ветер особенно вкусный» слова «особенно» и «вкусный» располагаются друг под другом, а не в одной строке. Таким образом, авторы выделяют эти слова, говоря о плюсах путешествия в эту страну.

Изображение в данной наружной рекламе является фоном к вербальному тексту и практически полностью повторяет его содержание. Мы можем увидеть человека в национальной тайской одежде, готовящего традиционные блюда тайской кухни. В данном случае изображение дублирует вербальный текст, но в то же время помогает адресату лучше воспринять вербальное сообщение.

В этом примере мы можем увидеть текст с частичной креолизацией. Изображение сопровождает и украшает вербальный текст, при этом полностью повторяя информацию, содержащуюся в вербальной части. Так, можно заключить, что в данном случае изображение хоть и не меняет сути содержания вербального текста, но является ключевым элементом для восприятия информации адресатом, так как наглядно и красочно демонстрирует один из плюсов путешествий, мотивирует потенциальных клиентов воспользоваться услугами данной авиакомпании. В то же время текст берёт на себя главенствующую роль, заключая в себе большую часть информации.

Рассматривая английские рекламные тексты с частичной креолизацией, обратим внимание на баннер британских авиалиний (“British airways”). Данная реклама является ярким примером креолизованных текстов такого вида. Изображение здесь выполняет не главенствующую роль, не является обязательным, но придаёт вербальному тексту красок, демонстрирует товар лицом, тем самым привлекая внимание реципиента.

Изображение в данном случае занимает большую часть плоскости. На нём мы можем увидеть самолёт авиакомпании, который выглядит солидно и надёжно. Все изображение выполнено в светлых тонах (преобладают белый, серый и светло-голубой цвета). Так, изображение выглядит сдержанно и гармонично.

Непосредственно вербальный текст мы можем увидеть наверху, в левом углу изображения. Текст выполнен

в синем цвете, что прекрасно сочетается с общей гаммой изображения. В вербальном сообщении рекламы говорится: “To break the sound barrier. To see the sky at 60 000 ft. To Fly. To Serve” («Разрушить звуковой барьер. Увидеть небо на высоте 60 000 футов. Летать. Служить»). В данном случае подразумевается работа пилотов и всех сотрудников на борту, подчёркивается их профессионализм, важность и значимость. Важно заметить, что в рекламном лозунге используются короткие предложения, в которых присутствует только глагол (“To Fly. To Serve”). Это подчёркивает значимость сотрудников авиакомпании, через эту призму авторы показывают, что на пилотов данной авиакомпании можно положиться. Также такие предложения придают тексту больше драматичности. Немаловажен и тот факт, что в предложениях “To Fly” и “To Serve” существительные напечатаны с большой буквы. Это также дополняет идею важности и ценности кадров. Таким образом, данная реклама, с первого взгляда сдержанная и визуально не яркая, вызывает к чувствам и эмоциям адресата, побуждая его воспользоваться услугами авиакомпании. В данном случае посыл текста является эмоционально сильным, а изображение лишь поддерживает его, однако без визуального компонента данная наружная реклама выглядела бы блёкло, а информация, содержащаяся в ней, менее успешно воспринималась бы читателем.

Рекламу с полной креолизацией можно нечасто встретить в России или Англии, так как изображение чаще является компонентом, поддерживающим текст (как в текстах с частичной креолизацией), однако реклама подобного вида также имеет определённое воздействие на реципиента. Обратим наше внимание на рекламу сельхозпродукции в Москве.

Настоящая реклама является ярким примером текста с полной креолизацией, так как вербальная и визуальная части здесь образуют единое целое и воспринимаются адресатом

комплексно, таким образом, можно сказать, что невербальная часть в данном примере наружной рекламы является облигаторной, она не только помогает реципиенту воспринимать вербальный текст с помощью изображения, но и несёт в себе самостоятельную информацию, без которой невозможно правильное прочтение и трактовка сообщения. Реклама сельхозпродукции в Москве показывает прямую денотативную соотнесённость, которая имеет место между невербальными и вербальными знаками. Так, знаки обоих кодов обозначают одну и ту же ситуацию. В настоящем примере во фразе «Я люблю Москву» слово «люблю» представлено как разрезанный овощ в виде сердца. Таким образом, подчёркивается идея поддержки сельскохозяйственной продукции в Москве и за её пределами. В данном случае изображение овоща привлекает к себе внимание адресата и сразу отсылает его к информации, заложенной в тексте. Помимо основного лозунга («Я люблю Москву») в наружной рекламе также существует и вспомогательный текст («Производим сельскохозяйственную продукцию в 10 регионах России»). Он расшифровывает смысл и посыл, скрытый в лозунге. Обратим также наше внимание и на синтез вербальной составляющей и цвета, шрифта и расположения на плоскости изображения. Бесспорно, текст и изображение в совокупности занимают центральное место в данной рекламе. Здесь отсутствуют длинные пояснения, одна фраза и одно изображение заключают в себе всю необходимую для реципиента информацию.

Отметим тот факт, что в данной рекламе изображение, т.е. невербальный элемент креолизованного текста, играет чрезвычайно важную роль. Оно не только дополняет вербальный текст, но и служит самостоятельным источником информации. Конечно, невозможно представить данный текст без наличия изображения, оно является облигаторным, в ином случае смысл текста был бы утерян.

Подводя итог, отметим, что креолизованные тексты (чаще всего с частичной креолизацией) широко используются в рекламе и средствах массовой информации. Такие тексты помогают привлечь адресата благодаря средствам визуализации. Реклама в таком случае сразу же становится более красочной и заманчивой для прочтения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Academia, 2003. – 128 с.
2. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 149 с.
3. Бернацкая А.А. К проблеме креолизации текста: история и современное состояние // Речевое общение: специализированный вестник. – Красноярск: Краснояр. гос. ун-т, 2000. – № 3. – С. 104 – 110.
4. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа. – М.: Водолей, 2004. – 153 с.

ОБРАЗ ВОЙНЫ В РУССКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ

В.А. Рыбина

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

На данном этапе развития лингвистики наибольшее внимание уделяется исследованию языка во взаимосвязи с человеком, его мышлением и сознанием, его познанием окружающей действительности. Ряд исследований посвящен изучению концептов, являющихся абстрактными ментальными структурами, которые отражают всевозможные представления людей об окружающей действительности,

обуславливают национально-культурную специфику различных языковых картин мир [4, с. 43-46].

Кроме того, особую значимость в последнее время начала приобретать наука лингвокультурология, занимающаяся изучением взаимодействия и взаимосвязей языка и культуры, отражением в языке особенностей национального характера, менталитета, образа жизни представителей определенных языковых картин мира [2, с. 5].

В тесной взаимосвязи с вербальными представлениями образов языкового сознания находятся и их визуальные (иконические) представления. Исследование способов объективации концептов, а также вариантов их визуальных представлений способствует получению более развернутого представления о сходствах и различиях существующих языковых картинах мира.

Целью настоящей статьи является определение лингвокультурной специфики концепта «война/war». Для этого мы рассмотрим сходства и различия вербальных и иконических представлений данного концепта в русской и американской языковых картинах мира.

Общественно-политическое явление «война/war» занимает далеко не последнее место в сознании носителей языков нами сопоставляемых. Концепт «война/war» представляет собой сложное по своей структуре, этнически и культурно обусловленное, вербализованное образование, которое может отражаться в языковых единицах разного типа, характеризуется национальной спецификой и обладает понятийными, образными и ценностными признаками [1].

Опираясь на ряд уже проведенных исследований, направленных на сопоставление концепта «война» и концепта “war“, мы можем сделать следующие выводы относительно сходств и различий объективации двух данных концептов в выбранных нами языковых картинах мира.

1. У обоих концептов «война» и “war“ можно выделить общие, универсальные признаки, что обусловлено одинаково негативным отношением к войне представителей обеих картин мира как к общественно-политическому и социальному явлению. В лексической и фразеологической системах сопоставляемых языков концепты «война» и “war“ характеризуются по одним и тем же направлениям: критикуются и порицаются враждебность, трусость, предательство, дезертирство с поля боя, вторжение в чужие дела, агрессия. В каждой из лингвокультур ценятся такие черты характера человека, как смелость, героизм, самопожертвование, сострадание, мужество, сила воли, невмешательство в дела других стран. Количество фразеологизмов, в который присутствует компонент «война», в сравниваемых языковых картинах мира находится примерно на одном уровне, что в свою очередь еще раз подтверждает равную значимость вышеперечисленных моральных понятий и базовых общечеловеческих ценностей для сравниваемых культур [1].

2. Концепты «война» и “war“ наиболее наглядно моделируются в виде фрейма, языковое обозначение которого представляет собой набор основных и второстепенных обозначений. В русском и английском языках основное значение фрейма «война» и фрейма “war“ совпадают (ядро фрейма – «вооруженная борьба между государствами» / “armed fighting between nations“). Понятия, которые содержат признак войны в прямом или же ассоциативном значении, представляют собой второстепенные обозначения данных фреймов. Стоит также отметить, что в русском языке количество лексических единиц, содержащих признак войны и входящих в состав единиц данного фрейма больше, чем в английском языке. Эта разница в плотности семантической структуры исследуемого фрейма подтверждает то, что концепт «война» имеет большую значимость для представителей русской

языковой картины мира, чем концепт “war“ для представителей американской [1]. Кроме того, необходимо подчеркнуть и то, что в русскоязычном сознании война ассоциативно больше связана с потребностью защищать свою родину на своей территории от посягательства врага [5, с. 149-154]. А в англоязычной картине мира война скорее ассоциируется с боевыми действиями на территории других государств, порой за несколько тысяч километров от своей земли, с целью преследования своих интересов [3, с. 314-320]. Такое различие, вероятно, обусловлено тем, что в ходе истории русские воевали преимущественно на своей территории, защищали ее от вторгшихся завоевателей. Оборона и защита своих земель является по сути одной из базовых национальных ценностей русской культуры. Война же для американцев являлась скорее средством завоевания новых территорий, нежели вынужденной мерой.

3. Метафорические словоупотребления также являются очень значимыми в лингвокультурологическом отношении. Их рассмотрение и истолкование позволяют определить сходства и различия в понимании войны как фрагмента окружающего мира в сознании представителей различных языковых картин мира. Согласно проведенным исследованиям было установлено, что языковая личность создает свое, индивидуальное отношение к войне, опираясь на соответствующие национально-культурные ценности. Так, в русской языковой картине мира негативно воспринимаются такие качества, как хвастовство и бахвальство. В противовес им выступают смелость и удадь, что отражается в русских пословицах, например: «Не хвались, идучи на рать, а хвались, идучи с рати». Представители русской культуры также резко критикуют людей, для которых война является средством обогащения, например: «Кому война, а кому мать родна». В англоязычной картине мира отсутствуют эквивалентные и схожие пословицы.

Кроме того, «военные» метафоры в русской языковой картине мира используются гораздо чаще чем в американской, что напрямую связано с особенностями национального самосознания русских людей, характерными для них чувством тревожности, предрасположенности к решительным поступкам и сильным эмоциям, уважением к боевой славе и военной силе [1].

4. Стоит также отметить и тот факт, что как концепт «война», так и концепт “war“ тесно связаны с другими концептами культуры. Например, отмечается их непосредственная связь с концептом «подвиг/feat», который выражается как исключительный, выдающийся, благородный поступок, напрямую связанный с риском, волевыми усилиями и моральным выбором. Как в русском, так и в американском языковом сознании подвиг рассматривается как нечто, на что каждый человек либо способен, либо нет. В русскоязычной и англоязычной картине мира различается отношение к способу осуществления подвига, которое напрямую связано с различиями менталитетов представителей данных культур (например, русским больше свойственен героизм и самопожертвование). Если для представителей англоязычной картины мира подвиг ассоциируется с благородством, умением, изяществом и выставлением напоказ, то для представителей русскоязычной картины мира подвиг всегда сопряжен не с искусством, а с внутренней потребностью в защите родины любыми возможными способами, даже ценой жизни [1].

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что концепты «война» и “war“ занимают важное место в сознании представителей как русскоязычной, так и англоязычной картины мира. Они представляют собой сложные ментальные образования, следующие признаки которых частично совпадают: 1) в обеих языковых картинах мира присутствует одинаково негативное отношение к войне как общественно-

политическому явлению; 2) оба концепта связаны с концептом «подвиг/feat». Однако данные концепты частично различаются в русскоязычной и англоязычной картине мира: 1) концепт «война» имеет большую значимость для представителей русской языковой картины мира, чем концепт “war“ для представителей американской («война» в русскоязычном сознании ассоциируется с потребностью защищать свои территории, “war“ в англоязычном сознании – с захватническими военными действиями на чужих территориях и др.); 2) различается отношение к способу осуществления «подвига/feat» (для американской языковой картины мира «подвиг» сопряжен с искусством и умением, для русской языковой картины мира – с внутренней потребностью в защите родины).

Далее рассмотрим различные варианты иконического представления образа «войны/war» в русской и американской языковой картине мира, установленные нами на материале графических изображений, отобранных из современных поисковых систем сети Интернет.

С целью выявления существующих сходств и различий иконических представлений данного образа методом сплошной выборки мы отобрали первые 50 графических изображений, отображающихся в разделе «Картинки» при заданном в поиске ключевым словом «война» в российской поисковой системе «Яндекс», и первые 50 графических изображений, отображающихся в разделе “Images“ при заданном в поиске ключевым словом «war» в американской поисковой системе “Yahoo“.

Среди 50 графических изображений, отобранных поисковой системой «Яндекс», а также среди 50 графических изображений, отобранных поисковой системой “Yahoo“, были обнаружены изображения, на которых представлены военные сражения различных исторических периодов (например, Отечественная война 1812 года, Вторая мировая

война (1939-1945 гг.) и др.), войска и военная техника различных стран (например, США, Россия, Япония и др.).

При подсчете данных с целью установления частотности появления тех или иных графических изображений мы принимали во внимание только иконическое представление образа «война/war» (солдаты, военная техника и др.), невзирая на принадлежность изображенных событий к тому или иному историческому периоду или той или иной нации.

Так, подавляющее большинство среди 50 графических изображений, отобранных поисковой системой «Яндекс», составляют изображения солдат на поле битвы. Вероятно, именно такое иконическое представление образа «война» наиболее полно характеризует данное явление.

Второе место по частотности появления занимают графические изображения военной техники (танки, самолеты, боевое оружие и др.), представляя собой неотъемлемые атрибуты любых военных действий.

Наибольший интерес представляет собой наличие в результатах поиска российской системы «Яндекс» определенного количества изображений тел убитых, руин городов и людей, скорбящих по утрате (6 из 50). Присутствие подобных изображений в результатах поиска связано, очевидно, с историческим развитием русской культуры и самой России. Так сложилось, что в ходе истории русские воевали преимущественно на своей территории, защищали ее от вторгшихся завоевателей (отсюда и изображения разрушенных городов и деревень). Само явление «война» прочно входит в сознание русского народа, имеет большую значимость для него.

В результатах поиска нами были обнаружены также графические изображения, олицетворяющие победу в войне, связанные с ней радость и ликование (4 из 50). Стоит отметить, что для русских война почти никогда не являлась средством завоевания чужих территорий, а была лишь

вынужденной мерой, единственной целью которой была оборона и защита своих собственных владений. Возможно, именно поэтому, победа в войне всегда была особенно желанна и долгожданна для русского народа, что обуславливает наличие в результатах нашего поиска вышеупомянутых изображений.

Далее мы обратимся к результатам, полученным нами в американской поисковой системе “Yahoo” при запросе “war”.

Наиболее частотными из отобранного нами графического материала являются графические изображения солдат на поле боя. Данные изображения представляют собой практически абсолютное большинство среди результатов поиска (43 из 50 отобранных).

Незначительную долю составляют графические изображения, представляющие военную технику (танки, самолеты, вертолеты, боевое оружие и др.), как неизменные составляющие любых военных действий.

Итак, при сравнении результатов, полученных нами с помощью российских и американских поисковых систем, мы можем прийти к следующим выводам:

1. Подавляющее большинство как среди результатов, полученных благодаря работе российской поисковой системы «Яндекс», так и среди результатов, полученных благодаря работе американской поисковой системы “Yahoo”, составляют графические изображения солдат на поле битвы. Очевидно, данное иконическое представление образа «война/war» является доминирующим как для представителей русской языковой картины мира, так и для представителей американской языковой картины мира, так как наиболее полно и четко отражает такое явление, как «война», имеющее само по себе универсальный характер для всех представителей человечества (война – вооруженная борьба между государствами, имеет исключительно негативный оттенок).

2. Отличительной особенностью результатов поиска российской системы «Яндекс» является наличие среди отобранного материала изображений тел погибших, разрушенных городов и деревень (6 из 50), что, по всей видимости, связано с историческим развитием русской культуры и самой России (ведение войны преимущественно на своей территории и др.). Схожих изображений в результатах поиска американской системы «Yahoo» обнаружено не было.

3. Помимо того, специфичным для русской языковой картины мира является и существование такого иконического представления образа «война», как изображения победы в войне, радующихся и ликующих по этому поводу людей. Возможно, наличие подобных графических изображений обусловлено тем, что победа в войне и ее скорейшее завершение для русского народа всегда были особенно желанны, так как для русских война почти никогда не являлась средством завоевания чужих территорий, а была лишь вынужденной мерой, единственной целью которой была оборона и защита своих собственных владений. Схожих изображений в результатах поиска американской системы «Yahoo» обнаружено не было.

Таким образом, на основании выявленных нами сходств и различий вербальных и иконических представлений образа «война/war» в русской и американской языковых картинах мира, мы можем сделать вывод о том, что вербальные и визуальные (иконические) варианты представления образов языкового сознания находятся в тесной взаимосвязи и оказывают существенное влияние на восприятие друг друга. Кроме того, образы языкового сознания, структурированные в виде концептов, создаются опираясь в том числе и на особенности, характерные для сознания представителей той или иной языковой картины мира (специфичные черты национального характера и культуры, особенности мировосприятия и др.).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Венедиктова Л.Н. Концепт «война» в языковой картине мира: сопоставительное исследование на материале английского и русского языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тюмень: Челяб. гос. ун-т, 2004 // URL: <http://www.dissercat.com/content/kontsept-voina-v-yazykovoi-kartine-mira-sopostavitelnoe-issledovanie-na-materiale-angliiskog>
2. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт. Становление антропоцентрической парадигмы в языкознании / С.Г. Воркачев // НДВШ. Филологические науки. - 2001. - № 1. – 64 с.
3. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. - М.: Радуга, 1992. – 671 с.
4. Сурина В.Н. Понятие концепта и концептосферы // Молодой ученый. - 2010. - № 5. Т. 2. – С. 43-46.
5. Уфимцева Н.В. Этнический характер, образ себя и языковое сознание русских // Языковое сознание: формирование и функционирование: сб. науч. тр. // отв. ред. Н. В. Уфимцева. - М., 1998. – С. 135-171.

ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ И СОПОСТАВЛЕНИЕ КОНЦЕПТА «КРАСОТА» / “BEAUTY” В ОБРАЗНОМ АСПЕКТЕ НА ПРИМЕРЕ РАЗЛИЧНЫХ ПОГОВОРК, ПОСЛОВИЦ И ИЗРЕЧЕНИЙ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

А.С. Титова

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

Аннотация. Данная статья представляет собой сопоставительный анализ языковых единиц, выражающих концепт «красота» на материале русского и английского языков. Примеры языковых единиц взяты из

многочисленных поговорок, пословиц и изречений русского и английского языков. На основе собранных языковых единиц выделяются возможные типы когнитивных метафор, отражающие образные представления о красоте.

Ключевые слова: концепт, языковая картина мира, эстетическая оценка, лингвокультура, образный аспект, когнитивная метафора.

В любой культуре и языковом обществе есть понятия, которые можно назвать универсальными, а именно: противопоставления положительного и отрицательного, ума и глупости, добра и зла, красоты и некрасивости и т. д.

Сознание каждого отдельного индивида формируется именно этими универсальными понятиями, которые отражают национальное видение мира и создают картину мира. В языковой картине мира фиксируются все значимые для индивида фрагменты действительности, т.е. картина мира представляет собой совокупность понятий, концептов и накопленных человеческих знаний, которые впоследствии оформляются в вербальные знаки. Понятие «красота» является универсальным в любой культуре и играет большую роль в формировании картины мира, в том числе русской и английской [2, с. 56].

Лексическая семантика является одним из основных способов для представления данного концепта в языке. Концепт «красота» имеет две противоположные разновидности: прекрасное и уродливое, которые соответствуют одноименным категориям эстетического восприятия. В лингвистических исследованиях последних лет был сделан вывод, что номинативная плотность концепта «красота» в его положительно-оценочной части примерно равна такой же плотности в его отрицательно-оценочной части и в английской, и в русской лингвокультурах [3, с. 281].

Общими характеристиками концепта «красота» как в русской, так и в английской культурах являются его приближенность к идеалу, а также интенсивных уточнений: положительная эстетическая оценка дается красивой внешности и отрицательная эстетическая оценка дается некрасивой, уродливой внешности [6, с. 17].

Лексическое представление концепта «красота» возможно посредством двух типов эстетической оценки: эмоциональной и рациональной. Для англоязычного индивида эти эстетические оценки даются при условии соответствия оцениваемого объекта общепринятым канонам красоты. Состояние безупречности и неиспорченности являются центральными признаками красивого объекта. Также английская положительная эстетическая оценка зависит от размера оцениваемого объекта, чем меньше объект, тем он красивее. Такая закономерность может быть объяснена на психологическом уровне, чем предмет меньше, тем эмоциональное отношение к нему более положительное, следовательно, идея маленького размера являются ключевой для положительной эстетической оценки для англоязычного индивида [8, с. 350-352].

Для русскоязычного индивида положительная эстетическая оценка зависит от других факторов, а именно от противопоставления внешней и внутренней красоты. Это противопоставление подтверждает утверждение, что для русской ментальности более важными являются внутренние духовные ценности. Контраст телесно-материальной и духовной действительности сводится к противопоставлению внешней и внутренней красоты. Также следует учитывать, что русскоязычный индивид воспринимает объект в комплексе, то есть учитывает еще такие признаки, как рост, здоровье, соответствие моральным установкам [8, с. 353].

Лингвокультурная специфика также обуславливает отрицательную эстетическую оценку. Ключевыми признаками для присвоения отрицательной эстетической

оценки в английской ментальности являются признаки ущербности внешности, отсутствия украшения и необработанности. Если англоязычный индивид акцентирует свое внимание на том, что объект является испорченным, он обвиняет того, кто этот объект испортил, или того, кто ничего не предпринял для того, чтобы объект сохранил свою красоту. В англоязычном сознании безобразным является совокупность признаков убожества, отвращения и грязи. Данная совокупность признаков является доказательством того, что безобразное есть результат неправильного поведения индивида [4, с. 151].

В сознании русскоязычного индивида центральным противопоставлением безобразного и уродливого является внешнее и внутреннее отступление от общепринятых идеалов красоты. Ключевой является идея о врожденном внешнем несовершенстве, за которое объект, обладающий им, не несет никакой ответственности. Таких людей в русского лингвокультуре принято жалеть, а не осуждать или порицать. Наличие плохого здоровья является признаков некрасивости в сознании русскоязычного индивида. В отличие от сознания англоязычного индивида, в русской лингвокультуре к людям маленького роста относятся с презрением и пренебрежением [5, с. 85-86].

Фразеологические единицы, представляющие данный концепт в русской и английской лингвокультурах, образуются посредством сравнения выбранного объекта с цветами, звездами, великими произведениями искусства. Некрасивая внешность сравнивается с неблагородным животным или неблагородной птицей. Можно сделать вывод, что главной характеристикой для положительной эстетической оценки в русской лингвокультуре является здоровье, а в английской – молодость.

В паремиологии концепт «красота» сравнивается с концептами «польза» и «мораль». Во многих пословицах и поговорах центральной идеей является обманчивость

красоты. В английских пословицах и поговорках подчеркивается идея временности красоты, поскольку, как уже было сказано ранее, в сознании англоязычного индивида молодость расценивается как один из главных факторов красоты.

Как в английских, так и в русских афоризмах преобладает идея обманчивости женской красоты, данная идея может служить доказательством того, что авторами многих афоризмов являются мужчины, пострадавшие от коварности женской красоты [1, с. 20-24].

Говоря о представленности концепта «красота» в различных типах дискурса, можно сделать вывод, что высказываний с положительной эстетической оценкой гораздо больше, чем высказываний с отрицательной эстетической оценкой. Также наблюдается закономерность, что в художественных и публицистических текстах количество положительных оценок больше, чем в бытовом дискурсе. Эта закономерность может быть объяснена тем, что художественная литература обладает эстетическим назначением, в то время как в обиходном дискурсе наблюдается тенденция о скрытии обозначения красоты.

Следует упомянуть о том, что в русских художественных текстах противопоставляются внешняя и внутренняя красота, а также внешнее и внутреннее уродство. Но во многих произведениях отдельных авторов часто присутствует сочетание некрасивой внешности с доброй душой [7, с. 328-330].

Рассмотрев теоретические положения о концепте «красота» / “beauty” в русской и английской лингвокультурах, мы проведем сопоставительный анализ концепта «красота» / “beauty” в образном аспекте на примере различных пословиц, поговорок и изречений, существующих в русском и английском языках. На основе собранных языковых единиц мы выделим возможные типы когнитивных метафор, отражающие образные представления о красоте.

Начнем анализ с концепта «красота» в русском языке. Первой когнитивной метафорой, которую можно выделить, является метафора: красота = успех, богатство. Следующие пословицы и поговорки входят в группу, отражающую данное образное представление:

1. У молодца не без золотца, у красной девушки не без серебреца.
2. Красная девка в хороводе, что маков цвет в огороде.
3. Красивая мордашка наполовину сосватана.

В данных примерах красота олицетворяется как одно из главных условий, необходимых для достижения успеха во всех сферах: в финансовой, в социальной и в личностной.

Следующей когнитивной метафорой является метафора: красота = гордость. Ко второй группе можно отнести следующие русские пословицы:

1. Коса – девичья краса.
2. Красней красного солнышка, ясней ясного месяца!

На основе данных пословиц можно сделать вывод, что наличие внешней красоты является тем, чем следует гордиться, и тем, от чего явно зависит самооценка человека.

Затем следует когнитивная метафора, отражающая негативное представление о красоте: красота = не обязательно счастье. В группу, доказывающую данное утверждение, относятся такие поговорки, как:

1. Не родись красивой, а родись счастливой.
2. Не родись ни умён, ни красив, а родись счастлив.

Эти поговорки доказывают, что наличие внешней красоты еще не гарантирует безоговорочное счастье, а также то, что красота и счастье никак не связаны между собой.

Еще одна негативная когнитивная метафора: красота = глупость. В группу, поддерживающую это утверждение, входят следующие пословицы и народные изречения:

1. Красота приглядится, а ум впредь пригодится.
2. Красота без разума пуста.
3. Поглядеть - картина, а послушать – скотина.

Данные пословицы и народные изречения наглядно показывают, что наличие красоты не является самым главным для человека, одной только красоты недостаточно для успешной и счастливой жизни. Также то, что внешняя красота приобретает маленькое значение, если ум и, например, интеллигентность отсутствует.

И последней когнитивной метафорой, которую мы можем выделить для образного представления концепта «красота» в русском языке, является метафора: красота = черная душа. К группе, доказывающей это утверждение, относятся такие пословицы, как:

1. Молодец красив, да на душу крив.
2. Красива рожа, а душа негожа.

Вышеперечисленные пословицы служат доказательством того, что наличие внешней красоты еще не гарантирует наличие внутренней красоты. А также то, что эти два понятия не связаны между собой.

Для описания образного аспекта концепта “beauty” мы также проанализируем поговорки, пословицы и народные изречения, существующие в английском языке. И по аналогии с образным представлением концепта «красота» выделим когнитивные метафоры, отражающие образные представления о красоте в английском языке.

Первой когнитивной метафорой, которую можно выделить, является метафора: beauty = власть. К группе, доказывающей существование данной метафоры, можно отнести следующие пословицы и народные изречения:

1. Beauty opens locked doors.
2. A good face is a letter of recommendation.
3. Beauty is power. A smile is its sword.
4. A fire scorches from near, a beautiful woman from near and from afar.

Вышеперечисленные пословицы служат доказательством того, что красота является олицетворением власти. Именно красота это инструмент, который позволяет

добиться успеха и который может оказывать огромное влияние на окружающих.

Далее следует когнитивная метафора: beauty = скромность, чистота. Нижеперечисленные пословицы служат доказательством существования данной метафоры:

1. Beauty is eloquent even when silent.
2. True beauty consists in purity of heart.
3. Beauty without modesty is infamous.

Эти пословицы являются демонстрацией того, что внешняя красота и наличие положительных душевных качеств должны находиться в балансе, одно не должно исключать другое.

Еще одной когнитивной метафорой с положительным значением концепта beauty является метафора: beauty = удовольствие, эстетическое наслаждение. В группу, доказывающую существование этой метафоры, входят такие пословицы и поговорки, как:

1. A thing of beauty is a joy forever.
2. Beauty is but a blossom.

Данные пословицы и поговорки доказывают, что призвание красоты - дарить удовольствие и эстетическое наслаждение окружающим.

Следующая когнитивная метафора концепта "beauty" в английском языке: beauty = труд, работа. Следующие пословицы доказывают существование данной метафоры:

1. Beauty comes by forcing.
2. Beauty doth varnish age.

Эти пословицы наглядно демонстрируют, что недостаточно просто родиться красивым и ничего не делать, обязательно нужно поддерживать свою красоту в первозданном состоянии, что является непомерным трудом и усилиями.

Следующей когнитивной метафорой, которая была обнаружена, является метафора: beauty = проклятие. К

группе, доказывающей существование этой метафоры, относятся такие поговорки, как:

1. A woman and a cherry are painted for their own harm.
2. Beauty blemished once is forever lost.
3. Beauty without virtue is a curse.

На основании данных поговорок можно сделать вывод о том, что красота не всегда является подарком судьбы, а как раз наоборот, она является проклятием, тем, что приносит несчастья и неудачи на протяжении всей жизни.

Следующим шагом анализа является сопоставление концептов «красота» / “beauty” в образном аспекте.

Для русскоязычного индивида красота приравнивается к успеху, богатству, гордости, несчастью, глупости и черной душе. Для англоязычного же индивида beauty приравнивается к власти, скромности, чистоте, удовольствию, труду, работе и проклятию.

По результатам сопоставления концептов «красота» / “beauty” в образном аспекте можно выделить следующие характеристики: 1) в русском языке когнитивных метафор с отрицательным значением больше, чем с положительным, из чего можно сделать вывод, что в русском языке красота имеет больше недостатков, чем достоинств; 2) в английском же языке, напротив, когнитивных метафор с положительным значением больше, чем с отрицательным, т. е. в английском языке красота имеет больше преимуществ, чем недостатков; 3) как в русском, так и в английском языках все когнитивные метафоры имеют оценочное значение (либо положительное, либо отрицательное), т. е. красоту нельзя воспринимать нейтрально, в любом случае она оказывает какое-либо влияние (либо положительное, либо отрицательное.)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баева Л.В. Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории: монография. – М.: АГУ, 2004. – С. 9-28.

2. Балалыкина И.А. Представление о красоте в русском языковом сознании. – М.: Школа, 2002. – С. 55-57.
3. Бочкова А. Л. Понятие «Оценка» в лингвистике // Вестник МГЛУ. – № 3. – С. 280-282.
4. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. - М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 150-152.
5. Данилова Р.Р. Категория оценки как способ выражения антропоцентризма в лингвистике // Вестник ТГГПУ. – 2011. - № 1. – С. 85-87.
6. Желвис В.И. Лингвокультурная характеристика концепта «Красота» // Ярославский педагогический вестник. – 2015. - № 1. - С. 16-17.
7. Корж Н.В. Проблема ценностей и установок в социологии // Вестник университета им. Вернадского. – 2011. - № 3. – С. 328-331.
8. Тарасенко О.Н. Концепт «Красота» в паремиологическом представлении // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2012. - № 6. – С. 350-353.

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ
ЛИНГВИСТИКИ. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ**

**IDIOM AS A PHRASEOLOGICAL UNIT IN ENGLISH
AND FRENCH AND THE PECULIARITIES
OF ITS USAGE IN THE NEWSPAPER STYLE**

С.А. Блинова, Е. Григорьева

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

The problem of idiomatic expressions is the most relevant one in modern linguistics, which causes a great interest among linguists from year to year. The question of definition of an idiom is still controversial and there are many views on it. The etymology of these expressions also attracts a great attention of scientists specializing in phraseology and idiomatic expression in particular.

Idioms play an important role in our everyday speech because obviously any native speaker or learner of any language faces these expressions in literature, in oral speech or in mass media. Idiomatic expressions are part of our life, part of our culture and history. Studying these expressions is main part of the work of linguists as they reflect not only some particular language features but also peculiarities of culture and history of any country, area and nation.

Language is a very complex and multilevel system of signs and words which is used for expressing feelings and thoughts. As a system of communication it has two meanings: figurative and literal. Actually, it means that all the words and expressions in the language can be understood in two different ways. As for the literal meaning of the language, it gives the direct, literal sense of the objects or phenomena. While the

figurative sense or meaning provides an imaginative description of the objects and phenomena or just adds a special effect.

And if it is quite clear how the literal sense of language works, it should be still specified how the figurative meaning functions and, what is more, which expressive means constitute it. The Cambridge Dictionary gives the following definition to the term “figurative language”: “words and phrases used not with their basic meaning but with a more imaginative meaning, in order to create a special effect” [6]. So basically it means that figurative language includes various words and expressions and phrases which meaning is not literal. And now it can be said that such a meaning may be expressed by different notions like proverbs, metaphors, idioms or phraseologisms.

The most interesting and commonly used means of expressing the figurative meaning is, of course, an idiom. Idioms are extremely wide spread in present-day English and almost every English speaking person uses them in their everyday speech. As these expressions have a metaphorical sense it becomes way more difficult to understand them without knowing the definite translation, because their sense cannot be deduced from their constituent parts’ meaning. So that one should be aware of a special, figurative meaning of all the constituent parts of an idiom or a phraseologism in order to understand it in a right way.

Idioms are language forms that is why undoubtedly they have their own patterns and characteristics. These expressions are used in oral speech as often as in written language as they impart plenty of cultural and language information during the communication process. They are wide spread and used a lot in all types of languages: informal and formal. Sometimes idioms perform as the ideas of the life, environment, history and culture of the native speakers.

One of the main characteristics of idioms is that the word order, grammatical forms or the words themselves cannot be changed in any way, as it can be done with non-idiomatic expressions. That means that idioms are fixed expressions.

Idiomatic expressions can take different forms and have various structures. There are rather long idioms and, on the contrary, quite short. For instance, in English language there exist such idiomatic expressions that consist of only two words – noun and adjective: “forty winks” or “cold war”.

There is one more important characteristic of idioms: they are completely optional in the speech usage. Although the person using idiomatic expression in his speech looks way more natural and fluent, it is not obligatory to use them. One can choose whether to use them or not. They are thought to be some special or extra objects in the language as their structure, meaning and usage sometimes are rather complex.

As a reproducible language unit, phraseological turn of speech is always presented as a single meaningful whole, however, the ratio of the value of a phraseological unit as a whole and the values of its components may be different. From this point of view, phraseological turns of speech can be divided into 4 groups:

- 1 Phraseological fusions,
- 2 Phraseological unities
- 3 Phraseological combinations

The first two groups constitute semantically indivisible turns of speech. They are equivalent in terms of their values to some word. The third and fourth groups constitute semantically divided turns of speech. Their meaning is equivalent to the semantics of their components. This classification belongs to V. V. Vinogradov [2; 146].

- Phraseological fusions

Semantically indivisible phraseological turns of speech, the integral value of which is not relative to the individual values of their components, are called phraseological fusions. The phraseological fusion (or idiom) represents the turn of speech which has developed in language, usually emotionally painted, stiffened long ago. The main feature of phraseological fusions unlike combinations and unities is that their general sense isn't

motivated with value of the constituent elements and can't be brought out of them. The words which are a part of a fusion have completely lost semantic independence and the values, therefore, don't explain sense of all turn in general.

For example: red tape - 'bureaucratic methods'; heavy father - 'serious or solemn part in a theatrical play'; kick the bucket - 'die'; and the like.

So phraseological fusion – is equivalent words supplied certain grammatical category as a single, absolutely irreducible unit.

- Phraseological combinations

Phraseological combinations are a mobile semantic complex which components keep their major meaning, but form a combination only with certain words.

For instance, bear a grudge may be changed into bear malice, but not into bear a fancy or liking. We can say take a liking (fancy) but not take hatred (disgust).

In the examples listed above the words cannot be replaced since it will result in incongruity of words and distortion of meaning of the phraseological unit.

- Phraseological unities

Phraseological unities are phraseological units, complete generally-figurative sense of which can be figuratively motivated on the basis of the components which have been included in their structure.

For example: “take a threatening tone” or “show an intention to injure” for show one’s teeth and “discuss or make public one’s quarrels” for wash one’s dirty linen in public.

Their high quality of being connotative is cause by a phraseological image, or an internal form, i.e. by evident representation, that “picture” on the basis of which the complete generally - figurative meaning is comprehended and perceived. Theoretically existence of the identical on the meanings and internal forms phraseological units can be explained with a certain commonness of the figurative and conceptual associations

arising in various languages and at the different peoples as a result of similarity of their life experience; at the same time the cultural realities to some extent reflecting the general ways of development of these peoples can also play an important role.

The following phraseological unities can be bright examples: “to carry coals to Newcastle” – “to do something useless and unnecessary”; “when pigs fly” – literally “never”.

In French, there are structural, functional and semantic types of phraseological units. Among these types of phraseological units there are also idiomatic expressions.

The structural ones are: “à la traverse” means “in defiance of”, “pour des prunes” which means “over trifles” and “rester court” means “to lose courage”; “sain et sauf” means “safe and sound”, “nuit blanche” in the meaning of “a sleepless night”, “se mettre en quatre” which means “to run around like a madman/madwoman”, “croire que les enfants naissent dans les choux” means “be too naïve”, “chercher midi où il n'est qu'onze heures” means “to look under the bridge”.

Functional idioms are divided into two great classes: non-communicative and communicative. The first class includes phraseological units, which don't have function of communication. They represent a word or a phrase. The second class includes idioms, which act as independent units of communication and, as a rule, represent a proposal.

Semantic classification of phraseological units:

a) Idioms, characterized by a holistic value based on the reinterpretation of the combination of components.

b) Unilateral idioms, which means turns of speech with unilateral dependence semantic components. At least one component in these units acts in a literal or a figurative sense.

Among this type of phraseological units stand stable complexes consisting of two components, known as “phraseological combinations”.

Nowadays in the modern and highly technological world people cannot do without mass media as there are plenty of

events occur every hour and minute. That is why actually the mankind needs something that will inform them about everything happening in the world. And today thanks to high technologies there exist a variety of possibilities to learn about current situation in the world: through television, radio or even Internet. But of course the oldest source from which people learn news is a newspaper.

Newspapers may vary according to different criteria: frequency, geographical scope and of course the subject. Newspapers of different kinds may contain timely information and articles about topical socio-political, scientific, industrial and other issues, as well as literary works and advertising. As for frequency, newspapers may be published daily, weekly or even monthly. The distribution can also be different: newspapers can be local, regional, national and even international. And of course the subject matters. There are general newspapers that cover all the topics actual nowadays. Some local or regional newspapers may be concerned about news actual only in this exact area. And then there exist specialized newspapers which mostly concentrate on, for example, political or financial matters [1].

Newspapers have their own style of writing which is called a publicistic style. It is used not only in newspapers of course but also in magazines, radio and TV programs and other types of mass media. In the literary English language the newspaper style was the last one to be appreciated as a specific form writing [12]. According to Denisova and Pozniak [3; 118], the main aim of publicistic or newspaper style is to make a great influence on people's opinion and convince them that the point of view expressed in the article is the only true. Usually it is reached not only with the help of logical arguments but also with the help of emotional appeal.

Being more concrete about the language of newspapers, it should be stated that a big role in writing articles in any kind of newspaper plays using of different stylistic devices. They may be different colloquial forms, questions, functional style or terms,

different clichés peculiar to newspaper style, abbreviations, neologisms, different kinds of sentences and constructions and sometimes even phraseologisms or idiomatic expressions. So it basically means that the newspaper style have something in common with the prose because it also has various stylistic devices and imagery. However, the language of newspapers is not unrestricted as the language of belles-lettres as still there may be found some elements of scientific style or functional style which makes newspapers more official and logically structural.

To sum up, it should be mentioned that all these features of newspaper style and some linguistic (stylistic) devices make the newspapers' language sound more attractive to the reader. As the main aim of any newspaper is to deliver information to the reader in the comprehensible form, then it is obvious that such devices help make hence the official texts sound more natural.

Now it can be stated that an idiomatic expression is a part of a figurative meaning of a language. Idiom is a fixed and stable expression, which meaning cannot be deduced from its constituent parts. Idioms have some special meanings which are often opaque. However, there are some idiomatic expressions which meanings are quite transparent.

As the article shows, idiomatic expressions play an important role in the newspaper style. They are used in the periodical publications frequently as well as in the oral speech. Newspapers are mostly made for letting people know about current events but also they are supposed to incline the reader to the point of view expressed in the article. Using different phraseological units (the majority of which are also used in everyday speech and seem more familiar and simpler to the reader) makes it way easier to persuade people to think in some particular way.

What is more, idioms attract readers' sight. Some unusual phrase, which meaning is opaque, may be used in the article or even in the heading. This will get readers' attention and make them interested in this article. The usage of idioms in the

newspaper style is essential because they make the text look brighter and take it close to a reader so they could comment on it.

The usage of idioms in English and French newspapers

As it was mentioned earlier in that article, idiomatic expressions are widely used in newspaper articles in different languages. However, now we are going to examine idioms in English and French newspaper articles.

“Venture capitalist David Cowan is a professed chess-playing nerd who studied math and computer science at Harvard. Last year, though, he decided he needed a **crash course** in getting hip”. – The Wall Street Journal [5].

This quotation was taken from the newspaper “The Wall Street Journal” and here is an idiomatic expression “a crash course” which basically means “a very quick lesson which teaches a person a lot of basic facts for a short period of time”.

It can be easily seen that newspaper style uses a lot of idioms as it was mentioned earlier in the article. As in English newspaper articles, idiomatic expressions are also widely used in French ones:

“Le défi est de **garder la tête froide**, si près de la colère et de l’effroi qu’inspirent les attentats commis à Paris vendredi soir”. – Le Devoir [18].

The sentence was taken from French-language newspaper of Canada, Montreal and Quebec “Le Devoir”. Here the idiom “garder la tête froide” is used in the meaning of “to keep one’s head”, “to keep cool”.

One more pair of idioms with the same meaning but in two different languages is also used in the newspaper style for coloring the text and making it more attractive for a reader.

“Mexican great Barrera saw his challenge end when his corner **threw in the towel** in the closing seconds of round 11”. – BBC Sport [4].

In this example from BBC News we can see an idiom “throw in the towel” which also can be met as “throw in the sponge”. The meaning of this expression is “to give up”. As it

deals with the theme of defeat, it may be widely used in newspapers dealing with sport. So here as we can see the quotation was taken from the sport themed newspaper and article.

French variant with the same meaning “to give up” looks like “donner sa langue au chat” and it was used in the article from the French newspaper “Le Figaro”:

“Joann Sfar n'est pas du genre à *donner sa langue au chat...*” – Le Figaro [9].

Then there is one very interesting French idiom which meaning is not transparent at all, in the contrary, it is opaque. It looks like “faire mouche” and means “to hit home” or “to be absolutely right at something” or “to hit the target”. The curious thing about this idiom is its origin and literal translation. The word “mouche” actually means “a fly” but here it has the other meaning which goes down to history of its origin. Here “mouche” should be understood as “a target”, a little black point on the white paper with black circles. So when a person shoots at the target, he is supposed to hit this little point, which indeed means “fair mouche”. We can see this idiom in the following example from the newspaper “Le Figaro”:

“Le «CV original», une pratique qui peut *faire mouche*”. – Le Figaro [11].

What is more, in English there is the same idiomatic expression with the same meaning of “hitting the target” and the same origin. Since 17th century this black point in the center of circles has been called “bull’s eye”. And the expression took the form of “to hit the bull’s-eye”. There are two examples from “Sunday Express” and “The Oregonian” to show the usage of this idiom in the newspaper style:

“Bowls must learn to *hit the bull’s-eye*”. – Sunday Express [10].

And the other one from “The Oregonian”:

“Vancouver family hopes its homegrown word game *hits a bull’s-eye*”. – The Oregonian [16].

A very interesting idiom “to turn a blind eye” which means “to ignore something or someone” or “to let something illegal or wrong happen without any attempt to prevent it”. It is used in the newspaper articles as well and the following example is taken from “The Guardian”:

“But Vladimir Nuzhny, a toxicologist, said up to half of imported wine has not corresponded to the required quality since the fall of the Soviet Union. “It never killed anyone and Russian leadership used *to turn a blind eye*, but now relations are worsening with the Georgian and Moldovan leaders they don't see a need to ignore it anymore,” he said”. – The Guardian [17].

French equivalent to the English “to turn a blind eye” is “fermer les yeux”. It means just the same: “to ignore something wrong or illegal and not to do anything to prevent it”. This idiom is transparent and its figurative meaning can be guessed from the context.

As an example we can take an extract from the article from “Le Monde”:

“Madagascar continue de *fermer les yeux* sur le trafic du bois de rose”. – Le Monde [7].

The next idiom “to shoot the breeze” is opaque and it is not easy at all to guess its meaning at once. However, the definition of this expression is quite simple: “to start an idle chat in order to kill the time”. The origin of this expression comes back to the times of cowboys when some of them wanted to kill the time, they started shooting into the air at nothing in particular, so they “shot the breeze”.

The usage of this idiom can be easily demonstrated in the following extract from the newspaper “Financial Times”:

“George W. Bush can be sure of one thing when he next visits China on official business. Chinese president Hu Jintao won't try to emulate the Texas charm the US president dishes out at his Crawford ranch, dressing down to *shoot the breeze* over pork dumplings at a village restaurant”. – Financial Times [15].

French idiom “tailler une bavette” has the same meaning as “to shoot the breeze”. It means “to start an idle chat in order to kill some time”. By the way, this idiom has a very interesting origin. Formerly the word “bavette” meant “a bib” and the word “bave” meant at that time a chat of children as they could spit while talking. Later this term referred not only to kids but also to adults as they could talk with such an enthusiasm that spitted a lot. Parallel to that, the word “tailler” was used in the phrase “tailler bien la parole à quelqu'un” which literally meant “to cut off someone’s speech skillfully” and figuratively it meant “to speak eloquently”. And from these to phrases the idiom “tailler une bavette” was formed. The verb “tailler” which means “to cut off” gave the expression a bit ironical and pejorative meaning because “to have an idle talk” has nothing to do with any serious conversation.

The example of this idiom in the newspaper style was taken from “La Meuse”:

“Installée dans le quartier Sainte-Marguerite, la librairie de Bruno Franchi attire perpétuellement des clients. Pas seulement pour venir y acheter des journaux ou des cigarettes, mais aussi pour y *tailler une bavette*, où il est très souvent question de football”. – La Meuse [14].

Animals frequently show up in English idioms. Here's one with a dog, which obviously has an animal key word in its structure. The meaning of this idiomatic expression is semi-opaque because actually it is possible to guess about its meaning especially from the context but still it is not so clear. The meaning of it is “a cruel, challenging world”.

This idiom was used in the article from the English newspaper” The Guardian”:

“Steve Girdler, director of services at Kelly UK, agrees that Sugar's methods are impressive. “Sometimes I think we can be too soft in our assessment of graduates. But what's the point when we know that in reality, business can be *a dog-eat-dog world?*” – The Guardian [13].

One more French idiom “avoir le vent en poupe” is quite interesting. The origin of it is rather curious. Since 14th century the seamen who had “le vent en poupe” or in English “a wind in the stern” are thought to be gifted by the destiny because the wind always accompanied them in the sea. So now the idiom “avoir le vent en poupe” means “to be favored by the circumstances”. If one knows the origin of this phrase, there will be no problem for them to guess the meaning, however this expression is not so transparent.

It can be seen in the article from “Le Figaro”:

“Grandes écoles: les doubles diplômés *ont le vent en poupe*”. – Le Figaro [8].

REFERENCES

1. Антонова С.Г. Редакторская подготовка изданий. - М.: Изд-во МГУП, 2002. – 468 с.
2. Виноградов В.В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины // Виноградов В.В. Избр. труды. Лексикология и лексикография. – М., 1974. – 318 с.
3. Денисова О.К., Позняк Л. П. Учебно-методическое пособие по стилистике английского языка (для студентов факультетов заочного обучения лингвистических вузов). - Иркутск: ИГЛУ, 2014. - 201 с.
4. Barrera suffers shock defeat, BBC Sport, November 16, 2003. URL: <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/boxing/3271477.stm> (12 Jan 2016)
5. Buckman, R., How Venture Capital Is Trying to Get Down With Young CEOs, The Wall Street Journal, July 8, 2006. URL: <http://www.wsj.com/articles/SB115232189685201413> (24 Jan 2016)
6. Cambridge Dictionaries Online, Cambridge University Press 2016 (<http://dictionary.cambridge.org/ru/>)
7. Caramel, L., Madagascar continue de fermer les yeux sur le trafic du bois de rose, Le Monde, January 14, 2016. URL:

http://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/01/14/madagascar-continue-de-fermer-les-yeux-sur-le-trafic-du-bois-de-rose_4847639_3212.html (13 Mar 2016)

8. De Queiroz, J-L., Grandes écoles: les doubles diplômes ont le vent en poupe, *Le Figaro*, November 26, 2015. URL: <http://etudiant.lefigaro.fr/orientation/actus-et-conseils/detail/article/grandes-ecoles-les-doubles-diplomes-ont-le-vent-en-poupe-17925/> (27 Dec 2015)

9. Delcroix, O., Joann Sfar : “Mon chat est très voltairien”, *Le Figaro*, May 31, 2011. URL: <http://www.lefigaro.fr/cinema/2011/05/31/03002-20110531ART FIG00621-joann-sfar-mon-chat-est-tres-voltairien.php> (3 Dec 2015)

10. Dunn, M., Bowls must learn to hit the bull’s-eye, *Sunday Express*, January 15, 2008. URL: <http://www.express.co.uk/sport/othersport/31486/Bowls-must-learn-to-hit-the-bull-s-eye> (26 Dec 2015)

11. Frouin, G., Le désarroi du propriétaire de la Porsche incendiée à Nantes, *Le Figaro*, April 30, 2016. URL: <http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2016/04/29/01016-20160429ARTFIG00337-le-desarroi-du-propretaire-de-la-porsche-incendiee-a-nantes.php> (1 May 2016)

12. Galperin I.R. *Stylistics*. - M.: Higher School, 1977. – 328 p.

13. Hilpern, K., All fired up, *The Guardian*, April 22, 2006. URL: <http://www.theguardian.com/money/2006/apr/22/graduates.graduation> (10 Dec 2015)

14. Ledent, C., Liège: Bruno Franchi, libraire plutôt que glacier..., *La Meuse*, April 12, 2014. URL: <http://www.lameuse.be/983611/article/2014-04-12/liege-bruno-franchi-libraire-plutot-que-glacier> (26 Dec 2015)

15. McGregor, R., Peking order, *Financial Times*, April 22, 2006. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/995ea450-d19c-11da-a38b-0000779e2340.html#axzz48TTMk4k0> (10 Dec 2015)

16. Njus, E., Vancouver family hopes its homegrown word game hits a bull's-eye, *The Oregonian*, April 22, 2011.

URL: http://www.oregonlive.com/clark-county/index.ssf/2011/04/vancouver_family_hopes_their_homegrown_word_game_hits_a_bulls-eye.html (26 Dec 2015)

17. Parfitt, T., Russia bans imports of alcohol from neighbours, The Guardian, April 13, 2006. URL: <http://www.theguardian.com/world/2006/apr/13/russia.tomparfitt> (13 Jan 2016)

18. Taillefer, G., Garder la tête froide, Le Devoir, November 17, 2015. URL: <http://www.ledevoir.com/international/europe/455400/attentats-de-paris-garder-la-tete-froide> (12 Dec 2015)

**ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ УЗБЕКОГОВОРЯЩИХ
СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО
ЯЗЫКА (В СРАВНЕНИИ С ОШИБКАМИ
РУССКОГОВОРЯЩИХ СТУДЕНТОВ)**

M.B. Ganieva

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

For the research, the theme "Typical lexical and grammatical mistakes made by Uzbek-speaking students of English (in comparison with the mistakes of Russian-speaking students)" was chosen. Knowledge and language learning are important for any person. Many scientists and researchers are paying considerable attention to the issues of bilingualism, namely to the interfering influence of the native language in mastering a foreign language.

The relevance of the theme in this study is based on the fact that the population of any country increases due to immigrants, visitors from other countries who work and study in institutions of higher education, change their citizenship, build families, and find jobs. To do this, you need to know the language to communicate with the listener so that he could understand what you want to say and you could understand him.

Learning the grammar is one of the most important aspects of learning a foreign language, because without the knowledge of grammar or of a complete communication can be no question. Learning any foreign language cannot occur without interaction with the native language. It is necessary to organize this process so that the native language should help, not hinder, to master a foreign language. It is necessary to explore the main problems faced by students in learning the English language, and to identify ways of overcoming them. That is why we pay considerable attention to the issues of bilingualism, namely the interfering influence of the native language in mastering a foreign language.

The theme is relevant since nowadays many Uzbek citizens go to Russia or the United States to work, study make deals, etc. In Uzbekistan, Russian teachers teach the Russian language at schools, foreigners come to teach English. In Russia, there are also foreigners who study the Uzbek language at the universities and Russians who learn English. Tourists travel in different countries; there are tourists who come to Uzbekistan to see ancient cities such as Bukhara, Samarkand, Khiva, Karshi and Shakhrisabs.

In modern linguistics, the problem of language interference is both traditional and up-to-date, and the study of this phenomenon in translation activities solves a number of issues related to the difficulties in translating from one language to another. The issue in question is at the intersection of the translation theory and the theory of language contacts.

Until recently, the phenomenon of interference has been studied only in the framework of the theory of language contacts in terms of direct language contact when observing bilingual (or multilingual) people. We propose to study the interference in translation when observing a specific "professional" of bilingualism (or multilingualism) translators. The purpose of this study is to identify the facts of interference, the study of its mechanisms and causes (actually linguistic).

Along with the globalization in the modern world, there is a tendency to teach and learn foreign languages. A modern man, keeping up with the time, is trying to develop, improve, and keep up with fellow foreigners, become bilingual. Learning languages helps not only to be a step ahead its rivals, but to successfully move up the career ladder. One of the fundamental principles of learning a language is mastering its vocabulary and grammar.

It is not so difficult for a native speaker to learn vocabulary and grammar as for the speakers of other languages. After children are born, their parents gradually begin to talk to them. However, the children cannot speak yet, but the ear perceives all the sounds and words it hears. In the future, they begin to speak and read. Nevertheless, when teaching foreign languages, lexis, and grammar are an integral part.

Studying English, we face such problem as the rules of writing. In order to be proficient in English, you must carefully examine the lexical and grammatical structure of this language. At first glance learning English may seem an impossible task.

If we are to achieve success, we need to properly form the workflow and try to avoid common mistakes. Every language has its own difficulties, theories, rules of writing, understanding of speech, vocabulary, grammar in general, and their methods of teaching.

The objective of this study is to detect, classify and analyse typical mistakes that Uzbek-speaking and Russian-speaking students of English make.

According to the aim of this paper, we can identify the following tasks:

1. To identify typical lexical and grammatical mistakes in the speech of Uzbek-speaking students of English.
2. To identify typical lexical and grammatical mistakes in the speech of Russian-speaking students of English.

In the world, there are about 3000 languages. Each language is used to express thoughts with sounds uttered by a man. The situation of language contact leads to the emergence of

bilingualism (multilingualism), that is, to the possession of two (or more) languages and their alternate use depending on the conditions of verbal communication.

Interference is the interaction of language systems in a bilingual person, either emerging in the contact language or when an individual learns a foreign language, manifested in deviations from the norm and system of a second language influenced by the native one.

In linguistics, interference is understood as "the violation of the native language during the study of a foreign language" [2, p. 160].

This phenomenon is described in the works of many domestic and foreign scholars (V.V. Alimov, E. Buzarovska, U. Weinreich, E.M. Vereshchagin, V.A. Vinogradov, V.V. Klimov, L.N. Kovylyna, N.V. Comissarov, N.A. Lyubimova, R.K. Min'yar-Beloruchev, N.B. Mechkovskaya, E. Petrovich, V.Y. Rosenzweig, Y.I. Studenichnik, E. Haugen, and L.V. Shcherba). In linguistic literature, scholars of the Prague linguistic circle introduced the term "interference". However, the term received wide recognition after the release of U. Weinrich's book [3, p. 263].

According to U. Weinreich, interference includes "*those instances of deviation from the norms of any of the languages that occur in the speech of a bilingual due to the fact that they know more languages than one, which is a result of language contact*" [11].

Russian scientists in general share the position of foreign researchers. Vladimir Klimov considers *interference a result of superposition of two systems in the process of speech* [6, p. 602].

Interference is a linguistic consequence of the influence of one language on another. This interaction of language systems, deviations from the norm and the system of non-native language result from the influence of the native language.

Summing up the discussion of the concept of interference, the following should be noted.

First, linguistic interference is a complex problem, which has many aspects.

Second, interference is a hidden inner mechanism of the interaction of languages in contact: this process can give both a negative and a positive result in the second language acquisition. The attention of linguists, methodologists and practitioners tends to be focused on the negative result of interference, forecasting, research and prevention of mistakes, as negative linguistic material in the speech of bilinguals produces well-known barriers to communication.

It is believed that the basis of bilingualism is the same speech mechanisms with which communication is carried out in one's native language. In other words, between the processes of mastering the native and a foreign language there are more similarities than differences.

Linguistic aspects of the problem of mistakes include the mechanism of their generation mistakes as the measure of progress in mastering a foreign language; difference and similarity mistakes in the assimilation and mastery of foreign language, typical mistakes, etc.

The term "interference" is of Latin origin and means, "inter" – "between" and "ferens" ("ferentis") – "carrying" [10, p. 158].

It is known that one of the principles of teaching a foreign language is the principle of taking into account the native language. However, this principle is often based on a negative trend of interference. Learning a foreign language based on the principle of analogy, the desire to use native language models when constructing foreign structures or the foreign language models already studied when learning new ones lead to interference, which in turn is the cause of typical mistakes. Similar mistakes are noted practically when studying all aspects of a foreign language: phonetics, grammar, word formation, and semantics. In our course work, we will focus on the most common mistakes that students admitted to studying English as

the main foreign language in the classroom practice and practical grammar.

A significant number of lexical and grammatical mistakes arise as a result of false analogies between native and foreign languages.

In the first chapter, general theoretical questions of the interference of native and learned languages were considered. Next, we will consider such practical questions on the material of Uzbek, Russian and English. Now we will describe what we did. In order to solve the research problems, the lexical and grammatical skills of Uzbek-speaking and Russian-speaking students studying English were tested. (10 Uzbek-speaking and 10 Russian-speaking) level of proficiency in English professional well (Pre-Intermediate and Intermediate). Tasks were sent out, including testing of lexical and grammatical skills in the following section: All tense of verbs, the Article, the Passive voice and the Infinitive. As well as lexical testing of the appropriate level. The results obtained were then analyzed, which led to the following conclusions:

1. The number and the nomenclature of parts of speech in Uzbek, Russian and English do not match.

2. The same parts of speech with the coincidence of the basic characteristics have a number of dissimilar word-formation, morphological and syntactic features. The latter leads to a discrepancy also in the syntactic structure of the sentence.

3. The grammatical characteristics of lexically similar words can be different.

4. Words that are identical in their vocabulary meaning always differ in contextual values, entering into semantic-syntactic connections with different sets of words.

5. The volume and nature of word-building nests in Uzbek, Russian and English languages, as a rule, are not the same. Values transmitted in one language by related words, in another are assigned to different lexical units.

6. Words and phrases that have the same objective meaning may not coincide by etymology, motivation and modern associative meaning.

The first type of lexical mistakes. For example, the expression "Mozgimni kima" (не делай мне мозги) is widespread among Uzbeks and the Russians. The first part of the expression belongs to the Russian language, and the second to Uzbek. Here are other examples of verbal lexical interference in the speech of Uzbeks. Russians often joke using these words and expressions and repeating them with obviously exaggerated Uzbek accent. "Men plaxoyman" (я плохой), "seryozna gapiroyman" (серьезно говорю), where the Russian adjective added personal affix – -man. "Kalesan? Jiv zdarov – mi - san?" (Как дела? Жив-здоров?): the adjective "alive" is added to the interrogative particle – mi. "Marojniy" – "мороженое", while in Uzbek, it sounds "muzqaymoq". "Karoche" – "но, I don't do any dialogue". "Poznakomisa kildim' "познакомился". "Devushkaxon". The suffix - xon is attached to the male and female names, giving a touch of respect, for example, "Mariyaxon" etc. "Boryajon" – "jon" used as an affix of nouns when referring to anyone to express respect and affection.

Among word-building mistakes, I would like to dwell on the incorrect use of affixes. For example, when studying the prefixes of adjectives that give them the opposite meaning in English (un-, il-, in-, ir-), students often use the most common of them - un-, resulting in words like *unlogical*, *uncomplete*, *unregular* (Instead of respectively *illogical*, *incomplete*, *irregular*). Such undifferentiated use, apparently, is due to the fact that in the Russian language the overwhelming majority of such adjectives are formed with the help of the prefix non insincere, *illogical*, *incomplete*. Based on the above-mentioned examples, it can be said that Russian-speaking students often admit typical mistakes in prefixes and suffixes.

The main way of word-formation of adjectives in the Uzbek language is to attach special suffixes to nouns, verbs,

directly to the adjectives themselves. *Mening kizim sendan kichikroq* - *My daughter is younger than you are.* *Dostlar, sal jidiroq bolaylik* - *Friends let be a little more serious.* *Eng ajoyib daqiqalar* - *The most wonderful moments.* After analyzing the lexical testing, we can say that in the Uzbek language adjectives are similar to English, but in the comparative part mistakes will be allowed, since in English the *sal* is translated as little, and the suffix *-roq* as more.

It is common knowledge that different meanings of the same word in one language can be transmitted in completely different words in another. Parallel match word - dictionary value is rare. For example, the noun *to teach* in English corresponds to the words *learn, teach, study*. As practice shows, it is in working with such vocabulary that students admit a significant number of mistakes.

What the heart thinks, the tongue speaks, can be adequately translated only based on understanding its content. *У кого что болит, тот о том и говорит.* If we translate this phrase, we will translate it into Uzbek verbatim, and then it turns into "*Language speaks about the same thing as the heart thinks*". Therefore, only in case of finding an appropriate phrase, equal to the content of the given idiom from the semantic point of view, the translation will be justified. For example, let's take the Uzbek idiom *Har kim oz dardini aytib yiglanadi* - *Каждый по-своему оплакивает собственную боль.* Allusive to this English idiom is the word - *the heart*. That is, through this word the content of the idiom finds its semantic expression. The word - *heart* can be translated into Uzbek in several ways - *yurak, dil*.

As for grammatical mistakes. The first type of mistakes was caused by the lack of an article in Russian. In the study of morphology, difficulties are caused by the study of those parts of speech that are absent in the Russian language, for example, the article. In the first stage of training, the omission of a definite and indefinite article is often noted, for example, *You are a teacher, My friend like cat, Cat is small*, which at later stages, as a result

of insufficiently formed habits of using the articles, leads to their incorrect use.

Marcel is a good. And correctly *Marcel is good* - the article is not used, if there is no noun. *Marcel is good. He is good* (no noun) or *Marcel is a good person. He is a good man.* (Man is a noun).

In simple times, the verb of action (*agree - what to do?* - the verb of action) and the verb "*to be*" cannot be used. The verb "*to be*" - *am / is / are* - appears in sentences only where there are no verbs (there are only adjectives, nouns). *Is he agree? - Does he agree?*

Another very common mistake for beginners is total disregard for 3 persons of the singular. We remember that with the pronoun *he / she / it* the verb with the ending *-s* is used. *Susan live - Susan lives.*

In the English sentence, a negative particle is added to the auxiliary verb or the verb "*to be*"; we talked about it in the chapter one about Present Simple. *You no speak - You do not speak.*

The second type of mistakes was caused by the lack of an article in Uzbek. As in the Russian language, and in the Uzbek language, there is no definite and indefinite article. For example, in English: *She is a queen. The queen is a beautiful.* In addition, in the Uzbek language we write this: *U malika. U gozal malika.* It should be noted that in the Uzbek language, when it comes to a specific, specific subject, the object is made in the accusative case with the suffix *-ni*. For example: *Sabina u kitobni o`qidi.*

The past time in the Uzbek language varies depending on the suffix. To form the past tense, you need to know the suffixes: *men - m, sen - ng, u - no, biz - k, siz - ngiz, ular - lar.* Former time is formed: the basis of the verb + the elapsed time indicator *di* + personal suffixes. *Mening oilam Uzbekistonda oqiganlar - My family studied in Uzbekistan.* We compare the past narrative time with the time Simple: *Men ilgari futbol bilan shugullanardim - I used to play football.*

However, there is also the ending *-gan* that emphasizes the action and process in the remote past: *Sen hayotimda orzu bolib qolgansan* - You had left your dream in my life. *-gan* + conjugation *-emoq*, this design denotes how the action took place long before the time of the speech: *Sen hayotimda orzu bolib qolgan eding* - You have been kept a dream in my life. Comparing a sentence in the past language can be compared with the time Perfect.

Mixing of parts of speech as a result of a false analogy can cause significant difficulties. For example, students quite often make mistakes such as *she worried* (instead of she was worried) under the influence of Russian and Uzbek *она беспокоилась* - *и xavotirlangan*.

Table 1. Typical mistakes of Russian-speaking and Uzbek-speaking in English, %

| <i>N</i> _o | Mistake | Russian | Uzbek |
|-----------------------|------------------|---------|-------|
| 1 | Adjectives | 40 | 50 |
| 2 | Word-formation | 80 | 60 |
| 3 | Idioms | 20 | 40 |
| 4 | Articles | 50 | 40 |
| 5 | Passive voice | 40 | 40 |
| 6 | Infinitive | 30 | 40 |
| 7 | Misuse of tenses | 90 | 60 |

The most common types of mistakes in grammar are: *Adjectives, Word-formation, Idioms, Articles, Passive voice, Infinitive* and *Misuse of tenses*. As you see, the most common mistakes are grammatical mistakes. We realized that the most difficult for foreign students are those categories and phenomena of English grammar that are absent in their native language.

As a result, it was found out that both Russian-speaking and Uzbek-speaking students make typical mistakes. Those mistakes were compared and analysed, which allowed us to conclude that both Russian- and Uzbek-speaking students of English make similar types of mistakes. Therefore, when

studying a foreign language, it is necessary to take into account the influence of the native language and try to avoid it.

The study revealed various aspects of typical mistakes. All such studies will accelerate students' mastery of communication skills, help them get rid of some lexical and grammatical mistakes, and make the learning process more interesting.

REFERENCES

1. Азизов А.А. Сопоставительная грамматика русского и узбекского языков. - Ташкент: Укитувчи, 1983. – 222 с.
2. Алимов В.В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации. - М.: Едиториал, 2005. - 160 с.
3. Вайнрайх У. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования. - М., 2000. – 263 с.
4. Вайнрайх. У. Одноязычие и многоязычие. - М., 1972. – 60 с.
5. Виноградов В.А. Лингвистические аспекты обучения языку. - М., 1976. – 64 с.
6. Климов В.В. Языковые контакты. Общее языкознание: формы существования, функции, история языка. - М.: Наука, 1970. – 602 с.
7. Куниловская М.А. Понятие и виды переводческих ошибок. – М., 2008. – 133 с.
8. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. - М., 1974. – 428 с.
9. Якобсон Р. Два аспекта языка и два типа афотических нарушений. - М., 1990. – 111 с.
10. Узбекско-русский словарь. - М., 1959. – 158 с.
11. Weinreich U. Languages in contact: Findings and problems. 2nd edn. The Hague: Mouton, 1953.

**СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ СО ЗНАЧЕНИЕМ
МЕРЫ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ И ИХ АНГЛИЙСКИЕ
ЭКВИВАЛЕНТЫ НА МАТЕРИАЛЕ
«ЖЕНЬМИНЬ ЖИБАО»
*Н.В. Кабаргина***

Институт иностранных языков РУДН
Москва, Россия

The theme of measure words is one of the most difficult and important grammatical phenomena of the Chinese and English languages. According to the experts of teaching foreign languages not only pupils, but even students have numerous errors in the use of measure words in their speech.

The theme of research requires attention, as there are many disputes about the definition of Chinese measure words and their English equivalents.

The aim of this research is to study and to make the analogy between measure words of Chinese and English languages, exemplified by Zhen'min' zhibao in Chinese and in English.

To reach this aim, it is necessary to achieve the following goals:

- To characterize the history of the English and Chinese measure words theories;
- To study the grammatical features of English and Chinese measure words;
- To describe measure words' groups;
- To compare the use of English and Chinese measure words in Zhen'min' zhibao.
- The object of this research is English and Chinese utterances with measure words.

The subject of this research is the grammatical features and meanings of English and Chinese measure words.

The methods of investigation used in this research are:

- the descriptive method;
- literature review;
- the method of component analysis;
- the comparison of information.

Theoretical and methodological basis of the research is formed by the books of such authors as Allan and Gorelov.

The practical significance of the study is that the results of practical research can be used by students, teachers, and pupils for their self-education.

Measure words are words (or morphemes) that are used in combination with a numeral to indicate an amount of something represented by some noun. Measure words are classifiers of nouns because they modify nouns into semantic classes.

Measure words of the Chinese language is a special class of function words.

Lu Shusan defines classifiers as 单位指称 «measure indicating words», then defines as 量词 «measure words», Li Dejin and Cheng Meizhan define classifiers as 量词 «measure words» [1, p. 742].

Van Leo defines in his work the following: «While defining number of people or things in the modern Chinese language a noun, which denotes a unit of measurement, uses 单位名词 between numerals and names of things [12, p. 38].

The soviet sinologist, Gorelov V.I. says about classifiers 类别词: «Classifiers is a specific class of function words. The main function of classifiers is to indicate to which notional category a noun refers to. Notional category is defined in the dependence of a feature that a thing obtains» [9, p. 44].

A.A. Dragunov divides classifiers into two groups «words, denoting units of measurement and words that do not denote it [7, p. 48]. A.A. Solntsev in his work «The introduction

in the theory of isolating languages» defines such category as «classifiers», «measure words», «units of measurement».

We may find such names of classifiers as numerals, particles, numeratives. Despite the fact that the terms for denoting measure words are different, in fact it is still a grammatical phenomenon, which has the definite grammatical functions.

The notional category of Chinese measure words is defined in the dependence of the definite feature, which has the thing that is denoted by a noun. In the Chinese language each noun is used with different measure words. There are so many measure words, approximately about one hundred of them. For example:

五张床, where 张 – it is a measure word for flat things.

The scheme of the utterance with a measure word is the following:

Measure word+numeral+noun

我妈妈有四个孩子。 My mother has four children.

Linguists who study the English language in general do not consider measure words as a grammatical phenomenon of Indo-European languages. In English these classifiers are marginal, but it is still important to know them. Linguists such as Krifka and Gillon have divided common nouns into morphological-syntactic subclasses: mass nouns and count nouns. In English linguists call the majority of measure words as units of measurements. We cannot count mass nouns. For example, we could not say one milk or two gold, because it is a rude mistake. Therefore, invariability in grammatical number is a defining characteristic of mass nouns. It is the main reason why we use measure words with mass nouns. For instance: three head of cattle, five stem of roses and four pair of pants.

In English measure words have the same word order. For instance: According to the diet, my mother cannot eat more than a slice of pizza per month.

It is very important to understand that measure words, which precede numerals with nouns, are singular, and even if they were plural, sometimes the meaning will change.

Measure words are used in the following cases:

1. If a speaker uses a numeral

It is important to mention that we use measure words almost before any nouns in Chinese, but in English only before mass nouns.

我哥哥有两辆车。 We have to use the measure word 两 before a car, as we indicate the number of cars.

Please, write all the task on a sheet of paper. We know that it is impossible to count paper as countable nouns so we use a sheet of paper before the noun.

2. In Chinese we also use measure words before such words as 这 - this, 那 - that, 每 - every.

这部电影很有意思。 We use the corresponding measure word before the noun, because we use the demonstrative pronoun 这.

每个地方很漂亮 We use the measure word 个 before a noun as we use 每 (mei) that mean every.

3. In the Chinese language a speaker also has to add measure words after such words, which we use in questions – 哪 - which and 几 - how much/many.

Moreover, in Chinese measure words can be doubled, and when you see such examples you have to understand that such phrases have the meaning of every, any, each – 每. For instance, 个个 means 每个.

In Chinese among nouns there are some of them to which numerals add without measure words. They are mainly nouns that denote units of measurement (time, weight, volume, etc.). For example: 第三天, 五年, 六课.

In Chinese there is not one denotation of measure words as well as there is not one way of their division into groups. The linguists who study classifiers suggest different divisions. After making the analysis of them we can say that sinologists divide classifiers into two big groups taking into account the grammatical feature: to nouns or verbs. The division of measure words depends on the author's approach to this problem so the number of groups is not the same.

Linguists distinguish nominal measure words, which are used with nouns, their function is to count subjects and verbal measure words that are used with verbs, and their function is to count actions.

Nominal measure words stand before nouns and point out to which class nouns refer. The class is defined in the dependence of subject's characteristic, which denotes the noun. Nominal measure words use when nouns stand with numerals or pronouns.

Nominal measure words we can divide into the following categories:

- measured (for example: 寸)
- undefined number (for instance: 些)
- compound, which consist of several measure words (for example: 架次)
 - general (for instance: 个)
 - metonymical (for example: 碗)
 - collective plurality (for example: 对)

Verbal measure words indicate the frequency of an action. Verbal measure words usually stand after nominals like in the case of nominal measure words.

Special measure words are not just words, which express an action or a change, but they also convey lexical meanings that are defined by the context.

Verbal measure words can be divided into two categories:

- denoting the multiplicity

- metonymical

The most famous linguist Keith Allan presents his own classification of English classifiers, which shows the great range of constructions that belong to seven groups of classifiers that are not exhaustive or disjoint [28, p. 53].

1. Unit counters: ten pieces of equipment, three head of cattle.

2. Fractional classifiers: four quarters of the cake.

3. Number set classifiers: many millions of people, dozens of birds.

4. Collective classifiers: three clumps of grass, a herd of animals.

5. Varietal classifiers: five species of wheat, all kinds of flowers.

6. Measure classifiers: six pounds of cabbage, two liters of wine, three boxes of candy, seven bowls of sugar.

7. Arrangement classifiers: two rows of beans, eight stacks of books

The linguist Allan gives a division of measure words, which he divides into two subtypes [28, p. 105]. Allan calls these two groups: fixed measures and irregular measures. However, the linguist Adrienne Lehrer has chosen another terminology – exact and inexact measures.

The examples of exact measures:

- five pounds of potatoes
- two thousand barrels of oil
- seven cups of flour

The examples of inexact measures are the following:

- eight cups of tea
- three buckets of water
- two packets of detergent

The linguist Allan claims that the circle of exact measures is small and closed, meanwhile the circle of inexact measures are limitless.

Speaking about English, linguists also divide measure words into different groups [34].

- Food: a bowl of, a dish of, a pound of, a piece of, a can of, a box of, a bag, a carton, a loaf of, a slice of, a package of, a dash of, a cube of, a pack of, a head of, an ear of, a kernel of, a grain of, a stalk of, a spear of, a clove of.

- Liquid: a teaspoon of, a tablespoon of, a glass of, a cup of, a pint of, a half-gallon of, a gallon of, a tank of, a jug of, a bottle of, a quart of, a keg of, a shot of, a drop of.

- Personal items: a bar of, a tube of, a container of, a stick of, a bottle of, a roll of, a ball of.

- Sewing items: a spool of, a skein of, a yard of, a square foot/meter of

- Stationary: a piece of, a roll, a pad of, a stick/piece of, a bottle/tube of, a jar of.

After analyzing measure words in the newspaper 人明日报 , we define three types of measure words.

1. Measure words, which are only used in Chinese, but not in English.

measure words for nouns 一张票

measure words for actions 参加二次

2. Nouns, which indicate certain kinds of non-standard measurements. These measure words are used in a similar way in English.

五瓶酒 Five bottles of wine.

3. The words in this category are used for standard measurements.

两寸 Two inches.

In Chinese measure words play a significant role, while in English they are not so important.

The English language has specific nouns, the meaning of which make a contribution a little bit to the meaning in the case of normal collocation like a flock of sheep denotes a specific

group. When we use non-standard collocations, we have to remember that their measure words carry along with the associations of the nouns. Therefore, the meaning of nouns determine the meaning of measure words in a direct way. It is important to remember that we can sometimes omit measure words, it usually happens in informal speech. So despite the fact that English is not a classifier language that still obtains some constructions, which serve some functions similar to those found in classifier languages.

In Chinese we can observe that measure words show the denotation of the class. The correlation of the noun with a category fulfills with the help of measure words according to the meaning of the objects. Therefore, measure words reflect features of a category's corresponding objects. The use of a measure word is defined by a feature of an object. All the division into classes of nouns is determined by the characteristics of objects, mainly by language tradition. So we count objects not as things, but as places, copies, pieces, stripes, tree branches, personalities, etc. There is a division into two groups, which is based on grammatical feature – to a noun and a verb. Nowadays in Chinese this division is also depend on the linguists' approach to this matter. The number of groups are very different. The use of measure words plays an important role, because we cannot convey the whole idea and sound naturally without their usage.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ван Ли. Части Речи / Новое в зарубежной лингвистике. - Вып. XXII. - М.: Прогресс, 1989. - 37-53 с.
2. Ван Ляои. Основы китайской грамматики. - М.: Изд-во Ин. литературы, 1954. - 261 с.
3. Гао Минкай. О частях речи в китайском языке. Пекин: Шанву иншугуань, 1953. – 216 с. 高名凯 汉语词类 北京 商务印书馆 1953年

4. Горелов В.И. Грамматика китайского языка. - М.: Просвещение, 1974. – 43-44 с.
5. Горелов В.И. Теоретическая грамматика китайского языка. - М.: Просвещение, 1989. - 318 с.
6. Драгунов А.А. Исследования по грамматике современного китайского языка. – Ч. 1: Части речи. - М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1955. – 311 с.
7. Драгунов А.А. Исследования по грамматике современного китайского языка. - ЛГУ, 1952. - С. 48.
8. Драгунов А.А. Общность основного значения и грамматических особенностей. - М.;Л., 1946. – 9 с.
9. Задоев Т.П., Хуан Шуин. Основы китайского языка. Вводный курс. - М.: Наука, 1983. - 272 с.
10. Задоев Т.П., Хуан Шуин. Основы китайского языка. Основной курс. - М.: Наука, 1986. - 720 с.
11. Курдюмов В.А. Курс китайского языка: Теоретическая грамматика. – М.: Цитадель-Трейд; Лада, 2005. – 431 с.
12. Ли Дэцзин, Чэн Мэйчжэнь. Практическая грамматика китайского языка для иностранцев. - Пекин. Изд-во Пекинского ун-та, 1988. - 742 с.
13. Adams, K.L. and N.F. Conklin, 1973. Toward a natural theory of classification. - Chicago, 1973. – 23-47 p.
14. Akmajian. A. and A. Lehrer, 1976. 259-456 p.
15. Allan, K. Classifiers. *Language* 53, 1977. 281 - 331 p.
16. Allan, K. Nouns and countability. *Language* 56, 1980. 54 - 67 p.
17. Allan, K. Singularity and plurality in English noun phrases: a study in grammar, 1977. 100-152 p.
18. Allan. K. Collectivizing. - *Archivum Linguisticum* 7, 1975. 79-118 p.
19. Barwise, J. and Cooper R., Generalized quantifiers and natural language. *Linguistics and NP. Linguistic Analysis* 2, 1981. 395 p.

20. Cartwright. H.M., Amounts and measures of amounts. - In: Pelletier (ed.), 1975. 179-198 p.
21. Clark, E., Universal categories: On the semantics of classifiers and children's early work, 1977. 208 - 300 p.
22. Denny, J.F., What are noun classifiers good for? - Chicago Linguistic Society 12, 1976. 122 - 132 p.
23. Greenberg. J., Numeral classifiers and substantival number: problems in the genesis of a linguistic type, 1972. 23-40 p.
24. Lehman, F. K., Aspects of a formal theory of noun classifiers. Studies in Language 3(2), 1979. 153-180 p.
25. McCawley, J., Thirty million theories of grammar. - London: Croom Helm. linguistic type. Working Papers on Language Universals 9, 1982. 1 -39 p.
26. Parson, T., An analysis of mass and amount terms. Foundation of Language 6, 363-388.meanings. - In: A. Juilland (ed.), Linguistic studies offered to Joseph Greenberg, 449462., 1970. 105-110 p.
27. Pelletier, F.J., Mass terms: Some philosophical problems. - Dordrecht: Reidel, 1975. 120-130 p.
28. Pulman, S.G., Word meaning and belief London and Canberra: Croom Helm. Pragmatics. - University of Edinburgh. (Unpublished Ph.D. Dissertation.) Philosophy 4, 1983. 159-219 p.
29. Saratoga, - CA: Anma Libro. 1989. – 115 p.
30. Selkirk, E., Some remarks on noun phrase structure. - In: P. Culicover, T. Wasow, and A., 1977. – 250 p.
31. Ware R.X., Some bits and pieces. - In: F.J. Pelletier (ed.), 1975. - 15-29 p.
32. Nicolas, David. The Logic of Mass expressions: <https://plato.stanford.edu/entries/logic-massexpress/#ColNonColConCov>
33. <http://en.people.cn/>
34. <http://www.people.com.cn/>

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RUSSIAN AND ENGLISH DATING ADS

M.M. Kvasha

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

The relatively new phenomenon of our lives is dating on the Internet. Young people widely use advanced information technology (IT) of the new century. Dating with the help of the Internet was exotic a dozen years ago. Today, the phrase "I acquainted with him on the Internet" does not cause anybody a surprise.

The relationship of society towards such dating is contradictory and ambiguous. Some people devote all their spare time to dating sites, they do not imagine their life without it. Others believe that such kind of love can attract only people suffering from complexes. They do not find a place for themselves in the real world and live in their own virtual reality. Truth between the two points of view, which have the right to exist, is somewhere in between.

The scientific research of ads about dating originates abroad in the XIX century, Russian linguists appealed to them relatively recently. Ads about dating became the subject of linguistic analysis among such researchers as V.G. Gak, E.A. Kurchenkova, E.V. Akulova and some others.

A generalization of the conclusions of various researchers made it possible to draw up a general picture which is typical for this genre:

1. Ads about dating are universal for a number of ethnos (Russian, English, American, French, German and so on) linguocultural texts, but they have not only general content and formal features, but also specific for a particular culture.

2. The ad text can be divided into three parts: self-presentation, portraying, the desired relationship.

3. The gender stereotypes are a mandatory component of the ads about dating.

4. Ads about dating, being a special text genre, are characterized by certain features and possess certain ethno-cultural characteristics.

E.A. Kurchenkova defined the characteristics of the advertisement as a genre:

1. The presence of a fact, which must be reported in the announcement;

2. The presence in the text of informative and affecting functions;

3. The limited amount;

4. The mediation of the media.

On the basis of the highlighted features, an advertisement means a short message sent orally or in a writing form through the mass media to the addressee about a fact that occurred or will occur in reality, in order to induce the addressee to do something.

The ad about dating has all these characteristics:

1. The report about loneliness,

2. The interest in creating relationships;

3. The combination of informative (information about yourself and the purpose of the advertisement) and the impacting functions (motivating the addressee to establish contact).

The advantage of online dating is that a person can remain in communion with himself. Internet attracts those who do not want to look like everyone else. Internet is a place where 'she' and 'he' could be a person who they are in reality. There is no need to hide their identity. On the contrary, individuality and extravagance in the network are encouraged, as they provide an opportunity to get to know the person who is on the other side of the display of your computer.

In real life people often have to deal with different kinds of ads. Ads printed under the heading 'Dating' is a very special phenomenon. Here we are talking about relationships that affect

the sphere of private life of people. The mass of such ads can be divided into two groups:

1. Ads which are targeted to serious, long-term relationships, the result of which should be the creation of a family;

2. Ads which are targeted to short-term relations, without marriage in the future. [2]

Ads about dating and their modified types - written questionnaire for dissemination through newspapers, magazines and the Internet. The benefits of this method of correspondence dating are very numerous. Despite the impossibility of permanent personal presence there is another possibility - a much larger number of people can read an ad about dating, there is always the opportunity to answer, post the best photo or not to post photo at all [1].

In the 70s sociologists talked about the need to create a special service to facilitate the formation of the family, especially for middle-aged people. This service was step by step built up within several years. It consisted of three units: 'marriage ads in the press', 'dating clubs' and 'family counseling'. It was necessary to research the existing materials to provide assistance to people who turn to these services. And many scientists approaching the problem from different positions started a research of marriage ads.

Consequently, the problem of dating exists and it becomes more complicated with increasing age. It is no accident that 'dating clubs' appeared, 'clubs for those who are over 30', heading 'dating' in newspapers and magazines [13].

For the first time about this problem in Russia spoke "Literary Gazette". In November 17, 1976 in the Soviet press two wedding ads appeared:

| | |
|---|---|
| «Одинокий мужчина, 48/165, образование гуманитарное, домосед, хотел бы познакомиться с блондинкой до 35 лет, любительницей театра и симфонической музыки. Москва. № 4». | 'A lonely man, 48/165, with humanitarian education, a homebody, would like to meet a blonde up to 35 years old, a lover of theatre and symphonic music. Moscow. № 4'. |
|---|---|

No other newspaper's ad never produced on the reading public such impression. Opinions were very contradictory. The weightiest justification was figures "416 abusive letters and 40,000 approval letters. As for the ads, to the editorial office came of 16,000 suggestions from all cities of the country to the first ad, and 873 to the second" [2, p. 18].

Thus, it is obvious that such phenomenon as ads about dating attracted the attention of people and started its development.

Themed dating sites increase the chances of elderly people, single parents and people with disabilities to find a 'soulmate', because there is no need to explain much of yourself, there is no need for some excuses, and therefore there are less chances to be disappointed.

Such kind of dating services has become established as a social inquiry from people trying to find their partner.

For example, sites for:

1. People with unlimited possibilities;
2. Single parents;
3. Fifty plus.

Ad's text nowadays is quite varied. Ads according to the statistics of the research of E.V. Akulova have the following structure:

Author:

1. Remembers its social role;
2. Identifies his/her own physical characteristics;
3. Writes about his/her moral and ethical characteristics.

However, he/she puts certain requirements to partner's personality. In particular, it is important:

1. Social partner role;
2. Their physical, moral and ethical characteristics.

If classify ads about dating are for communicative focus, the purpose of dating can be:

1. Serious relationship;
2. Just meeting.

We can see the differences in the texts at the prevailing modality:

1. Visual modality - bright blonde, hot brunette;
2. Auditory modality - you like music;
3. Kinesthetic modality - with a gentle nature.

The stylistic characteristics of the texts of the ads about dating differ as well:

1. Concise (pragmatically focused) texts;
2. Standard (emotionless) texts;
3. Emotional lyrics;
4. Texts with negations;
5. Shocking;
6. Aggressive lyrics. [2]

There is a need to think about what is required to specify in the announcement when a person decided to write an ad about dating:

1. To identify the aim which can be achieved with the help of this ad about dating;
2. To pass the test for compatibility;
3. To be specific and honest;
4. To think outside the box;
5. Not to give any contact information.

It is also necessary to devote attention to such phenomena as abbreviations, which is often used in advertisements. There are some coded messages in our newspapers, especially in the section 'dating'.

On the basis of all ads about dating we can say that both in Russian and in English there are 2 types of ads about dating:

1. Standard ads about dating with neutral text;
2. Ads, which have non-standard form (texts with a positive stylistic significance).

There are also ads aimed at serious long-term relationships, which possibly in the future can lead to marriage, and ads aimed at short-term relationships.

It is worth noting that ads, which are aimed at short-term relationships are usually written by males, for example, from Britain than from Russia.

Ads about dating from men with nontraditional sexual orientation should also be noted. In recent years, the number of such type of ads about dating increased. But we can say confidently that, for example, in the United States and many Western European countries such ads are perceived quite calmly and are in great demand, rather than in the CIS countries.

Thus, on the basis of ads about dating of British people, it is obvious, that they are most often asked to:

1. Attractiveness: nice, attractive, beautiful, charming.
2. The ability to be a good friend: best friend, soulmate.
3. Sexuality: good lover, sexy, sweet.
4. Honesty: honest.
5. Similarity of interests and characters: with the same interests, shares the same passion.
6. The ability to build relationships: good partner.
7. Love of travelling: outgoing, easy going, likes to travel.
8. Rightness: right.
9. Trusty: faithful, reliable.

As for the Russians, they tend to choose:

1. Beauty and attractiveness in girls.
2. Harmony.
3. Lack of bad habits.
4. Kindness.
5. Economy.

6. Tenderness, affection.
7. Sense of humor.
8. Faithfulness.
9. Intelligence, versatile development.
10. Independence.
11. Seriousness.
12. Business qualities.

Thus, men - Russian residents and British people - put physical attractiveness and external characteristics at first place, whereas according to the results of a similar research, which was conducted by E.V. Akulova, Russian men preferred kindness, simplicity, economy, reliability, decency and other qualities more than beauty.

It is interesting that almost no quality such as the lack of a habit of smoking was demanded by Russian men some years ago. Contrary to expectations, British men are not bothered by this habit. Only a few people from a hundred mentioned about this habit. They are interested in some moral characteristics. But moral characteristics were not particularly requested by Russian young people (in comparison with the previous study), but among British, on the contrary, the interest increased to such qualities as:

1. Kindness.
2. Honesty.
3. The ability to build relationships (to be a friend).
4. The correctness.

There is a tendency in the ads about dating of Russian men to search for women with an ideal, the appearance of a model:

1. High growth.
2. Blue eyes.
3. Large bust.
4. Blonde.

The same qualities are requested by the British, but under the general name of a 'super-girl', a 'super-lady'.

Such qualities of a woman as businesslike and successful practically do not interest modern British men, but among the Russians there are opposite trends: on the one hand, they search for a business lady who has achieved success in her life and is independent; on the other hand, they have the desire not to face such ladies ('Business and the rich please do not apply') [5].

In conclusion of this comparative analysis, it should be said that the significant differences between ads about dating Russian and English males are not observed. The main differences are that English representatives write in a more relaxed manner about their preferences in choosing a life partner and that in the CIS countries people react more negatively to homosexual ads.

Speaking about similarities of ads about dating in two languages, we can safely say that the concept of 'women's happiness', in all cultures is understood in the same way. Every woman wants to love and to be loved, regardless of age, social or marital status [7].

All women dream of beautiful life, like in a fairy tale with the prince on a white horse, but are willing to settle for normal relationships, while not stopping to believe that their normal - the average man with average earnings - is their prince. The weaker sex, no matter how strong they are trying to seem willing to build a family, not because it is written by social norms, but because nature has made it the basis of the femininity and tenderness, which craves to give caress and love to their loved ones [5].

Visible ethnic similarities make to think about cultural differences of two languages, because language is one of the main means of expression of cultural identity, mentality and way of thinking of any nation. In our research of ads about dating the peculiarity and the uniqueness of cultures also can be traced through the prism of picture of the world inherent to the representatives of their language. Despite a common goal – the search of the second half, ideas about the latest range widely.

There are also differences among the representatives of sexual minorities.

After reviewing many sites and profiles of representatives of this minority, the conclusion is that, for the representatives of the Russian-speaking population, it is nothing more than just holding intimate leisure, while the representatives of Western culture trying to find a stable partner. It was also noted that the West uses a single website for everyone wishing to get acquainted, while in Russia sexual minorities have their own websites.

Considering the questionnaire it can be said that Russian and English representatives in many ways are similar, there are those who are looking for a partner for life, and those who register just to socialize, and those who pursue their personal purpose [7].

British people pay more attention to emotionality, sociability, external attractiveness of men, while the Russians pay attention to the reliability, diligence, the ability to be economic, a good family man. In addition to these qualities, Russian women appreciate faithfulness, devotion. They look for a man-monogamous. British women in this regard are less demanding [8].

The theme of ads about dating is very extensive. It can be viewed from different aspects, starting with at least how seriously users of such sites treat, what purposes they pursue at such sites and how honest they are in their search, and with themselves. In addition to these aspects, it is necessary to take into account cultural characteristics. And yet, to consider the subject fully and give any kind of accurate conclusion is very difficult, because in addition to cultural differences, there are also purely individual differences. Each individual is unique, despite his belonging to any ethnic group.

Thus, the results of this research may be useful for those who want to make the most winning ad about dating.

REFERENCES

1. Акулова Е.В. Объявление о знакомстве как объект лингвистического исследования // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2010. – С. 145 – 154.
2. Акулова Е.В. Речевой жанр. Объявление о знакомстве как поле реализации культурно-специфичных и гендерных представлений // Вестник Чувашского ун-та. – Серия Гуманитарные науки. – 2007. – С. 113 – 117.
3. Гак В.Г. Высказывание и ситуация [Текст] / В.Г. Гак // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Просвещение, 1973. – С. 364-378.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. - Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Красовский Б.П. Анализ брачных объявлений. Самооценка и требования к партнеру // Вопросы психологии. – М., 1993. – С. 56-58.
6. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. Английский язык. М.: Изд-во «Высшая школа», 1996. – 381 с.
7. Курченкова Е.А. Культурно-языковые характеристики текстов газетных объявлений: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 16-18.
8. Ларина Т.В. Концепт «Вежливость» в коммуникативном сознании русских и англичан. – М., 2004. – С. 284-293.
9. Рысева У.А. Отражение гендерных стереотипов в текстах брачных объявлений. - М.: Флинта, 2013. - 149 с.
10. Braun, F. Politeness in language - studies in its history, theory and practice – Watts, R.J., Ide, S., Ehlich, K. / F. Braun // Linguistics. – 1993. – p. 770-772.
11. Cherry R. Politeness in written persuasion / R. Cherry // Journal of Pragmatics. - 1988. - P. 63-81.
12. Terence, R.N. Advertising in Britain: a history: MOL Books, 1982. - P. 35-48.

13. Presbrey F. The history and development of advertising. *Advertising & Society Review*, 2000. - P. 45-49.

14. Salsburey J. Semiotic analysis of Advertisements, 2015. - P. 105-110.

15. Shimizu, K. *Advertising Theory and Strategies*, first edition, 1989. - P. 63–102.

FUNCTIONAL SYNTACTIC CHARACTERISTICS OF WORD ORDER IN ENGLISH AND CHINESE

Y.V. Kostileva

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Syntax looks at the rules of a language, particularly how the various parts of sentences go together. While similar to morphology, which deals with how the smallest meaningful linguistic units, called morphemes, are formed into complete words, syntax examines how fully formed words fit together to create complete and understandable sentences. Understanding a language's syntax is important for the understanding of what makes a sentence grammatically correct.

That is why the subject of the course paper is currently important. Literate speech has always been, is and will be one of the most important criteria for employment not only in the field of linguistics and philology, but in any other sphere that involves communication with people. Moreover, our social life also depends on our literacy, because if we make mistakes in speech, the people around will simply misinterpret our statements or even do not understand us at all, which can lead to the emergence of various conflicts.

The purpose of our work is to identify the main differences between the syntactic structure of the sentence in English and Chinese. To achieve our goal, we have set the following tasks:

- To consider syntax rules in English and Chinese.

- To identify features of constructing sentences in English and Chinese.

- To compare English and Chinese in syntactic terms.

The object of our work is grammar structures of both languages, and the subject is syntax in English and Chinese.

A sentence is not a mere set of words or word-groups. It is a structure in which words are grouped according to definite rules and patterns, and the content of sentences is not a mechanical sum of the meanings of its constituents. Unlike words and phrases, a sentence is a self-contained structure: many grammarians maintain that it is not part of a larger construction, though with the appearance of the so-called textual grammar the point of view may be somewhat doubted [9, c. 68].

In Chinese, the concept of words and the boundaries between them is not always transparent. Grammatically, some strings of characters behave as single words in some contexts, but are separable in others. Many English intransitive verbs are translated by verb+noun compounds, such as 跳舞 ("to dance", literally "to jump a dance"); such items may be regarded as single lexical words, although the two parts can become separated by (for example) aspect markers, and in fact they generally behave grammatically as a verb plus an object [6, c. 120].

This means that there is no conjugation, no declination, neither masculine nor feminine, neither singular nor plural forms.

Everything is based on the word order, and it usually is the same as in English simple sentences. However, when you want to built more complex sentences, some difficulties will arrive. The more complex the sentence, the more distant from English the structure will be.

To show the difference between English and Chinese sentences we did the comparative analysis of the letter.

Letter is such a written message that we sent to persons who are far away from us and we want to convey our message to them in a clear and forceful manner. We usually write letters to our friends and relatives. Although advent of IT-Telephones,

Mobile SMS's and Chat- has reduced the importance of personal letter writing as we can send our messages through these mediums very easily but this art is still required where there is need of formal communication. Some time we have to send an application in the school for grant of leave and at other time we have to complain about someone. Same way we get a lot of chances where we have to send formal letter. Thus this art of letter writing is no more an ornamental accomplishment but something that every educated person must acquire for practical purposes.

There are many types of letter writing but most of the English grammar letter writing deals with the following given categories [2, c. 95]:

- Informal letter - is written to relatives or friends, they are also known as Personal or Social letters.
- Business letter - is used as a communicative tool in the business and are usually written by the traders, firms and companies etc for business purposes.
- Official letter - includes letter of application, letter to government officials and letter to Newspapers etc. These letters are used for the official communication of the information from one department to another.

For our analysis we chose the official letter, which is addressed to the teacher from the student.

The first thing we should pay attention is the difference in greeting and appeal. In the Chinese letter first comes the appeal, using a respectful word “敬爱的” (“respected”), status “老师” (“a teacher”) and surname “王” (“Wang”), then a colon is put, and on the second line a greeting with an exclamation mark is delivered “您好!” (“Hello!”).

敬爱的王老师：
您好！

In the English letter, the appeal is expressed with respectful word and surname. Although there is an abbreviation before the name "Ms.", it only emphasizes that letter is official, but does not indicate the status of the addressee. At the end of the appeal puts a comma. The greeting is usually omitted.

Dear Mr. Wang,

The main parts are the same: they cover only important topics, the statements are concise and precise.

The next feature that distinguishes the Chinese letter from the English is the conclusion. In the Chinese letter, in the conclusion are written only the wishes to the addressee. In addition, the conclusion is always expressed in two lines. On the first one - "I wish you", on the second, all the basic wish.

敬祝王老师 (to dear teacher Wang I wish)

身体健康！快乐幸福！工作顺利！ (strong health, cheerful and happy life, good luck in work)

In the English letter, usually express gratitude for the attention. It also contains wishes, but they do not refer to the health or welfare of the recipient, but express only the hope of an early reply.

Thank you for your attention. I look forward in hearing from you soon.

Finally, consider the signature and date. In the Chinese letter in the signature, usually puts the pronoun “您的” ("your") first, then the status of the sender “学生” (“student”), the colon, and then the name. On the next line, the date is written: from the greater to the smaller (year, month, day).

您的学生：谢英

2012年11月17日

In the English letter, unlike the Chinese, we can use different phrases, but they all have to express respect for the addressee. After the phrase, we put a comma and on the next line is written the name of the sender. The date in the English letter is usually placed at the very beginning and has the following order: month, date, and year.

November 17, 2012

·
·
·

**Yours faithfully,
Xie Ying**

Summing up, I would like to note that despite English and Chinese letters can be divided into exactly the same types, the rules of writing, and even, in some cases, the content of letters are quite different in these two languages. And if we can deviate from the rules and write in a convenient form an informal letter, failure to follow the rules of writing formal and business letters can lead to serious consequences, up to the loss an important client or partner.

Language is necessary for people to inform each other about the content of thoughts, feelings, moods and desires, that is, to express and perceive information. Such a task can not be resolved by using separate, disparate sounds, morphemes, words or their grammatical forms. In speech practice, people unite words into statements (sentences), from individual statements construct their sequences, depending on the volume and complexity of that particular content, the information that is expressed.

REFERENCES

1. Бархударов Л.С. Структура простого предложения современного английского языка. - М.: «Высшая школа», 1966. – 200 с.

2. Богданов В.В. Семантико-синтаксическая организация предложения. - Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1977. – 204 с.
3. Ван Л. Основы Китайской Грамматики. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1954. – 262 с.
4. Горелов В.И. Теоретическая грамматика китайского языка. - М.: «Просвещение», 1989. – 318 с.
5. Гузеева К.А., Трошко Е.Г. Английский язык: Справ. материалы: Кн. для учащихся. – М.: Просвещение, 1993. – 288 с.
6. Курдюмов В.А. Курс китайского языка: Теоретическая грамматика. - М.: Цитадель-трейд, 2006. – 576 с.
7. Смирницкий А.И. Синтаксис английского языка. - М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1957. – 284 с.
8. Солнцев В.М., Солнцева Н.В. Теоретическая грамматика современного китайского языка (Проблемы морфологии). - М.: Военный институт, 1979. – 152 с.
9. Худяков А.А. Теоретическая грамматика английского языка. – М.: Академия, 2005. – 245 с.
10. Blokh M. Y. A Course in Theoretical English Grammar. - М.: «Высшая школа», 1983. – 376 с.

**FUNCTIONAL CHARACTERISTICS
OF THE ONOMATOPOEIA IN ENGLISH, RUSSIAN
AND SPANISH LANGUAGES
*E.V. Yakovleva, M.L. Lisafina***

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Our daily life is quite difficult to imagine without music. The sounds of nature and speech of the people play a fundamental role in the perception of the world. Born, the child begins to learn the reality through touch, smell, sight and hearing.

Onomatopoeic characteristic of the vocabulary of all children, without exception, because the first words spoken by them be the babbling sounds of the word that includes the data token.

From a scientific point of view, onomatopoeia has always aroused the interest of linguists. For a long time onomatopoeic unit was seen as the realization of the main functions of the nominative in the language. This feature originates from onomatopoeic theory of language, which has its roots in ancient Greek philosophy and inextricably linked to some philosophical movements (stoicism). However, onomatopoeic words also function as expressive vocabulary of each language.

The study is an attempt at a comparative study onomatopoeic units of English, Russian and Spanish languages, including consideration of their derivational potential. A comparative study of languages helps to reveal both similarities and differences in education, semantic structure and functioning of the presented lexical units.

The relevance of the chosen topic due to insufficient knowledge of this category of lexical units, including in the comparative aspect and the lack of a comprehensive description of word-formation aspect of onomatopoeic units and their semantics, in terms of motivation/demotivation portable onomatopoeic derivatives in the studied languages. Also relevant is the question of the study of phraseological units in English, Russian and Spanish language with onomatopoeic component, which have so far not been studied.

Comparative analysis of semantic structure of onomatopoeic words in the three studied languages contributes to the theory of onomatopoeic units and interjections. Comparative study of onomatopoeic units and their derivatives in the theoretical purposes, aimed at identifying similarities and differences in derivational systems as related and remotely related languages, it is important for the further development of typological research. The study of onomatopoeic units and semantics of phraseological units with onomatopoeic component

contributes to the further development of onomatopoeia, including motivation and demotivation onomatopoeic words, contributes to the further development of the theoretical foundations of the semantics of lexical and phraseological units.

The practical importance of work consists in possibility of use of research materials in the theory and practice of teaching English, Russian and Spanish languages, as well as in courses on lexicology, word formation and language typology. Of considerable interest is the study of the results obtained in lexicographic practice when building monolingual and bilingual dictionaries.

Onomatopoeia and onomatopoeic words are a specific class of lexical units, distinct from other classes. Onomatopoeias are deliberate reproduction of sounds, which are the result of an action produced by a person, an animal or objects.

The question of the attribution of onomatopoeias to a certain part of speech is still open. Some linguistic scientists distinguish onomatopoeic unit in a separate part of speech (M.D. Stepanova, A.N. Tikhonov) others believe that onomatopoeias are included in the category of interjections (V.V. Vinogradov) [2]. At the same time, onomatopoeic units are the basis for the formation of verbs, nouns, and adjectives and adverbs [1].

In the comparison of onomatopoeias in different languages, researchers note their certain similarities. Nevertheless, some nationalities hear the same sounds in different ways and, accordingly, express them in different ways. Because of this, differences in the sound of the original onomatopoeia are found.

According to the point of view of most scientists, the main function of onomatopoeia is an expressive function. Onomatopoeia not only represents the sound itself, but at the same time conveys the feelings and emotions of the native speaker.

The study of word-formation methods in modern English, Russian and Spanish helped to identify the most frequent types of

derivation of lexemes. A common feature characteristic of the languages under study is the use of onomatopoeic words as producing bases in the process of word formation. As derived words in the chapter, nouns and verbs are considered.

The comparative analysis of onomatopoeic units in English, Russian and Spanish testifies to the urgency of studying this field of vocabulary. At the same time, nowadays there is a limited number of studies devoted to the analysis of onomatopoeic units not only in a comparative aspect, but also on the material of one language. The main problem in the study of this category of words is the absence of specialized dictionaries, as well as a reliable system for fixing onomatopoeic words.

Onomatopoeia and onomatopoeic words, considered in a comparative aspect in this work, are a specific class of lexical units, different from other classes.

Onomatopoeia is the deliberate reproduction of sounds, which include imitations of the sounds of animate and inanimate nature. Onomatopoeic units have a direct connection with the onomatopoeic theory of the origin of languages, therefore in each language there is a significant amount of data of lexical units.

Nowadays the issue of highlighting onomatopoeia in a separate part of the speech remains open. Some linguistic scientists distinguish onomatopoeic units into a separate part of speech, others suggest that onomatopoeias is included in the category of interjections.

Onomatopoeic units are the basis for the formation of verbs, nouns, adjectives and adverbs. Accordingly, we can assume that onomatopoeia is a secondary way of word formation. A characteristic feature of onomatopoeia is that representatives of different nationalities hear the sounds in different ways. Nevertheless, in languages of different systems, we can find both similarities and differences between these units [3].

Onomatopoeia and onomatopoeic interjections become the basis for the production of new words, primarily nouns and verbs. A comparative analysis of the word-forming productivity

of onomatopoeia and onomatopoeic words has revealed both the most common methods of derivation in three languages, and those characteristic of only one of them. For the Russian and Spanish languages, the most productive is the affixal way of word formation, while in English the conversion is in this role.

Most of the onomatopoeic derivatives are motivated, because are formed from onomatopoeia. The analysis of the onomatopoeic units of the languages compared with the denotation of extralinguistic allowed us to identify four lexico-semantic groups and prove that the most part of the onomatopoeic vocabulary is imitation of the sound manifestations of man and inanimate objects.

On the whole, a comprehensive comparative analysis has clearly demonstrated that onomatopoeic units are characterized by both common and specific features in English, Russian and Spanish languages. Universal features are due to the commonness of human thinking and basic grammatical categories, and are also associated with the manifestation of a national vision. Differences have been revealed both in the semantics of the units analyzed and in the derivational potential of the onomatopoeic units of the studied languages.

REFERENCES

1. Виноградов В.В. Русский язык (грамматическое учение о слове). - М.: Высшая школа, 1972. - 616 с.
2. Тихонов С.А. Структура словообразовательных цепочек глаголов звучаний // Актуальные проблемы русского словообразования. – Ташкент, 1982. – С. 124-138.
3. Sweet H. A New English Grammar. – Kessinger publishing, 2010. - 148 p.

RESEARCH OF INTERLINGUAL ENANTIOSEMY IN MODERN FRENCH AND MODERN ENGLISH

A.V. Nefedova

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Scientists and philosophers have been interested in different phenomena inhere to one or another language. One of the objects of their researches is the enantiosemy. It should be mentioned that the enantiosemy influences the understanding and human communication and therefore the development and changes in the vocabulary of different nations. Thus, the enantiosemy is the most relevant problem of the contemporary linguistics.

Language is the essential part of our everyday life. It includes many interesting phenomena and never stops to develop. It changes in the course of time and its features get new characteristics. One of its curious phenomenon is the enantiosemy.

The term enantiosemy was introduced by Russian linguist V.I. Shertsl for the first time in the end of the XIX century [2, p. 12]. He described this term as the phenomenon when one word has two meanings, which are opposite to each other.

The development of all languages and its features later gave the basis for another type of the enantiosemy: the interlingual enantiosemy. Thus, the interlingual phenomenon is the phenomenon, which has the same characteristic as the intralingual type, but which exists within different languages.

The place of the enantiosemy among other linguistic phenomena is not identified nowadays. The opinions of different scientists differ. Some of them suppose that the enantiosemy is the polysemy (U.G. Skiba, A.A. Lubkin, G.V. Jatskovskaya), someone believes that this phenomenon is the same as the homonymy (L.A. Novikov, V.N. Prokhorova). It is obvious that

our research phenomenon has many common features with the polysemy, antonymy and homonymy. Nevertheless, we are disposed to the idea that the enantiosemy is more similar to the homonymy and at the same time the enantiosemy is the linguistic universal, which possesses some specific features. Thus, in our research we are to analyze the interlingual enantiosemy from the standpoint of correlation between the enantiosemy and homonymy and its own features.

As we can see, in the linguists' researches of the enantiosemy, there is always the mention of the opposition of meanings. M.V. Nikitin asserts, 'Taking everything into consideration, there is a sense to relate enantiosemy to the linguistic unit of oppositions, which include antonyms and converse terms' [7, p. 96].

That is why it would be also appropriate to analyze our phenomenon from the standpoint of the theory of oppositions. The correlated elements of the opposition must possess two types of features: common features and differential features. Common features serve as the basis of contrast, while differential features immediately express the function in question [9].

The basis of the opposition may also form the basis of equivalence due to which these words may be referred to the same subset. The features must be chosen so as to show whether any element we may come across belongs to the given set or not. Without a basis of similarity no comparison and no opposition are possible.

In addition, we should remember, that the componential analysis demands the presence of the common etymon among opposable words. The term etymon means an earlier form of a word in the same language or an ancestral language [15]. Without a common etymon there is no chance to find common features.

Thus, to analyze words in the standpoint of the theory of oppositions we should remember that the opposite features are the incompatible homogeneous features [7]. For example, 'married' and 'unmarried.'

In modern language, there are three main types of oppositions: privative, gradual, and vector oppositions.

‘The privative oppositions are formed by a contrastive pair of members in which one member is characterized by the presence of a certain differential feature, while the other member is characterized by the absence of the feature’ [8, p.83]. For example, the words ‘wide’ and ‘narrow.’ The basic feature for them is the width. These words belong to the privative opposition because there are no other elements in the semantic paradigm, which can describe the width.

The gradual oppositions are formed by a contrastive group of members which are distinguished not by the presence or the absence of a feature, but by the degree of it [6]. For example, the words ‘hot’ and ‘cold.’ The basic feature for them is the temperature. These words belong to the gradual opposition because there are other elements in the semantic paradigm, which belong to the description of the temperature: fresh, cool, warm, etc.

The vector oppositions are formed by the words, which signify oppositely directed actions [6]. For example, the words ‘lift’ and ‘let down’, ‘remember’ and ‘forget’, ‘permit’ and ‘forbid’ and etc.

Thus the conclusion can be made that the phenomenon of interlingual enantiosemy is something curious. There are a lot of words between different languages, which make us confused because of their similar spelling or pronunciation, but different meaning.

To begin with, we are to analyze and compare words in English and French languages, which have the same spelling, but different pronunciation and completely different meanings [13]. In some cases, there will be the words, which have the same pronunciation. Thus, there is the table 1 of English and French homographic words which we gathered with the help of different dictionaries to our further analysis.

Table 1

French and English homographic words

| Homographic words | English meaning | French meaning |
|-------------------|-----------------|--------------------|
| abandon | inaction | impetuosity |
| ace | playing card | unreturnable serve |
| ache | pain | celeriac |
| agenda | programme, plan | day planner |
| axe | wood chopper | direction, axis |
| bail | bailment | rental contract |
| bout | turn | end |
| bras | wonderbra | arm |
| bribes | corruption | fragments |
| bride | fiancee | bridle |
| caution | queer | reliable person |
| car | automobile | because, reasoning |
| catch | grab | type of wrestling |
| cave | cavern | cellar |
| cent | penny | thousand |
| chat | conversation | cat |
| chair | seat | flesh |
| chef | chief cook | boss |
| coin | money | corner |
| con | minus | fool |
| confection | sweets | production |
| dot | corbeille | point |
| fin | fish's pinna | end |
| flipper | fin | pinball |
| formidable | terrible | excellent |
| four | four num | oven |
| foyer | hall | family, house |
| gare | britch | train station |
| grave | tomb | a deep sound |

These words have absolutely different meanings. Some of them have the same etimological root, others do not have. Nevertheless, if we can understand the enantiosemy as the phenomenon when one word has two meanings, which are opposite to each other, then these words are the living examples about the existence of interlingual enantiosemy.

However, it is obvious that such parameter of selection do not let us claim that these words are true enantiosemaic words. That is why there should be the second parameter which can help us to verify our approach and determine specific features for the phenomenon of our interest.

In the process of studying the interlingual enantiosemy the componential analysis helps to ascertain the fact that in every language unit the presence and distribution of one or another components have its own peculiarities [5]. In general, the componential analysis is the analysis of a set of related linguistic items, especially word meanings, into combinations of features in terms of which each item may be compared with every other [14].

Among the number of definitions of the minimal unit of meaning, which can be used in the componential analysis, the most common is the seme. ‘The term seme is universal, objective, abstract and not further reducible’ [1, p. 10]. Every seme denotes different and peculiar characteristics of one or another object or person at a given moment at a given language in the standpoint of the human’s overview. [4] The aggregate of the semes constitutes the semantic structure of words.

Thus, we are to analyze homonymous words from the table 1 on the base of the theory of opposition which is interrelated with the componential analysis. The basis of the analysis includes similar definitions chosen on the grounds of the information of the explanatory dictionaries. These definitions are compared and included into the table in order to get the similar one, which can describe the word properly. In addition, the componential analysis let us define the types of the interlingual enantiosemy and the types of the oppositions.

Thus, here are some tables with examples of componential analysis on the ground of given information (table 2; 3; 4).

Table 2

The componential analysis of the word ‘abandon’

| Word | Seme |
|---------|-------------------------------|
| abandon | state, helplessness, inaction |
| abandon | state, passion, impetuosity |

The word abandon is a noun. There is a contrasting of the semes 'inaction' and 'impetuosity'. The basic feature for them is the 'state'. Thus, that word is the example of the gradual opposition.

Table 3

The componential analysis of the word 'caution'

| Word | Seme |
|---------|---|
| caution | guarantee, reliability, reliable person, reasonable |
| caution | guarantee, reliability, weirdo, queer |

The word caution is a noun. There is a contrasting of the semes 'reasonable' and 'queer'. The basic feature for them is the 'reliability'. Thus, that word is the example of the privative opposition.

Table 4

The componential analysis of the word 'cent'

| Word | Seme |
|------|-------------|
| cent | number 100 |
| cent | number 0,01 |

The word cent is a numeral. There is a contrasting of the semes '100' and '0,01'. The basic feature for them is the 'number'. Thus, that word is the example of the privative opposition.

Thus in the research we came to the following conclusions:

- 1) The enantiosemy exists in modern French and modern English;
- 2) The enantiosemy has several characteristics of the polysemy, antonymy and homonymy; nevertheless, among the adjoining phenomena it has its own place, because it has such peculiarities, which are relevant only for the enantiosemy;
- 3) We defined the group of English and French words, which belong to the phenomenon of the interlingual enantiosemy;
- 4) We determined the criteria, which allowed us to confine the features that belong only to the phenomenon of our interest. Thus, the words are enantiosemytic if:

a. they have the same or the similar spelling/pronunciation;

b. their meanings are different and opposite to each other;

c. they have common features, differential features and common etymon (from the standpoint of the theory of oppositions).

5) The componential analysis of the enantiosemanic words helped us to determine the types of the oppositions among some enantiosemanic words, find their semes and their common and differentiated features;

6) The componential analysis pointed at the belonging of the words from our analysis to the phenomenon of our interest.

Taking everything into consideration, we can say that the enantiosemy is one of the most curious phenomenon in the language. It has numerous peculiarities of other adjoining phenomena, however, it has its own place and continues to develop every day. There are still not enough scientific researches and data, which would help people to define the right place and describe the precise features of the enantiosemy.

REFERENCES

1. Арнольд И.В. Потенциальные и скрытые семы и их актуализация в английском художественном тексте // Иностран. яз. в школе. - 1979. - № 5. - С. 10-14.

2. Ахманова О.С. Словарь омонимов русского языка. - М.: Рус. яз., 1986. - 448 с.

3. Бессонова Е. О некоторых условиях возникновения энантиосемии (на материале глаголов с приставкой ЗА-). - Симферополь: Симферопольский государственный университет, 1980. - 84 с.

4. Гак В.Г. К проблеме гносеологических аспектов семантики слова. Вопросы описания лексико-семантической системы языка. - М.: Просвещение, 1971. - 285с.

5. Гинзбург Р.С. Значение слова и методика компонентного анализа // Иностран. яз. в школе. - 1978. - № 5. - С. 21-26.

6. Найда Ю.А. Процедуры анализа компонентной структуры референционного значения. - М.: Прогресс, 1983. - 293 с.
7. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения. - М.: Высшая школа, 1988. - 168 с.
8. Покровский И.Н. О некоторых энантиосемичных параллелях в английском и русском языках. - Куйбышев: Куйбыш, 1980. - 182 с.
9. Arnold, I.V. Lexicology of modern English. - Moscow: The high school, 1986. - 295 p.
10. Baron, D. Declining Grammar and Other Essays on the English Vocabulary. - Illinois: National Council of Teachers of English, 1989. - 240 p.
11. Bendix, E.H. Componental Analysis of General Vocabulary. - 1966. - Vol. 5. - P. 1-119.
12. Lacroix, C. Le Petit Larousse. Illustré. Dictionnaire. - Paris: Larousse, 2004. – 1856 p.
- Electronic Sources
13. ABBYY lingvo – 2017 – [сайт] – URL: <http://www.lingvolive.com/> (date of access 20.01.2017).
14. Dictionary.com – 2017. – [сайт] – URL: <http://www.dictionary.com/> (date of access 13.12.2016).
15. Merriam-Webster Dictionary and Thesaurus – 2017. – [сайт] – URL: <http://www.merriam-webster.com/> (date of access 12.12.2016).

COMPARATIVE ANALYSIS OF MODAL VERBS IN ENGLISH AND GERMAN

E.A. Pak

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Abstract. The relevance of this work is to consider the necessity of the category of Modality, means of its expression and the classification of Modal words according to their values.

Linguistics is a science and considering it, Modal words are the most difficult and contradictory class of words in grammatical theory. Many scientists consider not only Modal words but their semantic features. Although, in the English and German grammar there are many studies related to this topic and various literatures about it. It is still unknown in modern linguistics, as the subtypes and nature of this category of Modality is still not clearly defined.

During many years in our live conversation, the speaker or writer often accompanies his statement or message with subjective evaluation. He expresses his attitude to the reality and includes aspects such as his emotionality, expressivity, expresses denial, gives estimation, time, reliability, unreliability, certainty, uncertainty, approval, etc. The category of English and German Modality is related to the world. Considering the definition of the linguistic Modality, it expresses the person's attitude to reality. Modality is transmitted all the values and shades of people's attitude, it expresses different kinds of relations of statements to reality. In the given work, we determined the main features of the category of the English and German Modality; characterized the basic Modal Verbs; determined various options and situations in which Modal Verbs can be used; analyzed the classification of Modal Verbs in both languages; compared the main features and usage of modal verbs in both languages.

Keywords: modal verbs, lexical expression, category of Modality, expressivity, features of modals, semantic scope, controversial category.

The subjective evaluation of statements in English and German languages can be expressed by Mood and Modality. The category of Modality helps us express person's attitude, opinion to the actions or situations. Nowadays this category is a very controversial category as it has many discussions and problems connected with its means of expressions: 1) Mood and Modality are often confused; 2) the semantic scope is not clearly defined. Furthermore, in modern German, many students nowadays face with the same difficulties, related to the categories of Mood and

Modality. Thus, our first task was to find correlations and differences between two categories: Mood and Modality and then provide in-depth analysis on Modal Verbs in both languages: English and German.

Modals express special meanings: ability, necessity, permission, etc. and have various meanings. According to forms and meanings Modals are classified into three categories in the English language: Pure Modals, Marginal Modals and Semimodals (Table 1.)

Pure Modals can be classified into three categories: (CAN, COULD, MAY, MIGHT) – to express ability, permission and possibility, (SHOULD, MUST) – to express advice and necessity, and to express future time (WILL, SHALL, WOULD). There are three *Marginal modals* (DARE, NEED, OUGHT TO) and *Semimodals* (HAD BET-TER, HAD BEST, HAVE TO, HAVE GOT TO, BE SUPPOSED TO) that express advice and necessity. There is only one exception – BE GOING TO. It is a semimodal to express future time.

Table 1

The Modal Verbs in each category

| MODALS | | |
|--------------------|------------------------|-------------------|
| Pure Modals | Marginal Modals | Semimodals |
| Can | Dare | Be going to |
| Could | Need | Had better |
| May | Ought to | Had best |
| Might | | Have to |
| Should | | Have got to |
| Must | | Be supposed to |
| Will | | |
| Shall | | |
| Would | | |

Considering German Modal verbs and its semantic structure, the verb is part of speech that expresses action or a state as a process. In German the verb has a special place in a proposal. It has singular and plural Forms, Tense, Voice, Inclination. A

distinctive feature of German modals is the expression of the subjective attitude of the speaker to any actions, processes or phenomenon. Using the modality, we can express our desire, reluctance, the possibility, impossibility, permit, prohibition, advice, capacity, demand, orders. For this reason, modals are used with the main verbs in the infinitive form without particles *zu* (*to*):

(a) Ich *kann* morgen ~~*zu*~~-kommen, wenn du willst. (I can come in the morning, if you want.)

(b) Wann *muss* deine Schwester zur Arbeit ~~*zu*~~ gehen? (When should your sister go to work?)

(c) Zuesrt möchte ich mich etwas aus~~*zu*~~ruhen, dann schreibe ich den Aufsatz. (Firstly I want to relax and later I start to write my essay.) [11, 35-42].

German Modals express the speaker's attitude to the action: if he/she wants to do smth. or not. There are 6 Modal Verbs in German language: *dürfen*, *können*, *sollen*, *müssen*, *wollen*, *mögen*. Their conjugation is slightly different from each other and requires special attention. Furthermore, there are two additional verbs used as modal verbs *lassen* and *wissen*. They have their own special functions and cannot be translated into Russian, using only one version of translation. Divide German Modals into 3 pairs, according to their meanings, except the verbs *wissen* and *lassen*.

- dürfen – können (to express ability, permission and possibility)
- sollen – müssen (to express advice and necessity)
- wollen – mögen (to express future time and desire)

Considering the system analysis of Modal Verbs in modern English and German, let us mention how many various approaches were conducted all over the world, how many researches have studied the topic of Modal Verbs in different languages, starting with a research of the structural and semantic features to the process caused by the development of corpus in

the Linguistic sphere and the globalization of English and German languages.

If we consider all views on the teaching this grammar, we notice that there are several approaches. If in the beginning Modal Verbs are considered as structural usage but then more and more attention was paid on the structural and semantic features when we use Modal Verbs in our everyday speech. This led to the necessity to distinguish more clearly stylistic features of the functional Modal Verbs and Modality in both languages [1, 185-202].

In the given work, we made in-depth analysis, comparing Modal verbs of two different languages: English and German. considering their similarities and differences, it is necessary to mention that both languages have in some cases the same structures. But at the same time, take into consideration their own peculiar properties of their usage, their different functions in various contexts. Let us make a brief comparison of two languages:

- Modal verbs *can / können* denote: to be able to do smth, to have physical ability, to have an opportunity to do smth (e.g. *He can play tennis well. – Er kann gut tennis spielen.*)

- Modal verbs *must / müssen* denote responsibility, obligation to do smth (e.g. *My father is ill, I must go home. – Mein Vater ist krank, ich muß nach Hause fahren.*)

- Modal verbs *may / dürfen* denote permission to do smth (e.g. *May I ask? – Darf ich fragen?*) [7, 197-230].

- Modal verbs *should / sollen* have the meanings of moral duty and obligation (e.g. *You should help your friend. – Du sollst deinen Freund helfen.*)

As we can notice in these examples, students can easily find similarities in the meanings of modal verbs in both languages and their similarities of their usage in the sentences. Without any doubts, we can use different approaches of the study of Modal Verbs and determine the criteria and features of their classification.

The main difficulty connected with English and German Modal Verbs for linguists and language learners is the fact that most Modals are polysemous¹, and several of them have similar basic meanings. For example, *can* and *may* can express such meanings: permission and possibility. They are closer together both syntactically and morphologically. According to the German Modals *müssen* and *sollen*, they also have some similar meanings. All these features of similarities were discussed in our work.

Let us analyze, describe and compare Modal Verbs *can* and *können* semantically and syntactically pointing at similarities and differences between them, considering the written and spoken form of their usage in modern languages based on the British National Corpus (BNC). It is interesting to compare the verb *can* with the similar equivalent, according by expressed values, *können* in German language. Without any doubts, many language learners know that modal verbs can have similar and various meanings, depending on what they express in the sentences. Trying to find answers to these questions, let us use the BNC. The results of this system analysis show us how often and in which contexts it is possible to use these verbs and what meanings they can express.

Forms of Modal Verbs *Can* and *Können*

Considering the syntactic means in modern English and German, it is expressed by communicative modal sentences. This type of Modality is reflected in the proposals for the purpose of classification in the statements of the narrative (such as affirmative and negative), interrogative and incentives; exclamatory sentences are not associated with Modals but associated with emotional characteristics of expression. Furthermore, we can prove that English and German sentences and statements have the same structures in some cases. Below we consider the notion of these types of proposals and give some

¹ A polyseme is a word or phrase with different, but related senses.

examples, proving that they have similarities and differences. Let us consider them more thoroughly [2, 265-296]:

1) Narrative (negative) form: verbs *can* and *können* have some similarities and in the same way some differences. Sentences (a), (b) do not have additional information, so they have a similar structure: [subject + modal verb + not/nicht + main verb]. According to the sentences (c) and (d), they have additional information in the sentences, so their structures are different. German sentences have: [subject + modal verb + nicht + the secondary parts of the sentence + main verb (infinitive form)]. English sentences have: [subject + modal verb + not + main verb + the secondary parts of the sentence]. Considering all German sentences, it is possible to notice that almost in some cases German main modal verb states right after the subject. Thought in the sentences with two verbs (one of them is a modal verb and other is the main), the main verbs states at the end of the sentence in the infinitive form. Thus, it does not matter what type of sentence it is. This concerns both interrogative and affirmation sentences in German language [3, 150-152].

(a) I *can* not jump. – Ich *kann* nicht springen.

(b) You *can* not sing. – Du *kannst* nicht singen.

(c) You *can* not speak clearly. – Du *kannst* nicht deutlich sprechen.

(d) I *can* not speak German. – Ich *kann* nicht English sprechen.

2) Narrative (affirmative) form: usage of modals *can* and *können* have the same structure as negative sentences but only without denial (~~not/nicht~~). Let us notice that in these sentences in modern German the main verb also states at the end of the sentence but in English it states after modal verbs.

(a) I *can* send you an e-mail as soon as I go online. - Ich *kann* dir eine E-Mail senden, wenn ich online gehe.

(b) The weather *can* change tomorrow. - Das Wetter *kann* sich morgen ändern.

(c) You *can* buy some mineral water. - Du *kannst* Mineralwasser kaufen.

3) The interrogative form: comparing the interrogative form of English sentences and German sentences with modal verbs and without additional information, we can notice, that their structures are the same and word order does not change. Considering sentences (a), (b), we can notice that their structure is: [modal verb + subject + main verb?]. Considering the sentences (c), (d), we can see some differences in their structures. If we have some additional information in the German sentences, we should put the main verb at the end of the sentence: [modal verb + subject + the secondary parts of the sentence + main verb?]. Though in English sentences the main verb follows after a subject: [modal verb + subject + main verb + the secondary parts of the sentence?]

(a) *Can* you write? – *Kannst* du schreiben? [10, 243].

(b) *Can* you sing? – *Kannst* du singen?

(c) *Can* she write a letter to him? – *Kann* sie einen Brief ihm schreiben?

(d) *Can* you play the piano? – *Kann* du Klavier spielen?

4) Imperative (Incentives) form: in English and German language, we can notice that they have differences and similarities at the same time. As imperative sentences can be expressed by questions or even by exclamatory sentences. Let us compare these two examples:

(a) It's very cold in this room. If you are not busy, *can* you close the window, please? = *Please, close!*

(b) Heute habe ich viel Arbeit. Außerdem habe ich überhaupt keine Zeit. *Könnten* Sie bitte Karten für ein Konzert kaufen? = Kaufen Sie bitte die Karten! (Today I have a lot of work. Furthermore, I have no time at all. Can you please buy tickets to a concert? = Please, buy tickets!) [4, 49-55].

In addition, take into consideration, that in the English language the modal verb *can* is impolite (the modal verb *could* is polite) but in German language - *können* is quite polite.

The meaning of the verbs *Can* and *Können*

In this work was considered the diagram that shows the modal auxiliary verb *can*. *Can* has three different meanings which were found in the BNC material with the following frequency distribution: 36 % ability, 31,5 % possibility and 23,5 % permission [5, 73-88]. These examples from the BNC show us different meanings of the verb *can* that expresses ability, possibility and permission:

a) *Ability* (e.g. You've got to run as fast as you *can*.) [15, 587-594].

b) *Possibility* (e.g. Smoking *can* cause cancer.)

c) *Permission* (e.g. *Can* I have an apple please?)

In addition, there is a considerable number of indeterminate or unclear cases, where it was impossible to make a decision about the function of the modal, either because the sentence was fragmentary or because there was simply not enough context, as for example in (d), (e).

d) I just offered to do it in the class if you *can* [14, 211-268].

e) It *can* in those rooms with the dogs.

Comparing the Modal Verb *can* with the modal verb *können*, we can mention that *können* has also three same meanings: ability, possibility and permission. *Können*, as mentioned earlier, also has the same syntactical and morphological meanings and it expresses three basic meanings. Let us consider the following samples with the translation into English language:

a) *Ability*: (e.g. Mark *kann* sehr gut Klavier spielen. - Mark can play the piano very well.)

b) *Possibility*: (e.g. Auf dieser Seite *kann* man Deutsch lernen. - You can learn German on this website.

c) *Permission*: (e.g. Dein Freund *kann* hinter unserem Haus parken. - Your friend can park behind our house.

Considering these examples, we notice that these two Modal Verbs have the same meanings but what is the difference

between them? Now we consider their meanings, which Modal Verbs *can* and *können* can denote in various contexts to understand their features more thoroughly. To characterize them in a correct way, our samples are based on the BNC. Considering the modal verb *can*, in addition to its basic meanings, it has several extended meanings:

1) Admonition - *Can't* is sometimes used to admonish someone not to do something. In example (a), the meaning of *can't* is very close to 'must not'. The sentence might be paraphrased as 'under no circumstances should you tell her' (e.g. You *can't* tell her! The shock would kill her.)

2) Speculation - *Can* also can be used in questions. Let us consider the following examples (a) and (b), which refer to some unexpected or unexplained occurrence or event. Such questions ask the listener or reader to speculate about a possible explanation. In example (b), speaker B offers a speculative answer to speaker A's question.

a) (hearing the telephone ring at 1:00 A.M.) Now, who *can* be calling at this hour?

b) A: (hearing a loud noise) What *can* that be?

B: I don't know, but it sounded kind of like an explosion.

3) Disbelief - As we noticed earlier, *can't* is used in conversation to express disbelief. The speaker draws a conclusion that surprises him or her, derived from certain facts or from other external circumstances.

a) He didn't get the promotion? That *can't* be possible! He's the most qualified person we have in the department.

b) You *can't* be serious.

4) Sometimes we use *can* to express doubt or surprise:

a) What *can* they be doing?

b) *Can* he be serious?

We see that the Modal Verb *can* has different other meanings. Comparing it with the verb *können* in German language, we can notice that *können* doesn't have another meanings except its three basic meanings. Furthermore, both

these modals are used with the main verb in the infinitive form without particle *to*.

In the given work we made an analysis between two the most important Modal Verbs *can* and *können* in English and German languages and notice that they have only three similar meanings that they can express to convey various ideas, according to different contexts in which they can be used.

The main point of the present investigation was to describe the English and German Modal Verbs *can* and *können* semantically, syntactically and to give a broad picture of the situation, particularly in the written and spoken modern British English and in German language. The aim was to find possible patterns with *can* and *können*, and then show different examples in which they can be used, in written or in spoken language. All samples were retrieved from the BNC to show their desired value. As we observed, the results of the analysis make it clear that corpus – driven approaches to language learning and teaching can be very helpful for teachers and schoolbook publishers. Furthermore, BNC gives more information and various examples to understand clearly the grammar.

The linguistic science of the last decades is characterized by a pronounced interest of the scientists in the investigations of the mechanisms of language functioning in speech. Interest in this phenomenon is reflected in numerous researches reflecting its essence, varieties of modal semantics and structures of modal means.

This work is devoted to reveal the differences and common features of expressing modality in the English and German languages. We analyzed the lexical means of expressing modality and came to the conclusion that modality is mainly expressed with the help of modal verbs and words widely used in our English and German languages. This category characterizes our behavior, views or opinions that belong to a person or a group of people.

Let us consider problems that students have with modals. The first is a syntactic problem. People try to find meaning correspondences between English or German languages and verbs in their own first language, so they often confuse them. Thus, this can lead to grammatical errors. The second problem involves choosing the right modal verb to express the right meaning to convey information.

Considering different suggestions for teaching modals, the teaching of modals in English and German languages is improving and there are lots of literature at various levels. Many textbooks do a reasonably good job of teaching a classification of Modals, as most of the modals have not only one meaning. However, they may show only basic meanings and omit many extended meanings of modals. Look carefully how modals can be used in different articles to convey the essential information. Without any doubts, there are lots of various approaches to the study of Modal Verbs in modern English and German languages.

In this given work, it was considered how modals can express our subjunctive evaluation of statements in both languages and determined the main features of the category of English and German Modality. Moreover, it was characterized the basic Modal Verbs in both languages and analyzed their classifications using the British National Corpus. Furthermore, in this course paper we compared the many features of usage of modal verbs in modern languages. Their peculiar properties of conjugation were revealed. We determined various options and situations in which modals can be used in English and German languages and tried to understand how they can be translated. It was established the semantic scope of linguistic Modality. Furthermore, was considered various approaches how this category can be used in languages and its notion, as it is one of the most complex in grammar. This topic of studying modality attracts many scholars and for this reason many discussions and researches will be performed in the near future to determine accurately the value of this grammar in learning a foreign

language. We suppose that this topic of grammar is very actual nowadays and requires a further investigation.

REFERENCES

1. Bloch M.Y. A Course in Theoretical English Grammar. - 1983. - Chapter 7. - P. 185-202.
2. Borghuis T. Modal pure type system // Journal of Logic, Language and Information. - 1998. - Vol. 7 (3). - P. 265-296.
3. Byrnes H. The acquisition of German Modal particles: a corpus-based approach // Journal Studies in second language acquisition. - 2006. - Vol. 28 (3). - P. 150-152.
4. Calaras A. The aspect of Modality in English and Romanian // International interuniversity collection of scientific papers. - 2010. - Vol. 6. - P. 49-55.
5. Collins P. Modals and quasi-Modals. - 2009. - P. 73-88.
6. Eggert C.A. A German sentence // Journal Science. - 1887. - Vol. 9. - P. 58-59.
7. Fagan S.M.B. Epistemic Modality and Tense in German // Journal of Germanic Linguistics. - 2001. - Vol. 13 (3). - P. 197-230.
8. Gibbs D.A. Second language acquisition of the English Modal Auxiliaries *can, could, may and might* // Journal Applied Linguistics. - 1990. - Vol. 11 (3). - P. 297.
9. Gordon E.M., Kryvola L.P. Modality in Modern English. - 2002. - P. 208.
10. Ilyish B. A. The Structure of Modern English. - 1971. - P. 243.
11. Ney J.W. Teaching the English Modals // Journal Relc. - 1980. - Vol. 11(1). - P. 35-42.
12. Polikarpov A.M. On the syntax of German complex sentences in the oral language // Journal Muttersprache. - 2000. - Vol. 110 (4). - P. 325-335.
13. Verstraete J.C. Subjective and Objective Modality: interpersonal and ideational functions in the English modal

auxiliary system // Journal of Pragmatics. - 2001. - Vol. 33 (10). - P. 1505-1528.

14. Weyerts H., Penke M., Munte T.F., Clahsen H. Word order in sentence processing: an experimental study of verb placement in German // Journal of psycholinguistic research. - 2002. - Vol. 31 (3). - P. 211-268.

15. Zhukova N., Babakina T. Peculiarities of the development of the Modal System in German // Journal Procedia – Social and Behavioral Sciences. - 2015. - Vol. 200. - P. 587-594.

VERBAL CATEGORICAL DISTINCTIONS IN ENGLISH AND CHINESE

A.И. Тананкова

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

A verb is one of the most important parts of speech in a morphological system, indicating the state or action of an object. The functions of verbs in various foreign languages are varied.

They can call:

- a specific action (drawing, writing);
- movement and movement in space (walking, swimming);
- physical and mental state (sleeping, melancholy);
- the activity organs of sense (hearing, touching)
- change of state (blush, confused), etc.

The verb is the "sentence skeleton", because the main information of the sentence is contained in them, without verbs we do not understand the meaning of the statement. However, if we consider verbs in Chinese and English, we can face difficulties, especially in the Chinese; because in the Chinese language part of the speech depends on the position the hieroglyph takes place in the sentence. For example, the same

hieroglyph can be both a verb and a noun, depending on its position in the sentence.

So the current importance of the work is due to the general scientific interest to the problem of verbs, its meaning and usage in different languages. Besides, it is important to analyze verbs and its usage the different not related languages as English and Chinese. The comparison of these languages is very rare. The lack description of comparison between verbs in English and Chinese languages determines the necessity of the detailed development of this issue.

The object of the study is verbs in English and Chinese.

The subject of the study is grammatical features of verbs based on examples from English and Chinese languages.

The aim of the study is to consider verbs and their features in English and Chinese languages.

To reach this aim, the following objectives were formulated:

- to carry out the theoretical analysis of the verbs;
- to clarify the verbs by their grammatical features ;
- to analyze the different types of verbs
- to describe the different verbs in English and Chinese languages.

In practical part, we make a sample comparative analysis of the text in Chinese and its English translation in order to analyze verbal distinction of these two languages. After analyzing the text and its English translation we found out that sometimes the verb in Chinese has the same meaning and the same position in the sentence as verb in English, for example:

“翻译工作能加深两国人民的了解。 [8, c. 502]. The work of translators can deepen the understanding of two peoples.” The modal verb "能" (can) completely coincides in meaning with the modal verb "can" in the English language – in the meaning "be able to do something".

However, the most frequent cases are opposite. The English verbs do not present shades of meaning which has Chinese sentence. There are plenty examples:

“我要研究中国文学。 [8, c. 502]. I want to study Chinese literature”. The verb "研究" and "to study" have a light shade of meaning: the verb "研究" means "to study, explore," but this study and explore are more profound and serious. While the English verb "to study" does not show the degree of serious attitude and importance of studying a particular subject.

“你会说俄语和英语。 [8, c. 502]. You can speak Russian and English”. The modal verb "会" (can) is used in the Chinese sentence, which has the meaning "to be able to do something after learning", the English sentence uses the modal verb "can", but it does not carry the same meaning as in the Chinese sentence.

“你说得真对。 [8, c. 502]. You're right”. If we analyze this sentence, we will notice that unlike the English sentence, the equivalent of the phrase "You're right" in Chinese will be "You speak correctly" (verbatim), which differs from the English version, which uses the verb "to be", and in Chinese verb "说" (to speak).

“太好了，在那儿你们能学得更好。回国以后，可以找一个理想的工作。 [8, c. 502]. That's great, where you can study better. After returning home, you can find an ideal job”.

In the Chinese phrase "太好了" there is no verb in comparison with its equivalent in English "That's great", where there is a verb "to be" in the form of "is".

"可以" (can) is used when we want to say that "we are allow do something", but in English we use the modal verb "can", although it does not convey this shade of meaning.

After a comparative analysis of Chinese and English verbs, it can be concluded that in some cases their usage coincides. However, these are isolated cases and more often than

not we cannot fully correlate the usage and meaning of the English and Chinese language glosses due to the fact that English and Chinese belong to different linguistic groups and their use and formation of verbs is different. In addition, the verb that we use in the English sentence is not usually stylistically suitable for translating this sentence into Chinese, even if at first glance these verbs will be translated equally. There is a high probability that we will make a mistake in choosing the verb, since in Chinese verbs have many shades in meaning that are not in English, depending on such factors as: their connection with other parts of speech, their place in the sentence, the meaning of the verb itself, sentence, context and much more.

Summarizing the results of this work, we can draw the following conclusions:

1. The verb is an integral part of any language and sentence.

2. The verb serves to indicate not only the action, but also the indicator of the physical and psychological state, the change of state and much more.

3. The verb in the Chinese language not modified by number, gender and also not conjugated in persons. Tense is expressed using the verbal suffix.

4. In the Chinese language there is no system of voice and mood.

5. The Chinese language has a rich system of modal verbs expressing possibility, necessity or desire to perform the action.

6. Verbs in English have grammatical categories of time, voice, mood and perform the function of the predicate in the sentence.

Thus, we can say that all the objectives were solved and our aim was reached during the investigation made in our work.

REFERENCES

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – Л.: Просвещение, 1990.– 300 с.

2. Ван Л. Основы китайской грамматики. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1954. – 262 с.
3. Викулова А.Е. Теоретическая грамматика современного английского языка. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. - 88 с.
4. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. – М.: «Высшая школа», 1981. - 293 с.
5. Горелов В.И. Теоретическая грамматика китайского языка: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз.». - М.: Просвещение, 1989. - 318 с.
6. Задоев Т.П. Основы китайского языка. Основной курс. - М.: Главная редакция научной литературы издательства «Наука», 1986. – 712 с.
7. Качалова К.Н. Практическая грамматика английского языка. – М.: Наука, 1996. – 265 с.
8. Кондрашевский А.Ф. Практический курс китайского языка. – М.: Восточная книга, 2012. – 768 с.
9. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. - 2-е изд., доп. - М.: Большая рос.энцикл., 2002. - 709 с.
10. Лю Шусян. Очерк по грамматике китайского языка. – М.: Издательство "Наука", Главное издательство восточной литературы, 1961. – С. 285.
11. Смирницкий А.И. Синтаксис английского языка. – М.: Изд-во литературы на иностранном языке, 1957. – с. 263
12. Тянь Аошунь. Проблемы скрытой грамматики: Синтаксис, семантика и прагматика языка изолирующего строя (на примере китайского языка). – М.: Языки славянской культуры, 2002. - 896 с.
13. Худяков А.А. Теоретическая грамматика английского языка. – М.: Академия, 2005. – 245 с.
14. Яхонтов С.Е. Категория глагола в китайском языке. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1957. - 181 с.
15. Alexander L. Longman English Grammar. Longman: Longman Group Ltd, 1988. - 361 p.

**FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF ENGLISH
AND GERMAN MILITARY VOCABULARY
ON THE EXAMPLE OF COMPUTER GAMES**
P.A. Fedorova

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Modern languages all around the world are constantly developing and growing. Some types of vocabulary are actively used in the everyday speech of ordinary people, and some fade into the background and are gradually replaced by other words that are used more often.

Modern military vocabulary of different languages through all history of its existence has also undergone a lot of changes. English and German military vocabulary is no exception.

Military vocabulary is considered to be the vocabulary of a certain profession, in this case, of the military structures. In this regard, not every person knows what a particular term denotes and how to use it in everyday speech. Moreover, certain military terms of professionalism go into the category of historicism and disappear from the speech itself.

However, military language could be used not only by people directly associated with the military, but also by ordinary people, thanks to modern computer games. That is why it was decided to study functional characteristics of the military vocabulary in detail with the help of computer games.

The topic of this work, as it was mentioned above, deals with functional characteristics of modern military vocabulary. The research itself consists of an introduction, a main part with three chapters and a conclusion.

The main goal of this article is to study modern military vocabulary of two languages, English and German, and to describe their use and functional characteristics on the example of computer games.

This work is undoubtedly relevant, because, quoting the famous computer game “Fallout”, unfortunately, war never changes. Military language has always been useful, and even though some people will disagree, this vocabulary is still not ready to be forgotten, even by ordinary people. What is more, lots of teenagers are using some military terms as slang, thanks to computer games again, and that is also why this research is useful and up-to-date.

Military terminology is directly connected with the political process of any society. The whole history of mankind, to a certain extent, there is a history of wars. In modern conditions, when the media have access to the coverage of various political events, including military conflicts, military terminology regularly used by politicians, journalists, diplomats, and ordinary people. In other words, the scope of the use of military terminology beyond the use of its military specialists in various military operations and daily life of the army.

Military terminology is emerging in the national language step by step, reflecting the linguistic and cultural situation specific to the era. The main characteristics of military terminology are expertise and corporatism [6, p. 13].

Military terminology is a system of lexical means, denoting concepts of military science, used in the sphere of special communication. The problem of the term is probably the most important for military translation. The military text of different varieties (military-technical, military-scientific, military-informational, military-business and even military-publicistic) is filled with terms. Being a peripheral layer of the vocabulary, military terminology in the mean time has multiple connections with the main vocabulary. Since the military art and the military science are divided into separate spheres, thus there is a separation on tactical, military-organizational and military-technical terminology. It is also important to denote terminology of the kinds of troops and the armed forces.

Generally military terminology refers to all words and word-groups, that denote military concepts, that is concepts directly related to the armed forces, military art, war etc. In addition, military vocabulary includes scientific and technical terms used in relation to different military concepts.

The rapid development of science and technique in the modern world has produced a huge number of terminological vocabularies, including the military one.

Military vocabulary can be divided into two main groups: military terminology and emotive elements of military language.

Terminology, in its turn, is divided into two subgroups:

- a) Official terminology, consisting of statutory terms;
- b) Non-statutory terminology, used in soldiers' oral speech and in some types of military literature, but are not officially accepted.

New military terms are formed with the use of the usual means of word formation, peculiar to modern English language. The clear idea of the means of word formation allows to deeply understand processes of the development of the military terminology and meanings of some recently created terms still not reflected in dictionaries.

Usually distinguish morphological and lexico-semantic word-formation of the military terminology.

Morphological word-formation of terms covers the following means: affixation, compounding, conversion and shortening [4, p. 220].

Following the replenishment of the English military vocabulary – borrowings – can be divided into two categories: borrowings from different layers of the vocabulary of the English language (internal borrowings) and borrowings from foreign languages.

Many military scientific and technical terms arise from the use of international sources of terminology (Latin and Greek roots). Lots of such entities in the terminology of space and missile weapons.

Military vocabulary can be classified as follows:

1. On the sphere of use – different kinds of troops, command, tactical, organizational, military-topographic, command-and-drill;
2. On the structure – one-piece, two-piece, multilateral;
3. On the stylistic characteristics – neutral and emotionally-colored lexical units. [7, p. 798]

Military vocabulary consists of the terminological and non-terminological vocabulary. It is based on military terminology, which is a set of terms expressing different concepts of military Affairs.

German military terminology can be divided into general military and highly specialized. General military terminology is familiar to all, and highly specialized military terminology is less common and is known to a limited circle of military specialists.

Like any other terminology, German military terminology develops on the basis of already existing lexical material. A significant place in modern German terminology have terms that are emerged on the basis of root and derived words of non-terminological character, while a new special military meaning of the term arises necessarily on the basis of the basic meanings of common words, and is the concretization of the meaning of the word as applied to a specific area of military affairs.

In German language, the military terminology is mainly formed by compounding and affixational method. If the meaning of terms, formed by means of compounding, are determined based on the component values, the value of affixal derivatives is determined from the value of the particle, which is formed by the term.

Along with the two-component complex words in German military terminology there is a large number of multicomponent lexical units because of the need of more accurate and comprehensive nomination of a particular concept.

Modern military vocabulary is most widely used in oral speech of different types of people in two categories: shortenings and slang.

Shortenings, like other types of words can operate as the main and secondary parts of the sentence. Operating as a part of a sentence, they can get a proper morphological design in general, in accordance with the rules of English grammar: attaching affixes, making a plural form and a possessive case, making out of articles.

For a detailed study of German military abbreviations it is necessary to classify them according to semantic content. There are the following groups:

1. A group of abbreviations pertaining to the organization of troops for designation of subdivisions, units and formations of the Bundeswehr.

2. A group of abbreviations related to headquarters and their activities. First of all, this includes abbreviations indicating the departments or offices of the headquarters.

For example, in accordance with the functions performed to indicate the departments of the headquarters are used the following abbreviations:

- G1, S1 – department of personnel and an ideological work;
- G2, S2 – department of the intelligence and counterintelligence;
- G3, S3 – operations department; department of military training and organization;
- G4, S4 – department of the rear.

This group of abbreviations includes all abbreviations associated with the design of military documents that appear in official titles of military documents, with captions, calculations of the distribution and in the designation of proper names in documents and on maps [1, p. 128].

Military slang is a lexical unit with a bright emotional overtone, reflecting on military life and the realities that are used primarily in military circles, but known to all native speakers and are used in the process of communication for expressive functions, and not for the purpose of encoding speech.

Common lexico-semantic groups can be divided into a number of the most private subgroups:

1. Relationships between people: everyday relationships between people, relationships between different categories of personnel, depending on rank and position, relationships between soldiers of different States.

2. Physical activity: activities in daily service, activities during combat operations, activities during exercises.

3. Dismissal and free time;

4. Human and the world around him: food, clothing and uniforms, weapons and military equipment, health status, mood, mental state, parts of the human body.

Considering the different spheres of the vocabulary of the military slang, lexico-semantic groups highlighted above can be divided further into three conceptual subgroups:

1. Aviation.

2. Navy.

3. Military.

Furthermore, the vocabulary of these subgroups can be differentiated in accordance with different types of troops and services.

For example, in Military slang, you can highlight the vocabulary characteristic:

- of the infantry (for example, “the tommy gun” – submachine gun, “chatterbox” – machine gun, “hip flask” – gun in the holster, “suicide ditch” – leading trench);

- for armored and mechanized forces (for example, “gasoline cowboy” – tank man, “the creeper” – a tank, “rat race” – persecution, “gear-happy driver” – dashing driver);

- for the troops of communication (for example, “horn blower” – phone, “ham” – radio operator, “hoot loop” – a permanent line of communication, “to decode” – explain);

- in the command service (for example, “flimsy” – document on thin paper, “File 13” – bin, “piano” – typewriter).

[8, p. 544]

The influence of American English into German language due to external factors related to political, military, economic and cultural integration of Germany within the North Atlantic Treaty Organization (NATO). To conduct joint exercises and maneuvers, marking the total military equipment and tactical principles requires unification of terminological systems.

Due to the rapid scientific and technical progress of the XIX century the English language was enriched with many new terms. Many inventions of the industrial revolution was created in the UK. By the end of the XIX century England in this area surpassed the United States. Tennisace society has become one of the most important impulses for the penetration of English into German.

Noteworthy is the large number of acronyms borrowed from English. It should be noted that among them many names of agencies, organizations, departments, groups.

The number of terms in the publication of the Ministry of defence of Germany is used without translation (for example, der Supreme Allied Commander Europe (SACEUR), die NATO Communications and Information Systems Services Agency (NCSA)).

In the texts of military journals there are abbreviations created from the initial syllables of words in the English origin (for example, MedEvac – medical evacuation, SitCen – Situation Centre).

German terms are often quite complex in its structure, therefore, the tendency to use a large number of abbreviations and acronyms – abbreviations formed from the initial letters of words of phrases that are typical for German military vocabulary is not of English origin (for example, KdB – Konzeption der Bundeswehr, DDO – Dienstältester Deutscher Offizier, FüInfoSysSK – das streitkräftegemeinsame Führungsinformationssystem).

The close cooperation of Germany with NATO has resulted in German military language, there are many English names to refer to samples of modern military equipment, new

weapons (for example, EUROFIGHTER - military jet, das Flugabwehrsystem MANTIS, das taktische hochmobile Luftverteidigungssystem MEADS (Medium Extended Air Defensive System) - air defense missile systems).

It is traditional for German military culture to include names of predatory animals in the part of terms for marking military equipment (for example, Aufklärungsfahrzeug FENNEK - combat reconnaissance vehicle "fenek" (der Fennek - a miniature Fox inhabiting deserts of Northern Africa), Unterstützungshubschrauber TIGER - helicopter gunships "Tiger").

From the point of view of the structure among the anglicisms in the German language, the difference in direct borrowings, calques and mixed formations (composites), in turn, they are subdivided according to the degree of integration in the language. To direct borrowing include foreign words or idioms included in the new language system with preservation of their main sound features (for example, das (Kompetenzzentrum) Travel Management - engl. travel management – Plenipotentiary (subordinate) of the organization of business trips, das Burn-out - engl. burn-out – generating fuel; stop (rocket engine)).

For reduced borrowed words with initial components is also characterized by some instability in spelling. In case the initial component of this word is an abbreviation, it is usually written with a hyphen, however, there are also options (for example, der ISAF-Verband; das LAPV-Fahrzeug).

Anglo-American borrowings serve as an important source of German military vocabulary. Continuing close cooperation of Germany and other countries – members of NATO, shared programs, development of computer and military technologies suggests that the penetration of anglicisms in the German language military will continue in the future. [3, p. 168]

Practical research:

1) **Alliance** (n.) – a union between military structures of different nations.

Etymology: Comes from the French “alliance” – Union, from the verb “allier” – connect, then from the Latin “alligare” – bind, then from “ad” – to + “ligare” – to knit, to tie; from proto-Indo-European “leig” – to bind.

Example: “... I’m forging an **alliance** between us and the Reapers, between organics and machines, and in doing so, I will save more lives than have ever existed”.

2) **Annihilation** (n.) - complete destruction; extermination. The act of destroying the form or combination of parts under which a thing exists, so that the name can no longer be applied to it.

Etymology: From Middle French annihilation, from Latin ad (“to”) + nihil (“nothing”).

Example: “You would doom our entire civilization to complete **annihilation**, and for that, you must die”.

3) **To take a best shot** – an attempt to hit a target with a missile.

Etymology: Middle English; Old English sc(e)ot, (ge)sceot; cognate with German Schoss, Geschoss.

Example: “- Come on. Let’s finish her off and get out of here.

- **Take your best shot**”.

4) **Massacre** (n.) – mass killing contrary to civilized norms.

Etymology: Comes from the French “massacre”, from old French “macacre”, further, from Gallo-romance “matteuca”.

Example: “You’re a yahg, a pre-spaceflight species that was quarantined to their homeworld for **massacring** the Council’s first contact teams”.

5) **To pull someone from fire** - if you pull the fat from the fire, you help someone in a difficult situation. In military slang, means to help someone who is under fire.

Etymology: Comes from the Teutonic form “fuir”, from which, among other things, occurred: old English “fyr” and English “fire”, etc. ”- friss, fiur”, old Norse “fürr”, Ms. Dutch “vuur”, German “Feuer”.

Example: “Shepard, we thought we’d drop by and **pull** you humans **from the fire**”.

6) **Chicken** (n.) –military slang, means “a rookie”.

Etymology: From Middle English chicken, from Old English “cicen, cycen” – chicken, diminutive of “coc, cocc” - cock, rooster, or from Proto-Germanic “kiukīnā” – chicken. Cognate with North Frisian “schückling” – chicken, Saterland Frisian “Sjuuken” – chicken, Dutch “kuiken” - chick, chicken, Low German “küken” – chicken, German “Küken“ – chick, dialectal German “Küchlein“ – chicken and Old Norse “kjúklingr” – chicken.

Example: “– You sure you want to play this game?

- What’s the matter, Vakarian, you **chicken**?”

7) **To take a kill shot** – to kill someone with one shot; the last, fatal shot.

Etymology: From Middle English “killen, kyllen, cullen” – to strike, beat, cut; possibly a variant of Old English “cwellan” – to kill, murder, execute; or from Old Norse “kolla” – to hit on the head, harm (compare Norwegian “kylla” – to poll; Middle Dutch “kollen” – to knock down; Icelandic “kollur“ – top, head, see “coll, cole”).

Example: “If it ends with the both of us dying in a giant explosion killing a Reaper, just remember, I **took the kill shot**” [1, p. 128].

The research based on computer games showed, that modern military vocabulary is active not only among people belonging to military structure, but also among young people who like playing computer games. I would like to pay attention to the fact, that computer games sometimes can be not only harmful and addictive, but also pretty useful for modern linguists. Lots of modern games provide colorful examples of some special vocabularies and its modern state.

Modern English and German military vocabulary is not dying and is actively used not only by those, who belong directly to military structures, but also by an ordinary people who play computer games, especially teenagers. What is more, some terms are

so common to modern everyday speech, that most people cannot distinguish them from some colloquialisms. Nowadays people do not need any specialized dictionaries to understand common military terms, because they are universal and actively used.

The results of the research have also shown that lots of English and German military terms are in some way quite common, mostly because both of these languages have lots of borrowings from each other and from French language.

REFERENCES

1. Жеребило Т.В. Термины и понятия лингвистики: Лексика. Лексикология. Фразеология. Лексикография: Словарь-справочник. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2011. – 128 с.

2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). - М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.

3. Канделаки Т.Л. Семантика и мотивированность терминов. - М.: Наука, 1977. – 168 с.

4. Поликарпов А.А. Закономерности образования новых слов: моделирование процесса и его экспериментальное исследование // Язык. Глагол. Предложение. К 70-летию Георгия Георгиевича Сильницкого. - Смоленск, 2000. – 211-227 с.

5. Марусенко М.А. Об основном понятии терминоведения – научно-техническом термине // Научно-техническая информация. – 1981. – Сер. 2. - № 8. – С. 1-6.

6. Cesiri D. Varieties of English: at home and overseas Università Ca' Foscari di Venezia, 2012 – 13 p.

7. Charles J., Universal Military Dictionary, in English and French: In which are Explained the Terms of the Principal Sciences that are Necessary for the Information of an Officer (4 ed.), UK: T. Egerton, 1816 – 798 p.

8. The British Military Library: Comprehending a Complete Body of Military Knowledge, and Consisting of Original Communications; with Selections from the Most Approved and Respectable Foreign Military Publications, Volume 1. – 544 p.

FASCISM IN ITALY

M.V. Ambartsumyan

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Abstract. The twentieth century is the century of the triumph of ideologies that enslave the masses. One of the most terrible is fascism. Fascism is a political trend that arose in the capitalist countries during the general economic and political crisis and expresses the interests of the most reactionary and aggressive forces of the imperialist bourgeoisie. In the center of fascist ideology are the ideas of military seizure, racial inequality, leadership (the Führer principle), the absolute power of the state machine. One of the countries where these features were clearly manifested is fascist Italy.

Thus, the aim of this article is to investigate the phenomenon of fascism in Italy, from where it started. The tasks are: to determine the notion of fascism; to survey the origin of fascist ideology; to observe historical aspects of fascism and its influence in Italy.

Keywords. Fascism, Benito Mussolini, “Blackshirts”, Anticomintern Pact, Ethiopian war, Alleanza Nazionale.

The notion of fascism. The social and political upheaval that accompanied the end of World War I fused the various attitudes (elitism, racism, irrationalism, anti-modernism) that characterized the radical right of the early years of the century into a cohesive political movement, fascism [8].

Fascism is a political ideology that literally wreaked havoc across the globe in the first part of the 20th century. Fascism is arguably one of the most dangerous political

ideologies. It is characterized by strong nationalism, an extreme level of authoritarianism, corporatism, militarization and hostility towards both liberalism and Marxism.

On the other hand, Italian fascism became the first experience of the power of a “new type of party” of a non-communist orientation, and in this sense was indeed the predecessor of Nazism.

Therefore, fascism in the strict sense of the word is primarily an Italian phenomenon. The word has a Latin origin: fascii - densely connected bundles of rods with hatchets inserted in them, which were carried by bodyguards of Roman attendants - lictors. Initially, the lictors performed police functions - the fascia was used to disperse the crowd, later it became a tradition - litters with fascia became a symbol of the power and power of Rome [3].

Benito Mussolini – the founder of the Italian fascist party. World War I – or the Great War as it was also called – elevated some of Italy's young men who were proud to be combatants for their nation. For many Italians the war elevated their pride for their nation, and there was the sense that Italy had a common cause and should not be divided by class antagonisms. One such Italian, who was proud to have fought in the war, was Benito Mussolini [2].

On 5 December 1914, Mussolini denounced socialism for having failed to recognize that the war had brought about national identity and loyalty, which he deemed of greater significance than class distinction. His completed conversion from the political left to the right, was fully demonstrated in a speech, in which he acknowledged the nation as an entity, a unit in which socio-economic class did not matter, proclaiming, “The nation has not disappeared ... Instead we see the nation arise as a palpitating reality before us! ... Class cannot destroy the nation. Class reveals itself as a collection of interests ... The class struggle is a vain formula”

In 1915, as Italy pondered whether to go to war, Mussolini broke with the pacifism of the socialists. He editorialized for Italy's involvement in the war on the side of the Allies, claiming that France's defeat would end liberty in Europe.

He argued that Italy's involvement in the war would hasten the socialist revolution. He did not want Italy to miss involvement in what he would call a grand drama. The Socialist Party responded by expelling him. So Mussolini started his own newspaper, *The People of Italy*, receiving funds from the French.

Mussolini was so excited about the war that when Italy declared war he joined Italy's prestigious Bersaglieri regiment as a private. He liked the trotting and getting into shape – stomach in and chest out. He was sent to the front, and in February 1917, after six months, he was wounded during hand grenade practice. He was hospitalized for months, and during convalescence he took up the cause of praising his nation's soldiers and veterans.

By now he had forgotten about the liberty he had claimed might be lost with France's defeat. Italy, he said, should set things right by making a clean sweep. Italy, he announced, needed a dictator. And advocating patriotism, he attacked what he called the "sickly internationalism" of Lenin and Wilson [6].

The historical background for the origin and spread of fascist ideology in Italy. Fascism was nurtured in the atmosphere of chaos, uncertainty, disillusionment, and rebellion that swept the world in 1919.

Demobilized soldiers returned home to face unemployment, bread lines, strikes and riots. The successful communist revolution in Russia and the growth of an international communist movement panicked the established order, especially business interests who felt that their social, economic, and political positions were directly threatened.

Many thought that a force willing and able to resort to unlimited counter-revolutionary violence was necessary to remedy the situation.

Just such a force appeared in Italy. Seemingly coming out of nowhere, black-uniformed paramilitary groups led by a former socialist turned ultra-nationalist Benito Mussolini stepped into the fray.

The fascist organization was created by Mussolini on March 23, 1919 [7].

Nicknamed the “Blackshirts” Mussolini’s squads brutally attacked socialists, communists, trade unionists and their sympathizers.

Mussolini used his Blackshirts to brutalize all opposition, and, by 1925, his power was complete. The fascist dictatorship had begun. Italian fascism was built on the idea of subordinating all interests in the country to the state and the nation, any social conflicts were brutally suppressed.

The fascist slogan of “Credire! Obbedire! Combattere!” (“Believe! Obey! Fight!”) embodied this sense of militarization as did the Fascist Decalogue, which every school child had to memorize [1].

The fascist regime touted its achievements in expanding the educational system and leisure-time activities, giving monetary bonuses to large families and embarking on major construction projects.

In 1936 Mussolini agreed to the Rome-Berlin Axis, pledging cooperation in central Europe. The next year Italy joined with Germany and Japan in the Anticomintern Pact, directed against the Soviet Union. By the time that Italy had formalized its military ties with Germany in the so-called Pact of Steel in 1939, Mussolini had so identified his country's interests with those of Hitler that Italy had become a virtual German satellite [9].

People’s life in fascist Italy. Life in Mussolini’s Italy was little different from other dictatorships which existed between 1918 and 1939. Nazi Germany and Stalin’s Russia were to use (and expand) on developments that had been in existence in Fascist Italy since the 1920’s.

In 1927, the Fascist government published the "Labor Charter", a list of rights for the Italian worker. This charter stated that workers had a right to good working conditions, equitable wages, and social security. These measures were designed to take the workers' minds off of the loss of the right to strike. It maintained that private initiative was the most efficient way of serving the country's interests, but assured workers of state intervention when it was necessary for the good of the nation. This charter, however, remained largely a statement of principle, and it hardly compensated Italian workers for their decreased economic position.

When the Great Depression struck in the late 1920s, Italian industry was obviously hit quite hard. Unemployment increased, and working hours decreased. The government responded to this by encouraging another wage reduction, whose effects were lessened this time by a drop in prices and the institution of additional compensation for large families. In turn, real salaries for those who remained employed did not experience a significant drop.

The Fascist Party was intent on controlling every aspect of everyday life, and this included sporting activities. Sport could be an extremely effective means of nationalist and military propaganda, and Mussolini and the Fascists realized this. The wide range of sports and available participants led the party to organize sport on two different levels. The first level, which included high profile sports organizations such as the Italian Olympic teams and professional soccer clubs, was controlled by CONI, the Italian Olympic Committee, an extremely well-funded organization run directly by Fascist Party members. The fascists wanted to turn famous Italian athletes, like world heavyweight boxing champion Primo Carnera, into popular heroes and Fascist examples. In addition to Carnera, the Fascists also used the successful transatlantic flight of Italo Balbo and the great successes of the Italian national soccer team as propaganda tools, especially their triumph in the 1934 World Cup, of which Italy

was the host nation and where the Duce himself distributed medals to his team after their victory in the final [3].

The fall of Mussolini's Fascism in Italy. In its development, the fascist regime in Italy passed three periods:

1. The transition period (1922-1926) – gradually the process of fascization of the regime while preserving certain instruments of the bourgeois state and the opposition.

2. The period of establishment of a totalitarian fascist dictatorship (1926-1929).

3. The first “corporate fascist state”, which was never finally built (1929-1943).

From 1919 to 1923, many Italians fought against fascism. They fought in parliament, in the press, and in the streets. The fight ceased only when all the opposition leaders had been imprisoned, exiled, or murdered, when the physical instruments of opposition had been destroyed - the printing presses, the trade unions and their offices, the cooperatives, and so on. It ceased openly only when the overwhelming pressure of the fascist police made open opposition impossible.

Later, fascism turned to more subtle means to win the support of the Italian people. Open violence gave way to legal violence under a veneer of respectability that fooled many people.

The period of the Ethiopian war, beginning in 1935, rallied the nationalists more strongly than ever around the fascist regime. On the other hand, it woke many other Italians to the sudden realization that fascism meant war in earnest – not just bombastic threats of war for defensive purposes, but wrongful aggression that must in the end lead to the country's destruction.

During the period between 1936 and 1943, the lines were drawn more sharply between fascism and antifascism.

As by the summer of 1943, Italy was in horrible shape. Popular support of the war in the Italy home front was declining. Food shortages were widespread in Italy and the Allied Forces bombarded most of the factories, rendering Italy unable to

continue to fight. The Allies has taken possession of Sicily, and the invaders were welcomed as liberators [5].

By April 25, 1945, Benito Mussolini's dream of re-creating the Roman Empire, much like the crumbling Roman Forum itself, lay in ruins. With the Allies closing in from the south and anti-fascist partisans rising up to seize city after city in northern Italy, Mussolini's power base was quickly evaporating. By April 25, 1945, however, the Third Reich was quickly losing its grip on northern Italy. With his stronghold of Milan teetering on the precipice, Mussolini agreed to meet with a delegation of partisans at the palace of Milan's Cardinal Alfredo Schuster.

There, a furious Mussolini learned that, unbeknownst to him, the Nazis had begun negotiations for an unconditional surrender [4].

Despite of such conclusion, Italy was the first country where fascism triumphed. The fascist organization arose in the spring of 1919, and in 1922 had already seized power. Such a rapid, on a historical scale - almost instantaneous growth of the influence of the movement had to be something caused. In my opinion, the reasons for such a rapid and wide spread of the influence of fascism consist in the fact that his theses corresponded to the demands of the broadest word of the population. The sharp rise of fascism began with the September events of 1920, when both large and small proprietors were afraid of the actions of the proletariat. They saw that the government could not protect them. Gradually, the role of the fascist party grew.

Though the majority of Italians regard Mussolini's 21-year rule as a blot on the country's history, a significant minority look back at the period between 1922 and 1943 more fondly. And fascism is still alive in mainstream Italian politics, thanks in part to Mr Berlusconi merging his Forza Italia party with the Alleanza Nazionale, which has neo-fascist roots.

REFERENCES

1. Gillette A. Racial Theory and Fascism, 1915-1935. Racial Theories in Fascist Italy. – London: Routledge, 2002. – 45 p.
2. Gorgolini Pietro. The Fascist Movement in Italian Life. London: T. F. Unwin, Ltd., 1923. – 120 p.
3. Kelikian Alice A. Town and Country under Fascism. New York, New York: Oxford University Press, 1986. – 87 p.
4. Knox MacGregor. Common Destiny: Dictatorship, Foreign Policy, and War in Fascist Italy and Nazi Germany. – Cambridge, UK: Cambridge UP, 2000. – 125 p.
5. O'Brien P. Mussolini in the First World War: The Journalist, the Soldier, the Fascist. – Oxford: Berg, 2005. – 31 p.
6. Бенито Муссолини: Новые факты. Редкие документы. Уникальные фотографии. – М., 1999. – С. 54.
7. Ким Ц.И. Начало итальянского фашизма: Бенито Муссолини, социально-психологический портрет // Вопросы философии. – 1988. - № 11. – С. 76.
8. Тольятти П. Лекции о фашизме. – М., 1974. – С. 33.
9. Хибберт К. Бенито Муссолини. – М., 1996. – С. 337.

MALTA IN EUROPEAN POLITICS

V.R. Shumskaya

Institute of Foreign Languages PFUR
Moscow, Russia

Abstract. In this work I studied a role of micro states in eurointegration processes based on the example of Malta. The main purpose of this work: to study process of European integration of Malta and the place of the Republic in the European policy. The influence of Malta in international policy greatly exceeds the natural geographical boundaries.

Malta joined the European Union in May 2004. Using new opportunities as a member of United Europe, today the

Island republic more and more actively positions itself as the European center of tourism, high technologies and transport services.

The entry of Malta to the European Union is evaluated today by the majority of Maltese as an extremely important event that has historical meaning. But also membership in the European Union forced Malta to restructure the economy, to adapt it to the changed economic realities. Thus, connections of the European Union and Malta develop consistently and allow Malta to build communications with Europe despite cultural, mental, historical differences between the countries.

Malta has neither minerals, nor land suitable for agriculture; nevertheless, in the following years it managed to boost the economy and the welfare of the population, through a tourism development and attracting foreign investors.

On January 1, 2017, Malta became the Chairman of the European Union by rotation. Among the priorities of Malta for the period of its chairmanship are the migration, refugees, the reform of the system of concealment in Europe, the common market of European countries, maritime issues.

Keywords: Malta: the past and the future, integration processes, European Union, European politics, migration, refugees, international policy, national identity, relations between countries, European region, NATO, countries of the Mediterranean Basin.

The integration processes developed in the Central European region in the XX century have gained special character and significance in the XXI century. Deepening of relations between countries in Central Europe and the European Union, the coordinated effective policies in economy, education, culture, and the social sphere, which positively affect quality of life of the micro states, promote forming of all-European solidarity, broader public support of initiatives of supranational institutes, and

increasing importance for the micro states of their identification with Europe [1; 18].

Equal opportunities for citizens of the European Union in the implementation of basic rights and freedoms, availability of attributes of belonging to community had over time such a serious impact on internal life of the micro states entering the European Union, that it led to transformation of their national identity and emergence of a phenomenon of supranational identity with unified political, legal, economic and ethical standards [1; 27].

In this work I will study a role of micro states in euro integration processes using the state of Malta as an example.

Malta is mostly known today as an attractive tourist destination. It is a well-known European resort where one can swim in a warm and clean sea, enjoy the Mediterranean kitchen and explore various historical and cultural sites available there.

However, the modern Malta also provides a lot of opportunities for business and interstate relations and capital investments.

Malta comprises an archipelago of five islands in the Central Mediterranean Sea, south of the Italian island of Sicily, east of Tunisia and north of Libya. Malta is one of the world's smallest and most densely populated countries.

The most important sectors of Malta's economy in 2017 are wholesale and retail trade, transport, accommodation and food services (22,6 %), public administration, defense, education, human health and social work activities (18,8 %) and professional, scientific and technical activities; administrative and support service activities (12,5 %) [2; 37].

Malta's main export partners are Germany, France and Hong Kong, while its main import partners are Italy, the Netherlands and the UK.

Though, the influence of Malta in international policy greatly exceeds the natural geographical boundaries, and extends

both to the European region, and to the countries of the Middle East and North Africa.

Of course, the Island republic can hardly be compared on economic power and investment appeal to such European grandees as, for example, Germany, Italy or Spain. Nevertheless, more and more micro states emerge in the modern world. The Republic of Malta gains more importance and attracts attention some of the largest states in various economic sectors given new investment regulations. It provides a basis to consider new promising options for economic cooperation with the Island republic [13; 4].

After gaining its independence in 1964 Malta pursued policy of close cooperation with countries of NATO. In 1965 Malta has signed the resolution on "the special relations" with NATO. In 1981 Malta announced itself a neutral state. In 1995 the country joined the program of NATO "Partnership for Peace", remaining at the same time a neutral state.

In foreign policy Malta is guided by the countries of the West and the European Union. But also we can observe the development of relation with Russia.

Currently the cooperation between Russia and Malta is supported by both countries. For example, in 2015 the Ministry of Health of the Russian Federation and the ministry for Energy and Health of the Republic of Malta signed the memorandum of cooperation in the field of health care. The document assumes exchange of experts and delegations between the countries, holding the training seminars, and participation of experts in the congresses, conferences and other scientific actions organized by the parties independently or in common [5; 25].

On the Russian-Maltese business forum taken place in Moscow, not only the bilateral relations were discussed, but the attention was paid also to the relations the European Union. These relations are far from ideal now, but the parties expect that presidency of Malta in the European Union and in general the

dialogue that currently exists, will promote the enhancement of the relations rather than their further degradation.

Malta is one of those member countries of the European Union who support normalization of the relations with Russia and easing the sanctions regime. According to the head of the government of Malta, the recent decision of the European Council which doesn't provide expansion and strengthening of policy of sanctions against Russia gives a clear signal that the European Union isn't interested in deepening of the conflict in the bilateral relations [9; 13].

Malta joined the European Union in May 2004. Using new opportunities as member a of United Europe, today the Island republic more and more actively positions itself as the European center of tourism, high technologies and transport services.

Stability of the relations of Malta and the European Union depends on many factors. New conditions of the modern world require modernization of the relations between the European Union countries in which the microstates are of particular importance, as we have seen that in the case of the Republic of Malta which is a part of the united Europe. Today the problem of migration of refugees to Europe is a major concern, and it creates many difficulties for the republic of Malta. The internal conflicts of "Old Europe" escalate; there are disagreements between member countries of the European Union [11; 2].

Malta is an active participant of the UN, the British Commonwealth of Nations, the Council of Europe, OSCE and some other international organizations.

The entry of Malta to the European Union is evaluated by the majority of Maltese as an extremely important event that has historical meaning. The main positive result of European integration is considered to be the ongoing gradual transformation of Malta from are mote island state with limited economic opportunities into a part of the united Europe, as a result of what the country receives a new powerful boost to development due to

access to the markets in the states of the European Union today, and also - to the European financial aid for implementation of own state programs - employment, environment protection, reforming of industries that earlier were just "too expensive" for the Island republic [7; 25].

Second positive result of the membership is considered to be the increased opportunities of Maltese to get a job or to settle for study in Europe. Moreover, it is considered that Malta avoided "dissolving" in such a large-scale political and economic association as the European Union, especially on the background of its stronger member countries, so far clearly defending its own line in the organization and not being content with a role of a passive participant of the all-European discussion.

The management of the Nationalist Party which pushed the idea of the entry into United Europe, declared that Malta became "equal among equal" to the European Union, capable to protect the national interests. The proof of "victorious" European integration, in their opinion, can be considered the first success of Valletta in defending the status of "Objective One" as the country needing a first-priority financial support of the European Union [7; 25].

However, opponents of the government, especially from among Labour opposition, declare that entry into the European Union was performed not in the most effective way for the country, therefore Maltese received less benefits expected from membership.

In their opinion, promises that many intra economic and social problems of Malta will nearly be nearly automatically solved from Brussels were only political rhetoric, and application here of new regulations of the European Union was very painful for the population and business of the country [6; 5].

The main negative consequence of the entry of the country is considered to be the increase of taxes and the ongoing growth of consumer prices – and not without good reason. The strict requirement of the European Union to cancel the about

cancellation of "protective" customs duties of Malta on the European manufactured and product goods became at the same time serious blow to local business.

Interestingly, both supporters of the entry, and "eurosceptics" agree that one shouldn't rely only on eurogrants and that Maltese need "to earn themselves". In this regard (and also according to recommendations of the European Union) privatization continues for the local systemically important entities – Bank of Valletta bank, shipyards "Malta Scrub Doks", corporations of communication Maltaky, other systemically important entities, the purpose of what is giving the new motivation and permission of the new development strategy to them – taking into account opinion of new private investors, and for the state – increase in tax contributions to the budget [7; 25].

In the last two decades the European Union has intensively developed the political, economic, social and cultural relations with the countries of the Mediterranean Basin. Such a political turn has been defined as a new Mediterranean policy, which has been structurally issued at the conference in Corfu in June 1994, and signed later in Barcelona in November 1995. These events have officially confirmed the Euro-Mediterranean partnership between the European Union and twelve countries of the Mediterranean region that included Malta [6; 7].

Thus, the Barcelona declaration defined a new round for the development of relations between the European Union and the Mediterranean region which got a special place in foreign policy of the union. The purpose was to create a common area of peace and stability by enhancing relations through the signing of bilateral and multilateral agreements in the areas of safety, economy, culture.

In the next years the Mediterranean policy of the European Union has undergone various changes: in 2004 the European Neighborhood Policy was created; after the events of the Arab spring the European Union incorporated a new principle in the relationship with the countries of the region [10; 24].

The events of the Arab spring also have given to the European Union to some extent an opportunity to gain a leading position in the region. The culture and policy have come to be regarded as a crucial factor for establishment of democracy in such countries as Cyprus, Egypt, Israel, Malta, Morocco, etc.

In 2008 the program of the European partnership was transformed into a new structure, namely the Union for the Mediterranean.

Membership in the European Union forced Malta to restructure the economy and to adapt it to changed economic realities.

Malta has neither minerals, nor land suitable for agriculture; nevertheless, in the following years it managed to boost the economy and the welfare of the population, through a tourism development and attracting foreign investors [5; 82].

The relations between Malta and EU are complicated by lack of own uniform civilization project, in a complex with washing out of historical traditions and intensification of migration processes.

Migration - the phenomenon inseparably linked with development of human community. She played an important role in formation of primary ethnic educations, antique and medieval empires, in emergence of the present nations. On the basis of migration there were such large modern powers as the United States of America, Canada and Australia. Its contribution to formation of the national states of Latin America was very considerable. Most of the migrants who have settled in Western Europe, and also in Canada, Australia or the United States came with firm installation not only to adaptation there, but also to full integration into society of stay [3; 24]. It was promoted by similarity of civilization characteristics of migrants and bulk of the population: confessional, valuable, behavioral, mental.

Significant differences in the level of economic development and social life in Europe lead to an outflow of

qualified staff from more developed countries, primarily from Germany, France and the United Kingdom.

Limited opportunities force young professionals to emigrate and most often remain forever in other countries. Migration of talents is perceived by the public as a drain of minds, because those who have left do not return, supporting minor or even zero academic ties with their countries.

This has led to the fact that the European Union was confused with crowd of migrants from Africa and the Middle East. Hard to control migration of refugees to Europe in 2015-2016, has not only revealed the problems and contradictions of the union, but actually became a potential threat to the existence of the confederation itself.

On January 1, 2017, Malta became the Chairman of the European Union by rotation. Among the priorities of Malta for the period of its chairmanship are the migration, refugees, the reform of the system of concealment in Europe, the common market of European countries, maritime issues.

In the Council of the EU, national ministers meet regularly to adopt EU laws and coordinate policies. Council meetings are regularly attended by representatives from the Maltese government, depending on the policy area being addressed.

The Council of the EU doesn't have a permanent, single-person president. Its work is led by the country holding the Council presidency, which rotates every 6 months.

During these 6 months, ministers from that country's government chair and help determine the agenda of Council meetings in each policy area, and facilitate dialogue with the other EU institutions. [8; 3]

The Commissioner nominated by Malta to the European Commission is Karmenu Vella, who is responsible for Environment, Maritime Affairs and Fisheries.

The Commission is represented in each EU country by a local office, called a "representation".

Summit of EU leaders in Malta which was held in June 2017 marked a change in European migration policy. It is not excluded that such a step of heads of states was encouraged by the determination and intransigence of the us President Donald trump in the tightening of immigration legislation in the United States.

This time, European leaders agreed on a program to reduce the flow of migrants arriving in Europe via the Mediterranean sea. [4; 112] The plan includes increased assistance to Libya — first, to strengthen the coast guard and the establishment of camps for refugees, and financial support to migrants who voluntarily decided to return home.

LIST OF LITERATURE

1. Andreyev A.R., Zakharov V.A., Nastenka of I.A. History of the Order of Malta. XI \20th century. — M.: SPSL — "The Russian panorama", 1999, c.74.
2. Baranovsky V.G. The European Community in the system of international relations. M., 2016, c.114.
3. European Union: facts and comments - Periodical of Association of the European researches, M., 2015, c.17-18.
4. The Maltese knights - the informal website (English) his successors. Problems of reforms and splits//the Emperor Pavel the First and St. Ioannlyerusalimsky's Award in Russia. SPb, 1995. Page 40, c. 8.
5. Veinstei G. Süleymān :EncyclopaediaofIslam : Brill Online. Brillonline.nl. Andreyev A. R., Zakharov V. A., Nastenka of I. A. History of the Order of Malta. XI \20th century. — M.: SPSL — "The Russian panorama", 1999, c. 23.
6. Regnum.ru, on September 18, 2015 No. 1493303 [Electronic resource]. URL:<http://www.proza.ru/2007/10/31/93>
7. Sizov S. Modern Malta - not only tourism. [Electronic resource]. URL: <http://www.proza.ru/2007/10/31/93>
8. URL:<http://voprosik.net/problemy-evrosoyuza/>
9. URL:<http://katehon.com/ru/article/zakat-evrosoyuza>

10. URL:<http://rusrand.ru/analytics/migracionnyy-krizis-v-evrope>

11. URL:<http://www.newsfiber.com/p/s/h?v=EFveV%2FdkNDHo%3D+o%2FR4yATvjMQ%3D> Malta became the president of the EU Council

12. URL: <http://forex-digest.ru/news,1,53.htm>. Forex news. The main problems of the European Union.

13. URL:http://filov.mypage.ru/samoe_malenkoe_gosudarstvo_v_mire_maltiyskiy_orden.html

Научное издание

ПЕРВЫЙ ШАГ В БОЛЬШУЮ НАУКУ

Издание подготовлено в авторской редакции

Технический редактор *Н.А. Ясько*
Дизайн обложки *М.В. Рогова, Ю.Н. Ефремова*

Подписано в печать 05.12.2017 г. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 16,28. Тираж 100 экз. Заказ 1952.

Российский университет дружбы народов
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Типография РУДН
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3, тел. 952-04-41