

Секция 7**РУССКИЙ, КАЗАХСКИЙ И ИНОСТРАННЫЕ
ЯЗЫКИ****А.И. АРЮТКИНА,**

студентка направления подготовки «Социально-культурная деятельность»

Н.В. ПАРШУКОВА,

старший преподаватель Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов – руководитель

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ИЗУЧЕНИИ И
УПОТРЕБЛЕНИИ АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ**

В современном мире большое внимание уделяется изучению иностранных языков. Мы не раз сталкивались с трудностями в переводе текстов с английского языка на русский язык, с трудностями при понимании собеседника, в речи которого присутствуют устойчивые выражения, идиомы, фразеологические единицы. В любом языке существует раздел лексики, который называется фразеологией. Английский язык не является исключением.

В данной статье мы попытаемся дать краткую характеристику такому явлению в языке, как фразеологизм; понять, как лучше осуществлять перевод подобных оборотов; объяснить, какова роль таких конструкций в языке. Часто возникают трудности при переводе фразеологизмов, так как фразеологизм необходимо переводить как целостную нераздельную единицу, а не как отдельные слова. Также не стоит убирать слова или изменять их порядок. Иначе потеряется истинный смысл.

Несмотря на трудности использования и понимания фразеологических единиц английского языка, этот раздел лингвистики остается одним из важных и интересных разделов, потому что именно через устойчивые выражения раскрывается культура и самобытность английской нации. Поэтому мы считаем актуальным вопрос о необходимости глубокого изучения и анализа современной фразеологии.

Материал для данного исследования был получен в результате выборки фразеологизмов из художественной литературы английских и американских авторов. При этом была применена методика фразе-

ологического анализа [Мансурова Г.И. Когнитивный аспект перевода фразеологических единиц: на материале художественных произведений английских и американских авторов: дис...канд. филол. наук. Уфа, 2006]. У языковедов не сложилось единого мнения о том, что такое фразеологизм, нет, следовательно, и единства взглядов на состав этих единиц в языке. Одни исследователи включают в состав фразеологии ее устойчивые сочетания, другие – только определенные группы. Так, некоторые лингвисты (в том числе и академик В.В. Виноградов) не включают в разряд фразеологизмов пословицы, поговорки и крылатые слова, считая, что они отличаются от фразеологических единиц.

Таким образом, фразеологизм в языкознании – это устойчивое выражение с самостоятельным значением, близким к идиоматическому.

При изучении языка немаловажно обладать знанием его фразеологии, так как употребление в речи подобных оборотов само по себе обогащает язык, делает речь более эстетичной, облегчает чтение художественной и публицистической литературы на иностранном языке. Конечно, самый высокий процент фразеологизмов любого языка заключен в художественной литературе. Таким образом, при изучении английского языка как иностранного фразеология представляет особую проблему при освоении, но, с другой стороны, после изучения и понимания данного раздела легче понять английскую речь, выразить свою мысль и избежать дословных переводов предложений.

Если говорить о классификации фразеологических оборотов с точки зрения семантической устойчивости их компонентов, то согласно В.В. Виноградову, можно выделить три типа: фразеологическое сочетание, сращение, единство [Виноградов В.В. Введение в переводоведение. М., 2001, с.34-37].

Рассмотрим фразеологические сращения (от греч. *idios* – собственный, свойственный) или идиомы. Это устоявшиеся комбинации, не подлежащие расчленению, в которых значение в сочетании не зависит от значения отдельных лексических единиц, составляющих фразеологизм. Например, *be at smb. 's beck and call* – быть на побегушках, *at bay* – в безвыходном положении и так далее. Фразеологические сращения могут включать в себя архаизмы (то есть устаревшие слова языка, вытесненные из активного употребления), для них характерна особая устойчивость.

Теперь рассмотрим фразеологические единства – в этом случае прослеживается общее переносное значение. Например, *to paint the devil blacker than he is* – сгущать краски, *to throw dust into smb. 's eyes* – заговаривать зубы. К характерным признакам можно отнести особую образность сочетания, экспрессивность, устойчивость состава оборота.

Характеристикой данного типа фразеологизмов является возможность свободной перестановки слов. Например, *a pitched battle* – ожесточенная схватка, или же *a fierce battle* – свирепая схватка. Касаемо перевода фразеологизмов можно отметить особую сложность данного процесса, так как трудно передать на иностранном языке тот самый смысл, эмоциональную окраску. Можно выделить частичные (не все то золото, что блестит – *all is not gold that glitters*) расхождение в порядке слов; и полные (играть с огнем – *to play with fire*) эквиваленты при переводе.

Соответственно, для того чтобы произвести адекватный перевод, необходимо владеть различными видами перевода, то есть использовать описательный перевод, нахождение эквивалентов или аналогов. И важно запомнить, что фразеологизм не стоит переводить дословно. Например, *It is not my cup of tea* дословно переводится «это не моя чашка чая», но образное значение выражения – «это не по мне, не по вкусу».

Также существуют фразеологизмы английского языка, которые при переводе на русский язык кардинально меняются, хотя и имеют одно значение. Например, *Buy a pig in a poke* (купить поросенка в мешке) – в русском языке мы говорим «купить кошку в мешке», что означает «купить то, о чем мы не имеем понятия». Или, например, *as cool as a cucumber* (холодный как огурец) – в русском языке мы скажем «спокоен как удав» о человеке тихом, хладнокровном. Такие фразеологизмы остаётся только выучить, но не переводить дословно.

В заключение следует сказать о грандиозности такого явления языка, как фразеология. Используя как можно больше фразеологических оборотов в своей речи, мы делаем ее более выразительно, красочно и интересно. В современном английском языке как, в принципе, и в других языках существует огромное количество фразеологических оборотов, обогащающих и делающих язык более ярким, своеобразным и эмоциональным. Кроме того, велика ценность фразеологических оборотов с точки зрения страноведения, так как при изучении иностранного языка происходит определенное погружение в иноязычную культуру, историю и даже, возможно, в понимание образа жизни и особенностей быта. Одним словом, изучение фразеологии языка – неотъемлемая часть его освоения, без которой коммуникация с иноязычными представителями будет осуществляться довольно сложно.

Д.П. БАБАКОВ,

студент направления подготовки «Социально-культурная деятельность»

М.Г. ИВАНОВА,

профессор Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета

профсоюзов, кандидат педагогических наук – руководитель

К ВОПРОСУ ОБ УМЕНИЯХ И НАВЫКАХ СОВРЕМЕННОГО ОРАТОРА

Каждый человек хоть раз в жизни был оратором. Выступая на конференции, защищая реферат по предмету, произнося тост в честь юбиляра, он старался воздействовать на аудиторию, доказывать, убеждать, призывать и т.д. Даже те, кто никогда этого не делал, тем не менее мог воображать себя в этой роли.

В начале XVIII века слово «оратор» появляется в русском языке, а в начале XIX века оно становится популярным [Мананникова Е.Н. Деловое общение. М., 2008]. В переводе с латинского языка оно означает «говорить». Так как оратор – это красноречивый человек, то, по В.И. Далю, он может называться *вития, краснослов, речистый человек, мастер говорить* [Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 тт. Т.2. СПб., 1998. С.689]. Обратим внимание, что все эти слова подчеркивают, что оратор – это человек, умеющий говорить краснó, то есть красиво, образно, выразительно.

В современном русском литературном языке слово «оратор» многозначно: 1) любое лицо, произносящее речь; 2) человек красноречивый, обладающий даром произносить речи; 3) лицо, профессионально занимающееся искусством красноречия [Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи. Современная риторика: Учебное пособие для вузов. Ростов-на-Дону, 1999].

Зачастую термин «оратор» не имеет качественной характеристики и нуждается в дополнительных определениях, то есть оратор может быть плохим, хорошим, выдающимся, пламенным, блестящим и т.д. Однако люди, выступающие публично, должны стремиться к тому, чтобы стать хорошими ораторами, умело воздействовать на слушателей силой слова. Поэтому наша цель – определить, какими умениями и навыками должен обладать оратор в современном мире.

Стать хорошим оратором не просто. Чтобы выступать публично, оратор должен обладать рядом специальных навыков и умений. К основным навыкам оратора, кроме речевых способностей, можно отнести следующие: навык работы с литературой, навык написания текста речи, навык запоминания, навык самообладания перед

аудиторией, навык владения голосом, мимикой, жестами, умение управлять эмоциями и др.

Точки зрения о том, каждый ли человек может стать хорошим оратором, обычно расходятся. Одни считают, что только природные данные могут сделать человека оратором, другие утверждают, что качества хорошей речи приобретаются и развиваются. С нашей точки зрения, хорошим оратором может стать только тот, кто хочет им стать, кто много работает над собой. Конечно, природные данные помогают человеку добиться лучших результатов, но сами по себе они не являются залогом успеха. И тому подтверждением являются примеры из истории ораторского искусства. Так, Демосфен, великий древнегреческий оратор, свою первую речь не смог произнести до конца. Его не захотели слушать и освистали. Только ценой огромных усилий, постоянного и упорного труда Демосфен добился признания современников. Так, он работал каждый день в комнате, находящейся в подземелье. Чтобы улучшить дикцию, он набирал камней в рот и проговаривал скороговорки. Для развития дыхания, он поднимался в гору, декламируя стихи. Чтобы укрепить свой слабый голос, он научился жестикулировать.

Современники отмечают, что известный оратор Древнего Рима Цицерон оттачивал свое красноречие, словно оружие. Старательно работал сам, посещал знаменитых ораторов, учился у актеров, тщательно готовился к выступлениям в суде. Именно ему принадлежит фраза, которая стала крылатой и дошла до наших дней: «Поэтами рождаются, ораторами делаются».

Тщательная подготовка, работа над собой давала свои результаты. Внимательно анализируя речи ораторов, обращаешь внимание не только на содержание речи, но и на форму преподнесения материала, языковое мастерство, ораторские приемы.

Изучение и анализ статей выдающегося русского адвоката Ф.Н. Плевако позволило выделить ряд рекомендаций, которые могут помочь достичь вершин в области судебного ораторского искусства. В частности, он считал, что:

1. Судебный оратор должен быть настойчив. Известно, что самое первое дело Ф.Н. Плевако проиграл, так как логическая и юридическая безупречность его первой речи не достигла цели. Тем не менее, его речь запомнилась, и вскоре у Ф.Н. Плевако появился первый клиент. Потом к нему стали обращаться все больше и больше богатых людей, что позволило ему принимать дела бедных людей абсолютно бесплатно.

2. Необходимо владеть хорошими знаниями по психологии. Н.Ф. Плевако был именно таков. Его знания психологических особенностей

людей мы можем увидеть в деле священника, который не отрицал своего преступления и признал свою вину. «Господа присяжные заседатели! – начал Плевако. – Дело ясное. Прокурор во всем прав. Но посмотрите на подсудимого. Он тридцать лет отпускал вам всем грехи. Теперь он ждет от вас: отпустите ли вы его грехи?». Священник был оправдан.

3. Речь юриста в судебном процессе должна быть выразительной, образной. К сожалению, речи современных прокуроров и адвокатов зачастую не отличаются выразительностью. Преобладание официально-делового стиля, широкое распространение канцелярита, штампов делает речь судебных ораторов, возможно, правильной, аргументированной, но не выразительной, что лишает ее главного свойства – силы воздействующего слова. Свободные, вдохновенные речи Н.Ф. Плевако воспринимались слушателями как чудо. О покоряющей силе его слова писал А.П. Чехов: «Плевако подходит к пюпитру, полминуты в упор глядит на присяжных и начинает говорить. Речь его ровна, мягка, искренна... Образных выражений, хороших мыслей и других красот много множество... Дикция лезет в самую душу, из глаз глядит огонь... Сколько бы Плевако ни говорил, его всегда без скуки слушать можно...» [Чехов А.П. Собр.соч. в 30 тт. Т.16. М., 1987, с.326].

4. Юрист всегда должен быть готов к творческому подходу, к импровизации, а это требует больших знаний и речевых умений.

Обычно говорят, что судебная речь должна быть корректной; в ней нельзя допускать ни юмор, ни иронию. Это, конечно, так. Но, с другой стороны, речи прокурора и адвоката всегда носят состязательный характер и должны отличаться, как говорил Н.Ф. Плевако, «судебным острословием». Именно это лежит в основе дела о старушке, укравшей чайник стоимостью 50 копеек. На суде прокурор решил заранее парализовать воздействие речи Н.Ф. Плевако и сам озвучил смягчающие обстоятельства: старая больная женщина, горькая нужда, кража незначительная. И все же собственность, подчеркнул прокурор, является священной, и, если позволить посягать на нее, страна погибнет. Выслушав речь прокурора, Н.Ф. Плевако сказал: «Много бед и испытаний пришлось претерпеть России более чем за тысячелетнее существование. Печенеги терзали ее, половцы, татары. 12 языков обрушилось на нее, взяли Москву. Все преодолела Россия, только крепла и росла от испытаний. Но теперь, теперь...старушка украла чайник ценою в пятьдесят копеек. Этого Россия уж, конечно, не выдержит, от этого она погибнет безвозвратно». Гениальный экспромт Н.Ф. Плевако спас женщину от тюрьмы, суд ее оправдал.

Таким образом, в современном мире оратора не только слушают, но и постоянно так или иначе оценивают. Современный оратор находится постоянно под пристальным вниманием. Чтобы стать хорошим оратором, надо приложить большие усилия. Имея индивидуальные особенности, навыки и умения, а также достаточно обширные знания, нужно еще много работать, часто выступать, учиться у известных ораторов. Ценны не только содержание речи, ее логичность, точность, аргументированность и т.д. (то есть то, что характеризует как качества хорошей речи), важны не только манера поведения, выбор нужного жеста, тона и ритма голоса, уверенность в себе (то есть то, что определяется как природные данные), но суть успеха и востребованности современного оратора зависит также от каждодневного его личного вклада в это (так как ситуация создает оратора в то время, когда оратор создает ситуацию).

Д.Б. БЕСЕНОВА,

студентка направления подготовки «Иностранный язык: два иностранных языка» Казахского национального педагогического университета имени Абая

Г.Р. КАДЫРОВА,

ассистент-профессор кафедры казахского и русского языков Satbayev University, кандидат филологических наук – руководитель

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Известно, что самые ранние сведения о русских народных сказках относят к XII веку. В своих сказках русский народ пытался выразить свои тайные мысли и образы, взятые из самых глубин фантазии. Однако никто не знает, где и как появилась первая сказка. Никто не знает, почему эти древние сказания пережили столько эпох и до сих пор радуют взрослых и детей.

Изучение сказки как составляющей части духовной культуры народа естественно привлекало внимание ученых разных наук: фольклористика, этнография, литературоведение, философия, культурология и, конечно же, лингвистика.

В условиях постоянного взаимодействия культур перевод является источником информации, который раскрывает своеобразие культурных ценностей, обычаев и традиций, способствует взаимопониманию. Следовательно, перевод, в частности перевод текста сказок, является лингвокультурным процессом. С одной стороны, он предполагает языковую деятельность, а с другой – служит целям

межкультурной коммуникации, обеспечивающей взаимопонимание участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам. В связи с этим художественный перевод фольклорного текста – это одно из самых интересных направлений, что приобретает особую актуальность в настоящее время в плане изучения переводческих традиций, а также межкультурного диалога, что позволяет почувствовать англоязычному читателю особенность русского фольклора [Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. Учебное пособие. М., 2000, с.86].

К сожалению, на сегодняшний день в английском языке не сложились устойчивые переводческие традиции. Своеобразие языка, мораль сказки, образность имеют национальную специфику, что представляет трудности при передаче, с которыми каждый переводчик справляется по-своему. Иногда остаются неясными принципы передачи образов и смысловой окраски в работах одного и того же переводчика. Также существуют еще нерешенные проблемы передачи имен собственных, формул начала сказки и ее конца, перевода безэквивалентной лексики. Все это создает необходимость в определении оптимальных методов передачи фольклорно-сказочных образов, их унификации и систематизации, что представляется также весьма актуальным в настоящее время.

В настоящей статье предполагается рассмотреть специфические особенности перевода русских народных сказок на английский язык.

Хотелось бы отметить, что художественный перевод русских сказок на английский язык начался ещё в XIX веке. Точнее, в 1872 году в Англии вышел сборник русских народных песен «The Songs of the Russian People». В 1873 году был переведен и издан сборник русских народных сказок «Russian Fairy Tales». Автором сборников был поэт и переводчик Ч. Ролстон. В своих работах он очень точно отмечает подлинно русский характер, уделяя внимание таким персонажам, характерным славянскому сказочному миру, как крестьянин, Кощей Бессмертный, Змей Горыныч, Морской царь, Баба-Яга, Одноглазое Лихо, леший и другие.

Следующим важным шагом в переводе русских народных сказок стал сборник А. Рэнсома «Old Peters Russian tales», который был издан в 1916 году и адресован детям. А. Рэнсом при переводе постарался передать русский быт сквозь призму миропонимания английских читателей.

Структуру русских народных сказок составляют стилистические приёмы. Как отмечают ученые, именно такие лексические средства, как гиперболы, сравнения, эпитеты, являются наиболее сложными при

переводе. Попробуем рассмотреть эти лексические приемы. Например, гипербола. Это традиционное стилистическое средство, содержащее в себе преувеличение признаков, предметов, действий. Всем известны такие выражения, как: «За тридевять земель», «В тридесятом царстве», «Тридцать лет и три года», «Растет не по дням, а по часам». Перевод звучит так: «В тридесятом царстве» – «*In a kingdom*», «*in a tzardom*». Слово «*kingdom*» при прямом переводе означает «королевство», а слово «*tzardom*» было взято из русского словаря, как «царский дом».

Или сравнение – наглядное сопоставление одного предмета с другим. Сравнение может быть средством гиперболизации. Например: «я быстрый, как белка, резвый, как блоха» – «*I fast a squirrel, playful, like a flea*». Прямой же перевод этого сравнения звучит чуть-чуть иначе. «*I fast like a squirrel, playful, like a flea*». А вот слово «резвый» здесь переведен как «игривый» [Богущ А.М. Збагачення словника дошкільників експресивною лексикою народних сказок. Одеса, 2005, с.296].

Следующий лексический прием – это эпитет. Благодаря ему народная сказка приобретает особую картинность, необычное сочетание реального и фантастического. Эпитеты при переводе на английский язык передаются с учетом их структурных и семантических особенностей, с учетом индивидуализированности, с учетом позиции по отношению к определяемому слову и его функции. Можно привести следующий перевод: «красная девица» – «*wee princess*», «дремучий лес» – «*dark forest, old forest, grove*» [Казакова Т.А. Практические основы перевода. СПб., 2000, с.318].

Таким образом, данные примеры указывают на то, что именно эти лексические средства являются основой речевой экспрессии и наиболее часто встречаются в народных сказках. Все эти стилистические средства позволяют англоязычному читателю лучше узнавать русскую народную культуру, а также помогают создавать определенные представления и ассоциации, расширяют границы употребления слов, так как используют множество вторичных оттенков, усиливают эмоциональную окраску речи и углубляют представления о том или ином явлении.

На наш взгляд, отдельного внимания заслуживает перевод русских сказочных имен собственных, которые также представляют большую трудность для переводчика. Например: «Аленький цветочек» – «*The scarlet flower*», «Жар-птица» – «*The golden hair girl*», «Илья Муромец» – «*Ilya Murometz*», «Сестрица Аленушка и братец Иванушка» – «*Alyonushka*», «Сказка о спящей красавице» – «*Sleeping beauty*», «Царь Салтан» – «*Tsar Saltan*».

Многие имена при переводе передаются при помощи таких приемов, как калькирование с транскрипцией, либо только транскрипцией, семантической заменой. При таких способах перевода читатель сможет лучше понять сказку, сохраняется специфика русского персонажа. Авторами используется стратегия адекватного перевода, а также и стратегия буквального перевода.

Так, в русских сказках имя персонажа обычно представляет собой имя собственное плюс титул или определение – эпитеты, и рассматривать их следует как единое целое. Нельзя не принимать во внимание и ближайший текст, то есть всё устойчивое поэтическое выражение. Например, вот как описывается главная героиня сказки «Царевна-лягушка»: «Василиса Премудрая – такая красавица, что ни вздумать, ни взгадать, только в сказке сказать». Как видим, в данном случае имеет место сложное имя собственное, включающее постоянный эпитет (Василиса Премудрая). На восприятие образа сказочной волшебницы влияет следующая непосредственно за именем описательная формула. Встречаются три перевода:

1. Vasilisa the Clever, a maiden fair beyond compare (М. Мортон).
2. The fairy Vasilisa the Wise (М. Мортон).
3. Vasilissa the Fair (У. Ролстон).

Данные переводы показывают, что в первом варианте, передав с помощью транслитерации имя в его национальной форме, переводчик сохраняет национальный колорит. Синонимический повтор «the Wise and Clever» – передает эмоциональность и экспрессивность текста. Тут эквивалентной оригиналу формулы найти не удалось и семантика отдельных компонентов русской формулы не нашла выражение в переводе, фольклорность её передана употреблением фольклорного слова «maiden». Все вышеупомянутые характеристики оригинала во втором и третьем переводах утеряны.

Следующим примером функционально адекватного применения калькирования в сочетании с транскрибированием, позволяющим сохранить в переводе национальный колорит, образность и экспрессивность имени сказочного героя, является «Кощей Бессмертный – Koshchei the Deathless». Другой вариант перевода: «Koshchei the Wizard». Наиболее точно передать колорит и уникальность этого сказочного персонажа мог бы вариант, созданный на основе обоих переводов: «Koshchei the Deathless Wizard».

Другой пример – Баба-Яга (Яга Агишна, Баба Ягибиха, Егибоба и так далее) – один из древнейших и популярнейших персонажей восточнославянской сказки. Хотя наиболее типичными характеристиками являются следующие выражения:

- а) Баба-Яга костяная нога (сказка «Баба-Яга»);
- б) Баба-Яга, морда жильная, нога глиняная (сказка «Гуси-Лебеди»);
- в) Лежит Баба-Яга из угла в угол, губы на грядке, нос в потолок (сказка «Финист – ясный сокол»);
- г) Выехала из лесу Баба-Яга – в ступе едет, пестом гоняет, помелом след замечает (Сказка «Василиса Прекрасная»).

Данный образ Бабы-Яги в переводе передается следующим образом: английское слово «witch» достаточно точно передает русское понятие «Баба-Яга»: «ugly old woman», «woman ... practicing sorcery», «especially for evil purposes», «who possesses supernatural powers as a result of a pact with the devil». Как видим, ведьма в британском фольклоре – не менее отталкивающий тип, чем Баба-Яга в фольклоре русском: у нее сморщенное лицо и волосатые губы: «Witch is known by her sinister aspect, winze's look and hairy lips» (Ночью ведьмы летают).

Указанные примеры показывают, что при сопоставлении подлинника и переводов выясняется, что не всегда детали повествования совпадают, иногда оказываются иными или замененными даже целые эпизоды. Наиболее вероятным объяснением этому может быть тот факт, что каждая сказка бытует во множестве вариантов, часто сильно отличающихся друг от друга, при переводе был использован какой-то иной вариант.

Можно привести еще вариант перевода: «лежит Баба-Яга костяная нога, нос в потолок врос». В английском варианте: «Baba-Yaga, the witch with the switch, a bony hag with a nose like a snag». Здесь сохранены ритм и рифма, а так же своеобразие незнакомого иноязычному читателю славянского сказочного образа, это позволяет передать экспрессивность и эмоциональность. Вот еще один пример адекватной передачи формульного описания Бабы-Яги: «Baba-Yaga, the Witch with the Switch, in a pose she liked best, her crooked nose to the ceiling pressed».

Все эти примеры перевода наглядно демонстрируют всю сложность адекватной передачи сказочных имён. Различные способы перевода одного и того же персонажа позволяют читателю лучше понять сказку. Если в одних случаях семантические признаки имени персонажа сохранены (The Frog Princess, The Wise Maiden), то в других случаях семантические характеристики присутствуют в переводном варианте лишь частично (Sineglazka the Warrior-Maiden; Little Havroshechka; Old Man Winter). Такие переводы, сделанные с помощью транслитерации, утрачивают полностью семантику имени персонажа, что позволяет сохранять специфику русского персонажа, русской народной сказки

(Snyegurochka, Morozko, Domovoi, Elena Prekrasnaja, Alesha Popovich). Поэтому чаще всего авторами при переводе используется стратегия адекватного перевода, но при этом необходим и буквальный перевод.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что имена собственные обладают характеристическими и оценочными качествами различной силы и степени. При переводе имен собственных используются приемы транслитерации, калькирования, семантической замены. Перевод сказочных имен персонажей является достаточно условным [Казакова Т.А. Практические основы перевода. СПб., 2000, с.320]. Важно сохранение национального колорита сказочных имен собственных и художественного произведения в целом.

А.М. БОНДАРЕЦ,

студентка направления подготовки «Социально-культурная деятельность»

И.С. МУРАТБАЕВА,

доцент Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов, кандидат филологических наук – руководитель

КОНЦЕПТ «МАХАББАТ» В КАЗАХСКОМ, РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Концепт «махаббат» в разных языках имеет различную семантическую основу, содержание которой может быть отражено в самых разных конструкциях, в том числе в пословицах, поговорках и крылатых выражениях. Данная исследовательская работа посвящена анализу концепта «махаббат» в казахском, русском и английском языках в сопоставительном аспекте, то есть изучению национального языкового сознания указанных этносов сквозь призму сравнительно-сопоставительного анализа языковых фактов, объединенных одной тематикой «махаббат». Целью исследования является определение значения концепта «махаббат» в разных языках, выявление сходств и различий в понятийном аппарате носителей русского, казахского и английского языков в зависимости от менталитета, региона и страны.

Номинативная единица казахского языка «махаббат» в переводе на русский язык означает *любовь* и *love* на английском языке. В казахском менталитете слово *махаббат* может иметь такой синоним, как *сүйіспеншілік*, и понимается как любовь к Аллаху, к ближнему. Данное слово *махаббат* может встречаться в таких выражениях, как *азапсыз махаббат – арзан махаббат*, что дословно переводится как «любовь без сложностей (трудностей) – дешевая любовь». Это означает, что любовь не может существовать без каких-либо преград и ее цель

состоит в том, чтобы преодолеть их вместе с любимым человеком. Подкрепляет эти мысли и такое выражение, как *махаббат барда машақат бар*, которое означает «там, где любовь есть, существуют сложности» [Национально-культурная специфика фразеологизмов казахского, русского и английского языков. – URL: <https://multiurok.ru>].

Выражение *махаббат жасқа қарамайды* переводится как *любовь не выбирает возраст*, аналог русского выражения *любовь все возрасты покорны*.

Махаббат – дауасыз дерт переводится как «любовь – это болезнь без лечения». С нашей точки зрения, любовь – это болезнь со своими пиками, сложными моментами, борьбой, выигрышами и проигрышами, а иногда и остановкой сердца. Единственное, что лечит от любви – это время, однако его функция заключается лишь в том, чтобы охладить все эмоции, проявляемые в период депрессии. К сожалению, разбитому сердцу не помогут ни лекарства, ни что-то другое в этом роде. Ему может помочь только тепло другого сердца.

Выражение *есінен адасу* буквально переводится как «потерять голову». Обычно так говорят про влюбленность, когда человек становится помешанным на предмете своего обожания и игнорирует все остальное.

Как и в других языках, в казахском есть свои особенные выражения, которые будоражат сознание своей проникновенностью и правдоподобием. Выражение *сүйіктің болмаса, дүние суық* означает «если нет любимого, то мир пуст».

Следующее выражение *сұлу сұлу емес, сүйген сұлу* можно понять, как «красива не та, кто имеет отличную внешность, а та, кто любима и обожаема», иначе говоря, когда девушку любят, в ее душе зажигается огонь и это пламя перекрывает ее внешность.

Әркім сүйгеннің құлы – каждый человек раб своей любви. Недаром говорят, что если хочешь причинить вред человеку, нужно найти того, кого он любит, и именно это принесет настоящие страдания, поскольку любящие люди готовы на все ради своего близкого человека.

Шынайы сезім шытынамайды переводится как «настоящая любовь не раскалывается (не разбивается)», аналог русского выражения *настоящая любовь преодолевает все трудности*.

Выражение *ғашықтың тілі – тілсіз тіл* переводится как «язык влюбленных – язык без слов». Или, как говорят русские, *у влюбленных свой язык и только двое понимают друг друга*. Однако, на наш взгляд, именно в дословном переводе раскрывается еще один смысл: влюбленные общаются благодаря языку жестов, движению глаз, то

есть понимают друг друга на подсознательном уровне.

Одно из очень редких и красивых выражений казахского языка «*жаным*» *десе, жан семіреді* переводится, как «слово «жаным» душу лечит». Данная фраза показывает уровень уважения людей друг к другу, слово «жаным», произнесенное второй половинкой лечит, подбадривает и радует.

Слово *любовь* в русском языке имеет более широкое понятие. Для того чтобы выявить нюансы и скрытые либо более глубокие смыслы, необходимо более подробно остановиться на конкретных примерах и произвести их лексико-семантический разбор.

Для начала следует понять, что значит само слово и откуда оно появилось. В православной азбуке у каждой буквы и звука имелось свое значение. Так, буква «а» читалась как «аз», буква «б» как «буки» и так далее. Слово «любовь» разбивалось на две части: «лю» и «блю». «Лю» означало люди, а «блю» или «бо» как Бог. Вследствие этого слово «люблю» следует понимать как *люди, верующие в Бога или верующие*.

Исходя из этого, первым словосочетанием принято считать *любовь к вере*, что и означает уважение к религии, принятие веры и Бога, соблюдение канонов данного общества.

Например, *любовь с первого взгляда* – это явление, когда чувство просыпается мгновенно и человек понимает, что это его судьба.

Любовь до гроба – это любовь, которая преодолет все трудности, и влюбленные никогда не предадут друг друга и «умрут в один день».

Выражение *любовь слепа* означает бескорыстную, настоящую любовь. Также оно имеет и негативный оттенок. Это любовь взаимная, безответная.

Бескорыстная любовь означает любовь, которая не подкреплена ничем, кроме истинных чувств, и не может быть продана за деньги.

Любовь к Родине – это отдельное понятие, которое означает уважение к своей стране, желание защищать и оберегать ее, также это принятие как всех преимуществ, так и недостатков мест, где ты родился.

Братская любовь выражает отношения между родными братьями, и не только по крови, но и по душе. Братская любовь способна на многое: будь то бескорыстный поступок, незаслуженное прощение, защиту своего брата, даже если тот неправ, и другое. Представить это можно как заботу старшего брата о младшем.

Выражение *любовная лихорадка* имеет несколько абсолютно разных значений. С одной стороны, это может быть возбужденное поведение, передающееся воздушно-капельным путем в период с марта по май (временная, пустая любовь, которая ни к чему не приведет).

Также это симптом разбитого сердца и пережитого горя. Еще с этим словосочетанием связан так называемый синдром Адели. Этот синдром символизирует всепоглощающую, страстную, но, увы, безответную любовь девушки к парню. Это чувство изнуряет ее организм, а воображение продолжает рисовать несуществующие истории любви, замужества и смерти в один день [Любовная лихорадка. Что такое любовь Адели? – URL: <https://aif.ru>].

Любовь зла, полюбишь и козла – одна из всеми любимых поговорок русскоговорящего населения. В данном случае синонимичное выражение *любовь слепа* имеет тот же смысл.

Любовь к Родине, животным, ребенку означает бережное отношение, уважение, бесконечное счастье и радость при виде одного из этих объектов обожания и уважения. *Любовь к Родине* проявляется в стремлении сделать свою страну лучше, ее защитить, соблюдать ее законы, принимать ее плюсы и минусы. *Любовь к ребенку* – это естественное чувство для человека в целом. Девушки или матери имеют материнский инстинкт, благодаря этому оберегают и любят свое чадо. Мужчинам в большей степени присуще чувство ответственности.

Любовь к труду – особое словосочетание, которое означает особую тягу помогать своей стране, перевыполнять нормативы, любить и уважать свое дело, одновременно с мотивацией и призывом других людей работать. Работать не ради денег, а ради благополучия Родины.

В английском языке наблюдается достаточное количество выражений, связанных с понятием любви. Для более полного их понимания необходимо проследить как дословный, так и полноценный перевод.

У англичан присутствуют различные определения любви, то есть как можно любить. Например, *to love passionately* – любить страстно, *to love blindly* – любить безоглядно или же любить слепо, *to love really, very much* – любить безумно, по-настоящему, очень сильно, *to love dearly* – любить нежно или дорожить человеком, *to love deeply* – любить глубоко.

Проведя параллели, можно с уверенностью сказать, что в английском языке есть свои особенные выражения, которые нигде более не встречаются. Такими выражениями следует считать *to love deeply*, *love you to moon and back* и *Puppy love*. Первое выражение *to love deeply* дословно означает *любить глубоко* или *очень сильно любить*, а можно перевести данное выражение как *тонуть в человеке с головой, полностью погрузиться в него*.

Содержание второго выражения, а именно *love you to moon and back*, также имеет несколько значений. Данная фраза использует

прорыв человечества, его подвиг и расстояние, дается, чтобы усилить и драматизировать степень любви. Не исключено, что появлению этого выражения способствовало исследование космоса и посадка на Луну в 1960-х годах. Например, в официальном документе НАСА при описании программы в 1969 году использовались такие слова, как *на луну и обратно*. Конечно, это выражение использовалась и раньше, однако именно в 60-х годах XX века оно создало предпосылки для дальнейшей его популяризации. Независимо от его точного происхождения, высказывание распространилось в 1990-2000-х годах, о чем свидетельствует его использование в массовой культуре. Начиная с этого промежутка времени, фраза стала все больше распространяться. Ее включали в песни, рассказы как для взрослых, так и для детей, стихи и даже обычные сообщения. Она быстро завоевала всевозможные социальные сети и сайты. Понимание ее довольно обширно: любовь родителей к детям и наоборот, привязанность между романтическими партнерами, также ее использовали как саркастический элемент, понимая ее как завершающий этап любви, конец отношений и тому подобное [I love you to the moon and back. – URL: <https://www.dictionary.com>].

Выражение *Puppy love* означает подростковую неосознанную любовь, это этап несерьезных отношений. В дословном переводе звучит как «щенячья любовь», а по контексту будет звучать как «юношеская, несерьезная любовь, влюбленность».

Следующее выражение *Full in love* дословно переводится как «падение в чувства, уход в чувства с головой, растворение в избраннике», а фактически это выражение означает «влюбиться».

Выражение *go mad* переводится как «потерять голову». Если переводить дословно, то получится такое выражение, как «становиться безумным, свихнуться» или же «помешаться на определенном предмете». В русском и казахском языках есть аналог данного выражения – «потерять голову».

Выражение *Love at first sight* может быть идентичным русскому выражению «любовь с первого взгляда». Такой же вариант встречается с выражением *Love is blind*, который является альтернативной формой русского выражения «любовь слепа».

Выражение *Head over heels* понимается как «чувство, которое переворачивает жизнь вверх дном». Если речь идет о любви, то оно означает «влюбиться до безумия, по уши, неожиданно и стремительно, влюбиться так, что сносит крышу и жизнь переворачивается вверх дном». Буквальный перевод означает как раз нормальный порядок вещей, правильнее бы было говорить *heels over head*. Так и делали где-

то до 18 века при неудачном падении. А потом фраза «перевернулась» и стала использоваться для описания влюбленности. Сейчас употребляют оба варианта.

Выражение *Love to death* переводится как «любить до смерти, безумно». У идиомы есть и более возвышенный оттенок: любить до самой смерти.

В английском языке можно проследить тенденцию смешивания определенных устоявшихся фраз, делая из них еще одну, менее известную. Такой фразой можно считать *To fall in love head over hills*, которая состоит из таких выражений, как *Full in love* (влюбиться) и *Head over heels* (понимается как «период любви, когда все идет вверх дном»). Фраза *To fall in love head over hills*, означающая «влюбиться по уши», часто используется для обозначения спонтанной влюбленности.

Таким образом, в поле концепта «махаббат» можно выявить некую закономерность, связанную с каждым из трех рассмотренных языков. В основном различия появляются из-за особенностей менталитета, культурного и социального развития носителя языка. В сопоставительном аспекте встречаются повторяющиеся выражения, означающие один смысловой концепт. Однако их немного. Если остановимся на каждом из них, то увидим некую картину, которая складывается по-особому в каждом языке. В казахском языке можно проследить особое отношение к пониманию любви, это чувство достаточно светлое и невинное, многие выражения говорят о справедливой, верной и настоящей любви к «жаным».

В русском же языке любовь может проявляться не только к воодушевленному возлюбленному, к матери, брату, но и неодоушевленному, например, Родине, труду. Также имеются и негативные выражения, которые показывают данное чувство с противоположной стороны.

В английском языке выражения, связанные с этой темой, имеют особенно глубокий и неординарный смысл из-за языковых особенностей. Так, некоторые редкие и длинные фразы являются итогом сочетания двух малых и очень распространенных выражений. Именно в этом языке любовь ассоциируется с потерей головы, омутом, несерьезным чувством, что переворачивает жизнь вверх дном.

М.В. БУРКЕЛОВА,

студентка направления подготовки «Социально-культурная деятельность»

И.С. МУРАТБАЕВА,

доцент Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов, кандидат филологических наук – руководитель

МОТИВАЦИЯ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР ПРИ ИЗУЧЕНИИ КАЗАХСКОГО ЯЗЫКА ИНОСТРАНЦАМИ

Как известно, казахский язык является государственным языком Республики Казахстан, и данный факт отмечен в Законе «О языках Республики Казахстан», который был принят более 20 лет тому назад. Государственный язык применяется во всех сферах социально-культурной жизни народа Казахстана и выполняет функцию консолидирующего фактора. На наш взгляд, в настоящее время изучение государственного языка является одним из актуальных проблем казахстанского общества, так как задачи, поставленные перед ним, не выполняются полностью либо выполняются частично. В большинстве случаев крах при изучении языка объясняется различными объективными и субъективными причинами, в том числе отсутствием мотивации. Иначе обстоят дела касательно иностранцев, которые также проявляют интерес к изучению государственного языка.

Американец, который хочет переводить книги, китайка, помогающая родителям наладить бизнес-контакты с Казахстаном, филиппинец, женатый на казашке, – все они усиленно учат казахский язык. Чтобы понять их стремление к изучению языка, необходимо провести анализ их мотивации, и это является целью данной статьи.

Для того чтобы изучить интерес к языку, следует обратить внимание на определение мотивации. Согласно дефиниции, мотивация – это внутренний импульс, побуждение к действию, которое помогает нам доводить начатое до конца. Она находится в основе практически любого действия, продвигает и направляет это действие. Без мотивации нет действия.

На уроке казахского языка для иностранцев в Алматы на факультете довузовского образования (КазНУ имени аль-Фараби кафедра языковой и общеобразовательной подготовки иностранцев) обучаются иностранные студенты, специально приехавшие в Казахстан, чтобы изучать его. Весь материал преподаватели дают ученикам на казахском языке с редким использованием английских и русских слов.

Возраст учащихся – нестандартный, к примеру, одной студентке из США за 60 лет. В целом, возрастные студенты давно никого не

удивляют, в опыте был случай, который до сих пор вспоминают. Один 70-летний старец из Японии, который выучил казахский язык в середине 90-х годов XX века.

Необходимо повышать востребованность и престиж употребления государственного языка, стимулировать не только иностранных, но и местных студентов к его изучению, тем самым повышать значимость государственного языка для молодых жителей Казахстана. Надо общаться на нем, использовать повседневно.

Порой иностранцы, которые изучают язык полтора месяца, знают его больше, успеваемость среди них составляет 90 процентов, а с местными – начиная от 30 процентов до 90, а это между тем молодые люди, которые 18–19 лет живут в Казахстане.

Согласно исследованиям и опросу среди студентов, корейцы и японцы учат язык намного легче, чем другие. Корейский и японский языки считаются более схожими с казахским, поэтому представителям данных национальностей обучение дается проще. В свою очередь, китайцы изучают медленнее из-за того, что у них другой фонетический строй. В связи с отсутствием некоторых звуков, они, например, не отличают Ж от Р. И необходимо больше времени, чтобы понять, как слова с такими звуками произносить. Но китайцы умеют работать, если цель поставили – они ее достигают.

Всем опрошенным иностранцам, кроме просьбы рассказать о себе, были заданы два одинаковых вопроса: для чего им казахский и считают ли они его трудным для изучения в сравнении с другими языками? Исходя из их ответов на первый вопрос, следует вывод, что мотивация изучения государственного языка основывалась, в некоторых случаях, личными интересами или же определенными субъективными убеждениями. Так, например, один студент из Кембриджа свой выбор мотивирует поддержкой патриотических сил Казахстана по развитию и защите родного языка. Его политическое убеждение, на наш взгляд, является той мотивационной базой, которая привела его к определенным, целенаправленным действиям, то есть изучению языка.

Как показывает практика, в других случаях мотивацией для овладения языком могут служить финансово-экономические интересы субъекта, который, проявляя заботу о своем материальном будущем, начинает действовать сегодня, то есть изучать государственный язык той страны, на котором ведется делопроизводство и деловая переписка. Для категории иностранных граждан, которые ведут или хотят вести бизнес, Казахстан представляет собой отличную платформу для развития рыночных отношений, ведения деловых

связей. Таким образом, для них мотивация изучения казахского языка определяется, прежде всего, открытием и ведением торговых отношений с Казахстаном. Язык как важнейшая коммуникативная часть сотрудничества и взаимоотношений играет немаловажную роль в данной ситуации.

Личные интересы и чувства также могут быть мотивирующим фактором для изучения родного языка второй половинки у супругов, находящихся в брачных отношениях с иностранцами. Так, например, у филиппинца Джея Эр Лоредо супруга является гражданкой Республики Казахстан, и в будущем они планируют остаться жить в Казахстане на длительное время. Казахский язык для них имеет важное значение, так как для этого есть объективные факторы. Как обычно, в таких семьях общение внутри семьи ведется на английском языке. Но за пределами семьи в публичном коммуникативном пространстве английский язык не так распространён в Казахстане, как в других странах. И по этой причине для категории таких граждан изучение государственного языка является необходимостью. Иначе говоря, в данном конкретном случае мотивацией изучения государственного языка также может быть постоянное или долговременное нахождение и проживание на территории страны.

Рабочие интересы или же стремление повысить собственную коммуникативную компетентность также могут подвигнуть некоторых людей к овладению языками. Гражданин Америки Энтони Хейкуп всерьёз увлекся изучением казахского языка, так как у него возникло желание в дальнейшей жизни заниматься переводами, изучать литературу. В издательскую компанию, где он работал, поступало много книг на казахском языке, у него появилась возможность осуществить свое желание выучить новый язык. По его мнению, Казахстан – большая страна, где есть все возможности для развития бизнеса и образования. Международное сотрудничество между странами в будущем будет только расти, он хотел бы внести свой вклад в это дело. Таким образом, желание личностного роста, грамотное распределение собственных потенциальных возможностей, а также планирование будущего бизнеса стало основой мотивации изучения далекого от его родного казахского языка.

Резюмируя вышесказанное, мы приходим к выводу, что для многих иностранных граждан основной мотивацией для изучения государственного языка Казахстана явилось не только желание осуществить личные потребности, но и дальновидная политика ведения бизнеса, открытия своего дела в другой стране либо его расширения на международном масштабе в рамках сотрудничества и взаимодействий.

На настоящее время Казахстан достаточно привлекателен для внешних инвестиционных проектов, что также играет важную роль, которая отражается на всех уровнях социально-культурной жизни страны. Государственный язык как объединяющий и всеобъемлющий фактор все больше и больше расширяет свои полномочия, внедряясь во все сферы нашей жизни, и, значит, способствует развитию мотивационных интенций по его изучению всеми гражданами Казахстана, а также другими лицами из иностранных государств. Он играет ключевую роль в построении и укреплении новых связей как личных, так и общественно-деловых, что также способствует росту значимости мотивации как определяющего фактора для изучения казахского языка.

А.А. ЖЕЛЯКОВА,

студентка направления подготовки «Прикладная информатика»

М.А. БЛИНОВ,

доцент Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов – руководитель

MODERN BUSINESS AND INFORMAL CORRESPONDENCE

В статье «Современная деловая и неофициальная переписка» приводятся общие правила написания электронных деловых писем и их культурно-стилистические особенности. С развитием компьютерных технологий и Интернета современная деловая переписка происходит преимущественно в режиме онлайн, общение происходит через деловую электронную почту, которая является неотъемлемой частью глобального бизнес-процесса. В статье приводятся структуры деловых писем официального и неофициального характера. Отражены также примеры аббревиатур, которые часто используются в деловой и неофициальной переписке.

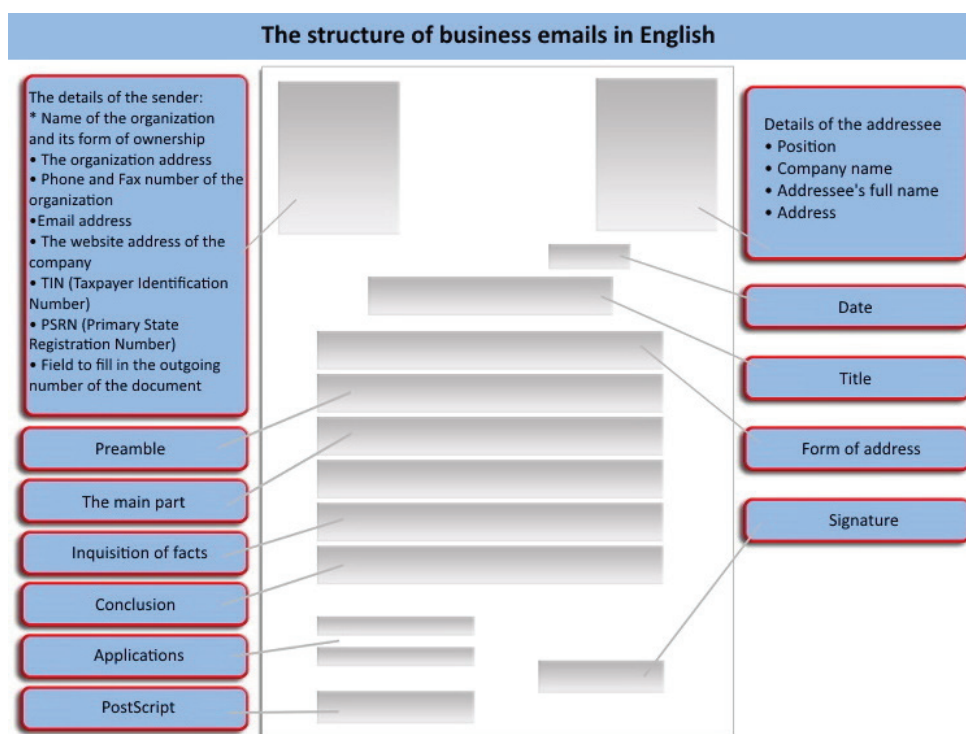
The purpose of this article is to analyze the terminology and etiquette of modern business and informal correspondence between remote business partners. The relevance of the topic is due to the fact that with the development of computer technologies and the Internet, modern business correspondence occurs mainly online, business colleagues or partners work in different time zones, so communication occurs through business e-mails, an integral part of the global business process. In addition, after strengthening business relations, partners are moving to a more informal relationship, and there is an informal correspondence between the business parties.

That is why it is very important to know not only the general rules of writing e-business letters, their cultural and stylistic features, but also to reflect the features of informal correspondence in English. When writing business letters, it is necessary to be especially careful when transmitting

information sent by email. The more serious the business, the more likely it is that confidential data transmitted via e-mail can be stolen or distorted.

The main advantages of e-mail compared to regular mail, which is jokingly called snail-mail, are its speed and direct, without intermediaries, communication with the recipient. The email is sent for the purpose of getting a quick response and assumes the appropriate quick actions in response.

The email should be short and contain information that the recipient understands about the main content of the message. Whether the email is formal or informal, it must have a clear logical structure [Сизоненко Г. Этикет и правила деловой переписки. – URL: <https://www.gd.ru>].



In today's world, business correspondence via e-mail helps you quickly solve the necessary issues. But e-mail in English has its own rules and prohibitions. To avoid mistakes and misunderstandings in communication, it is necessary to adhere to simple and effective rules of correspondence: 1) One letter to one recipient; 2) the wording of the topic should accurately reflect the subject of correspondence; 3) Correct filling in the fields «To», «Copy» (CC), «Backup copy» (BCC), the most important tool for efficiency and ethics of communication; 4) Use of greeting and personal address to the addressee in the letter (except in ISQ format). It is assumed that the recipient of the letter must reply [Соловьева Е. Деловая переписка на английском языке: фразы и советы. – URL: <https://habr.com/ru>].

The conversation cycle consists of a letter and a reply, but if the conversation grows to five or more messages, it turns into a chat or forum. The sender places the text of his response at the beginning of the message, not at the bottom, so that the addressee does not look for a place for his response. The letters themselves should be concise, do not require explanations and clarifications. You must save the history of your correspondence. You should not reply to the addressee with a new email, which will cause the addressee to spend time searching for the original message. It is necessary to sign and attach contact information after each letter for additional operational communication if necessary. Check of spelling and grammar of your letter are obligatory. The volume of sent attachments should not exceed 3 MGB, so as not to create problems when the message passes through the recipient's mail server. You should use universal encodings: Zip or rar for sent files.

The main prohibitions in business correspondence:

1. Write lengthy, long, confusing letters. It is necessary to put the text in a single sheet of A-4 format. A longer email will either not interest the recipient, or if it is your partner, it will be perceived as disrespectful and will deprive him of the most valuable thing – business time.

2. Do not start with negative information and do not immediately identify your problem.

3. Do not use abbreviations, for example, CU (I'll see you), thx/TX (thank you), RUOK? (Are you okay?), FYI (for information) or emoticons. Do it only in case when the partner is advanced in all the variety of shortenings and abbreviations.

4. In e-mail correspondence, you need to warn about the attached files.

5. In a business letter, it is extremely undesirable to joke and use irony, this borders on rudeness.

6. Do not deviate from the standard formatting and black colour.

7. You cannot immediately switch to friendly expressions tone, especially with unknown or unfamiliar people. It is better to end the letter with a neutral «Yours faithfully» (if you do not know the recipient's name) or «Yours sincerely» (if you know the recipient's name).

In semi-official or friendly correspondence, you can use well-known abbreviations, allow a friendly tone, and use other shortcomings or even emoticons. This is done to keep the message short and save time, as well as to strengthen friendly relations with business partners. For example, for informal correspondence-AFAIK (as far as I know), BTW (by the way), COB (close of business), FYI (for your information), JIT (just in time), IOW (in other words), LT (lead time), NRN (no reply needed), OTOH (on the other hand), WIP (work in process), OS (Operating system), OTL (Over The Line). For more informal correspondence: 2moro – tomorrow, 2nite –

tonight, BRB – Be Right Back, BTW – By The Way, B4N – Bye For Now, BFF – Best Friends Forever, IMHO – In My Humble Opinion, IRL – in Real Life, L8R – Later, POV – Point Of View, THX or TX or THKS – Thanks, TYVM – Thank You Very Much [Культура деловой переписки. //Интернет-журнал «Жажда». – URL: <https://zhazhda.biz>].

Business correspondence in English has a number of features, among which are: 1) the specifics of the message; 2) whether the standard template is applicable when preparing a letter; 3) control over the content of the letter; 4) the use of standard phrases, expressions, words; 5) checking the literacy and correctness of the grammar of the message; 6) hard reduction of your letter; 7) getting rid of unnecessary abbreviations and jargon.

М.Б. КАСИМОВА,

студентка направления подготовки «Психология»

Г.Б. ЖУМАНОВА,

старший преподаватель Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов – руководитель

«АЙНАЛАЙЫН» ҰҒЫМЫНЫҢ ҚОЛДАНУ ЖӘНЕ ШЫҒУ ЭТИМАЛОГИЯСЫ

В статье «Этимология происхождения и специфика использования понятия "айналайын"» автор дает историческую этимологию возникновения указанного понятия, сферу его применения, уточняет его контекстную значимость, делает ссылку на специфичность интегрированного в нем мировоззрения казахского народа. Учитывая выводы ученых, исследовавших происхождение данного слова, автор старается сделать самостоятельное суждение о сфере его применения в современном мире.

Қазақ халқы қашан да сөзге, яғни сөздің орынды қолданылуына, оның оралымды болуына ерекше мән берген. Жастардың әрқашан айтар сөзін алдымен ойша екшелеп алып, әр сөзді орнымен қолдана білуін де жіті қадағалап отырған.

Жер бетінде тұратын жеті миллиардтан астам халық 90 түрлі, арнайы ресми тіркелген тілде сөйлейді. Оның диалектісі бар, жазу-сызуы жоқ тілдерді қоса санағанда, ғалымдардың зертеуіне сүйенсек, бес мыңдай тіл бар екен. Қалай болғанда да, әр тілдің өзіндік ерекшелігі, сұлулығы болады. Тілдік ерекшелік дегеніміздің бір қыры – басқа тілге аударылмайтын түсініктер, яғни тұтас бір дәстүрдің сыры бірғана сөзге кіріп кетеді. Биылғы жыл елеміздің түкпір-түкпірінде рухани жаңғыру бағдарламасы аясында, еліміздің ғасырдан ғасырға жалғасып келе жатқан дәстүрлерін жаңғырту да қызу іске асты. Міне, осы орайда, ежелгі дәстүрмен байланысты ұғымды қарастыруға

бағытталған біздің тақырыбымыздың өзектілігі де арта түспек. Ал, зерттеуіміздің мақсаты сонда жатыр, қазақ тіліндегі «айналайын» ұғымының мағынасын аша отырып, жұмысымызда жасалынған талдаулар арқылы оның қолдану аясын кеңейту болып табылмақ. Ал, шындығында да бұл сөздің мағынасы терең, қолдану ерекшелігі жан-жақты.

Қазақта ең жиі қолданылатын сөздің бірі – «айналайын» сөзі. Бұл сөздің қолдану аясы өте кең. Бір ғана сөзбен аударып мағынасын беру мүмкін емес. Мысалы оны орысшаға аударғанда, «голубчик» мой или «миленький» немесе осыған ұқсас сөздермен алмастыруға болады. Алайда, қалай аударса да, қазақ тіліндегі «Айналайын» сөзінің мағынасын дәл бере алмайды. Асыл әжең «айналайын» деп басыңнан сипаса, анаң «айналайын» деп таңертең ұйқыңнан оятады, аға-әпкелерің «айналайын» деп еркелетеді.

Айтайын дегеніміз, бір ғана сөзде қаншама мейрім мен махаббат жатыр. Оны басқа тілге аудару үшін тұтас бір сөйлем құрасаңыз да, дәл мағынасын беру мүмкін емес ау деп пайымдаймыз. Сөзіміз дәлелді болу үшін, заманымыздың зиялысы, ақыны Олжас Сүлейменовтың өлеңін келтірейік:

Айналайын – чудесное слово,
Жаль, что русский его не поймет,
Объяснить я готов ему снова,
Только бедно звучит перевод.
Айналайын, тебя называю...
Если хочешь понравиться мне
Называй ты меня айналайын,

Как Есенин свою Шаганэ, – деп дәл көрсете отырып, бұл сөздің мағынасының кең екендігін көрсетеді [Сүлейменов О. Стихотворения. – URL: <https://adebiportal.kz>].

Жалпы «айналайын» сөзін қазақ шын жүрегімен жақсы көрген ең жақын көрген адамына айтады. Бұл сөздің шығу тарихы да тарихтың тереңінде жатыр. Егер «айналайын» сөзінің құрамын талдар болсақ, айналу деген етістіктен шығып отыр. Бұл – ежелгі шамандық дәстүрмен байланысты пайда болған. Шаман ауыр дертке шалдыққан адамды киіз үйдің ортасына жатқызып, үйдің сыртын айналып жүріп, науқасқа жабысқан бәле-жаланы өзіне тартып алып емдеген. Одан соң шаман науқастан өзіне алған бәле-жаланы күйдіріп жіберетін күшке ие болған деседі. Осыдан келіп шығатын болар, қазақтарда қатты науқастанған баласын, бауырын, ет жақын адамын құтқару ниетімен киіз үйдің ортасына жатқызып, оны айналып жүретін дәстүр болған. Ондағы ниеті, науқас адамның дертін өзіне алып, өзін сол жан үшін

құрбандыққа шалу. Сонымен «айналайын» сөзінің мағынасы «сені айналып жүремін» дегенді білдіреді. Сөзіміз дәлелді болу үшін, «айналайын» сөзінің төркіні жайында тарихшы-этнограф Құралай Сәрсембина мынандай пікір жазады: «Айналайын» сөзінің тамыры көне түркі дәуірінен бастау алған. Жақын адамы, әдетте сол үйдің кәрісі дертке шалдыққан жастарды аман алып қалу мақсатында, өздерін құрбандыққа атап, ауру адамды киіз үйдің ортасына жатқызып, үш рет айналып, есікке келгенде «айналайын» деп айқайлап дауыстаған екен. Сонымен қатар «сенің жолыңда жаным құрбан» немесе «саған келген бәле маған аусын» деген түсінікті де тарихта кездестіруге болады» [Құралай Сәрсембина. Білім порталы. – URL: <https://astana-akshamy.kz>].

Ал, қазіргі түркі тарихының зерттеушісі Қоңыратбаев Ордалы «Айналайын» сөзінің қолдану тарихына байланысты қызықты тұжырымдар келтіреді. Оның осы сөзді зерттеу тұжырымдамасы бойынша, «айналайын» сөзі өте ертеде, жаратылыс туралы түркілік түсінікпен қатар пайда болған. Яғни, ежелде жасы келген қария кісілер дертке шалдыққан жастарды аман алып қалу үшін, өздерін құрбандыққа атаған. Ол үшін науқас адамды киіз үйдің ортасына жатқызып, қарт кісі үш рет айналып, «айналайын» деп айтады екен. Ондағы мақсат – науқас кісіге жабысқан дерт, яғни «бәле» дауыстаған адамға ауысуы керек. Осы әрекеттен кейін науқас кісі айығып, оны айналған қария дертке шалдығып, тіпті қайтыс болады екен. Осы жағдайға байланысты Құралай Сәрсембина «сондықтан да, айналу үрдісін жасау үшін арнайы шамандарды шақыртқан. Олар тылсым күшпен сөйлесе алған және олардан құтылудың жолын білген» деген ғылыми тұжырым жасайды [Әдеби оқу методикасы. Алма-Ата, 1986, с.112].

Дегенмен де, ет жақын адамынан айырылуға көндіге алмаған ата-ана, нәтижесінің қандай болатынына көзі жетіп тұрса да, жанкешті қадамдарға барып отырған. Осыған байланысты Ордалы Қоңыратбаев атақты Бабыр жайында ел арасында аңыздың бар екендігі жайында сөз етеді: «Атақты Бабырдың жанынан артық жақсы көретін ұлы Құмайын айықпас дертке шалдығады. Еміне шипа табылмайғұнша құса болған әкесі ежелгі түркілердің осы үрдіспен Құмайын оны үш рет айналып, ұлының бойындағы «бәлені» өз бойына аударады. Сол жағдайдан кейін Бабыр денсаулығына мықты болғанына қарамастан қарамастан, көп ұзамай қайтыс болыпты. Әрине, бұл аңыз әңгіме екені рас. Алайда «жел тұрмаса, шөптің басы қимылдамас» дейді халқымыз. Қазақ «бала - бауыр етім» деп жақсы көреді. Сондықтан да болар балаларына «айналайын» деп еміреніп, бастапқы мағынасы

бойынша айтар болсақ, «сенің жолыңда менің жаным құрбан» немесе «саған келген пәле маған болсын» деп үнемі қайталап жүреді екен.

Сонымен «айналайын» сөзіндегі құдірет қазақ поэзиясында да, прозасында да мықтап орын алған. Мысалы алатын болсақ, ақын, қоғам қайраткері Кәкімбек Салықов қазақтың ең әдемі сөзі қандай деген сұрағына «айналайын» деп жауап берген екен. Сөйтіп, өз кезінде «Бүкіл әлем сөйлегенде бір тілде, «айналайын» деген сөзді сақтармыз», – деп жырға қосыпты. Ал, қазіргі қазақ халқының дәстүрлі музыкасының өркендеуіне елеулі үлес қосып жүрген Қарақат Әбдильдинованың «жүрегіңнің лүпілінен айналайын» деген әнін бәріміз сүйіп тыңдаймыз. Заманының ақиық ақыны Мұқағали Мақатаев «Қасиетіңнен айналайын кара жер» деп толғанса, Қалқаман Сарин «Қазағымның айналдым даласынан, ... Баласының айналдым санасынан» деп жырға қосады.

Сөзімізді қорыта келе айтарымыз, ана тіліміздің әсем, әрі бай, әрі тілдік және көркемдік ерекшеліктері жан-жақты екеніне көз жеткізу үшін, қазақтың бір ғана сөзі жеткілікті. Ол – «айналайын» сөзі. Бұл сөзде қазақтың дарқан көңілі, мейірімі мен терең сүйіспеншілігі жатыр.

В.А. ЛЕБЕДЕВ,

студент направления подготовки «Прикладная информатика»

М.А. БЛИНОВ,

доцент Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов – руководитель

PREDILECTIONS AND ENMITIES OF QUEEN ELIZABETH II

В статье «Предпочтения и антипатии королевы Елизаветы II» рассматриваются особенности личной жизни Елизаветы II, описываются некоторые особенности и обстоятельства, которые опосредованно оказывают влияние на политику, экономику, социальную жизнь Великобритании. В статье описываются любовь королевы к лошадям и скачкам, рыболовству и садоводству, музыке и электронным устройствам. Описывается система регистрации и очередность одеяний и носимых цветов, драгоценностей и перечень вещей, которые королева постоянно носит с собой. Данная статья показывает неофициальный, а человеческий облик Елизаветы II.

The purpose of the article is not to analyze the well-known and traditional functional responsibilities of Queen Elizabeth II, but to concentrate on the peculiarities of her personal life, preferences and rejections connected with the life of the English monarch.

The relevance of the theme is related to the fact that there is a need to understand and evaluate the life of a person who occupies the highest level in the English society, and, being a concentration of cultural heritage, by means

of personal characteristics, preferring and rejecting certain circumstances, influences the changes occurring in various political, economic, social and other areas.

Elizabeth II has reigned longer than any other monarch in the British history. She, having a sense of duty and loyalty to the country, is an important figure in all British Commonwealth. She carries out a full program of events, including her visits to charitable institutions and schools, reception of the heads of states visiting the country, holds commemorative and festive events with the support of other members of the Royal family.

Elizabeth II believes that the performance of public and voluntary duties represents one of the most important elements of her work. In this regard, she is the Royal patron or President of more than 600 charities, military associations, professional bodies and public organizations. She patronizes and conducts charity events for young people, wildlife conservation and the environment. All this contributes to the transparency of the work of these organizations and allows the whole society to recognize their great achievement and their contribution. This personal contribution is very rare among country leaders and deserves universal approval.

Elizabeth II supports and encourages the achievements in all areas of life by means of an annual investment program, organizes garden parties, receptions, and presents other awards on her behalf to those who contribute to the life of the nation and the Commonwealth [Elizabeth II, Queen of United Kingdom. //Encyclopædia Britannica. – URL: <https://www.britannica.com>].

As an ordinary person, Elizabeth II has things that she likes and those that she rejects.

Elizabeth likes to mingle with the crowd and is very happy when she is not recognized. By changing her clothes, Elizabeth acquires the appearance of an ordinary woman. Elizabeth herself drives a car and likes to drive it fast, never strapped behind the wheel. Now her trips are limited, and she drives her dark green Jaguar only on the territory of her estates [Королева Великобритании и в 91 год за рулем. //Веб-издание Pressa.TV. – URL: <https://pressa.tv>].

In addition to a fast car ride, Elizabeth loves the Royal races and often visited them. Once her horse Highclere lost a race at Royal Ascot in 1974, and she was so upset that she stamped her foot and said: “I not only did lose the race, but now I have to give up the Cup!”. The Queen likes to attend receptions and parties. At Buckingham Palace, she stands at the top of the stairs, greeting everyone present. She is very good at mixing old and new friends. At one time, the Queen liked to dance to Lester Lanin's favourite tunes, whose orchestra played at some of her parties. Her secret passion is Scottish dancing.

The Queen likes to fish and used to relax with a spinning rod in her hands. As a child, she spent a lot of time in Scotland, on the estate of her mother's family, who was also a keen fisher, where the river Dee flows and where she is one of the most popular connoisseurs of salmon fishing. Elizabeth II takes an evening warm bath before dinner, around six o'clock in the evening. This is logical, because in the evening she needs to take guests to a candlelit dinner party. In the morning, she also takes a bath, but she spends much less time on it, and the water is cooler to cheer up [Sarah Bradford. «Queen Elizabeth II: Her Life in Our Times». Penguin Books, 2012, 320 p.].

Queen Elizabeth II has many family members to keep in touch with. To coordinate the details of family dinners and ensure that no one wears the same neon colour as the Queen for an official engagement, she needs a mobile phone. In our time, Elizabeth can't rely on carrier pigeons, especially since she loves and only keeps racing pigeons. In addition to a smartphone, Queen Elizabeth II also owns an iPad and laptop and sent tweets from the Royal iPad. She has a secret Facebook account. Prince Harry and Kate Middleton taught Elizabeth II how to send text messages and make calls. However, Elizabeth II forbade Palace employees to wear their phones during receptions, because of their ringtones. She is also annoyed that people take selfies when they meet her. She once said that it seemed strange to look into a crowd and see nothing but the backs of people's smartphones [REVEALED: Queen Elizabeth's secret Facebook account. //The Royal UK, 9th June 2017. – URL: <http://theroyaluk.com>].

Queen Elizabeth II has many secrets and strange habits that are not known, and that can remain a secret forever. But some cases are easily explained. For example, she never travels without her personal blood supply and her doctor. Elizabeth II forbids opening the windows that disrupt the appearance of the building. Elizabeth hates the sound of ice cubes moving in her glass, she finds the sound of ice balls much more musical, and uses them to cool her drinks. In her bag, she has a portable hook that the Queen attaches under tables to hang her bag on. This is important because she sends signals to her servants with this bag. For example, if the bag is on the floor, it is a sign that Queen Elizabeth II wants to leave. But a bag hanging on a hook doesn't mean anything, the Queen just feels more comfortable this way.

Each outfit of the Queen has its own number and is recorded in a special book, in order to remind where and when she wore exactly such an outfit. Since the Queen prefers bright colours and classic style in her clothes, the outfits can be easily confused. And it is indecent for her to appear in the same outfit or in the same colour twice in a row.

As for food, Elizabeth, who controls her health, eats fast food. In summer, she spends time at Balmoral castle with abundant raspberry, gooseberry and strawberry bushes and at Sandringham castle with 70 acres covered with apples. Her favorite fruits are strawberries from Balmoral castle and sweet white peaches from her greenhouses at Windsor castle. Before breakfast, Elizabeth drinks freshly brewed Earl Grey or Darjeeling tea with a spot of milk and no sugar, accompanied by a plate of cookies. During breakfast, she eats a bowl of cereal from an ordinary cardboard box. Sometimes the Queen changes her morning cereal for a steaming hot plate of scrambled eggs, preferably brown eggs, because she thinks they taste better than white eggs. She eats eggs, served with smoked salmon and light grilled fresh truffles. But this is only for special occasions. In addition to fruit, Elizabeth eats carrots. The carrots should be peeled, trimmed and covered on top, cut lengthwise and in half so that each carrot is the same length. For a sweet treat at tea, Elizabeth can ask for her childhood favorite pennies with jam, tiny sandwiches with raspberry jam, cut into small circles the size of an old English penny. This habit has remained since the Second World War. The Queen, who grew up in wartime, doesn't like to see food thrown away. But she doesn't eat any garlic and onions because of the unpleasant smell for the interlocutors [Елизавета II и ее секреты: рассказывает личный стилист королевы Анджела Келли. //Интернет-журнал Hello! 9 февраля 2020. – URL: <https://ru.hellomagazine.com>].

All mentioned above characterized Elizabeth II as an alive person with her likes and dislikes.

Although Elizabeth II is revered and mystified as an iron woman who held and holds her country and family together through all trials and tribulations, it is important to note that the Queen is also a person who has her own passions, desires, preferences, and interest in her life.

К.А. ЛИ,

студентка направления подготовки «Социально-культурная деятельность»

Н.О. РАСИЛОВА,

старший преподаватель Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов, магистр педагогических наук – руководитель

КУЛЬТУРА РЕЧИ КОРЕЙСКОГО И КАЗАХСКОГО ЯЗЫКОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

В современном мире с расширением возможностей человечества и с появлением Интернета стало более доступно изучение других языков. Путешествуя по странам, мы все чаще стали замечать,

насколько культуры совершенно разных народов на самом деле схожи. Данная работа посвящена сравнительному анализу заимствованных слов казахского и корейского языка. Наша работа актуальна тем, что в разных исследованиях и материалах, изученных нами, в основном рассматриваются культура, традиции и обычаи этих стран. Так, в книге Цой Ен Гына описывается сходство корейского и казахского народа, общность их верований (например, в шаманстве), мифов, культов и обычаев [Цой Ен Гын. Корейские обычаи и традиции. Алматы, 2007, с.3]. Однако с языковой точки зрения исследований почти. Наша цель – рассмотреть использование заимствованных слов в казахском и корейском языках.

Язык – это система фонетических, лексических и грамматических средств, являющаяся орудием выражения мыслей, чувств, волеизъявлений и служащая важнейшим средством общения людей. Для того чтобы понять близость культур прежде всего стоит обратить внимание на язык. Язык народа – кладезь всего накопленного за века. Язык хранит в себе и особенности быта, и отношение к жизни, и самосознание народа, на нем говорящего [Мин Л.В. Семейные традиции и обряды корейцев Казахстана. Алматы, 1992, с.16]. Такие особенности, которые поймет далеко не каждый иностранец. Язык хранит в себе менталитет и это не только инструмент общения между людьми, но ключ, который открывает дверь в культуру и историю народа.

Например, празднование Нового года. В корейском восприятии, как и в казахском, этот праздник несет значение обновления природы, возрождения жизни. К примеру, большой отклик у корейского народа вызвала сказка «В какое время встречать новый год?» казахского автора Кенес Дуйсен, которая была переведена на корейский язык и представлена в казахстанском посольстве в Сеуле [Корейские школьники прочтут казахские сказки. – URL: <https://www.inaktau.kz>]. Многие впервые узнали об общности значения праздников Наурыз и Сольналь (лунный новый год). Или, например, казахский обычай «тұсау кесу», обрезание пуг. Корейский народ также празднует это событие, когда ребенок начинает делать первые шаги.

Казахский язык уходит своими корнями к древним тюркам, корейский же по некоторым данным происходит из алтайской группы языков. По мнению лингвистов, более 300 слов в корейском и казахском языках очень похожи. Например, «чагын 작은 – шағын (маленький)», «бурак 부락 – бұлак (село, родник)», «катал 갓살 – қатал (требовательный)» и т.д. Если не всегда смысл и значение слов схожи, то произношение, интонация или культурный код все еще сохраняются [Ким Г.Н. Республика Корея. Страны мира. Алматы, 2010, с.45].

При заимствовании слов из казахского языка в корейский язык слова подвергаются фонетическим изменениям. Например, фонема *б* часто заменяется на *п*, а *с* на *сс* (песибармакхы – бесбармак, тассытакхы – тастак); казахское *к* – на *кк* или *кх* (ккурты – құрт, аккын – акын, сеирымакхы – сырмак; *д* на *т* (тутгара – дудар). Если слово оканчивается на согласный, то в корейском произношении к нему часто добавляется гласный *ы* (тоссыттыкхы – достык, ккумысы – қымыз) [Корееведение Казахстана. Вып. 5. Алматы, 2017, с.12].

Ниже в таблице приведены примеры таких слов, которые носители обоих языков считают схожими по звучанию и иногда по значению.

На корейском	В транскрипции	На казахском	Значение на корейском	Значение на казахском
산	сан	сан	гора	число, номер
살살	саль саль	сэл	чуть, немного	чуть, немного
말	маль	мал	лошадь	скот
수	су	су	напиток (второе значение – номер)	вода
문	мун	мұң	рука	тоска
판	пан	пана	комната	убежище
어른	орын	орын	справа (направление)	место
금	кым	кім	золото	кто?
깊	коп	көп	пластиковый стаканчик	много
격	кок	көк	беспокойство	синий
고양이	кояни	қоян	кот	заяц

Самая высокая гора в Казахстане называется «Хан-Тенгри» (Хан-Тәңірі). Слово «Тенгри» означает «бог» и происходит из древнего шаманизма, а в корейском языке этим словом стало «Тангун», означающее «родоначальник корейского народа».

Кроме этого, название древней столицы первого корейского королевства Кочосон «Асадал» очень похоже на бывшее название столицы Казахстана «Астана» не только по произношению, но и по значению. Так, префикс «аса», «ас» происходит из алтайского слова «ас (as)», означающего «разгорающийся», а «дал», «тана» – из алтайского слова «тал а(tala)», означающего «низкий холм или просторная степь». «Дал» остался в таких корейских словах, как «Яньдал (под солнцем)» и «Иньдал (в тени)». Со временем слово «Астала (As-tala)», означающее «из-

умительная степь» или «степь под восходящим солнцем», приобрело дополнительное значение как «столица».

Предки корейского народа писали слова иероглифами, поэтому произношение немного изменилось от слова «астала» в «асадал», чтобы найти подходящее произношение под иероглифы. Алтайский язык – языковая семья, которая включает в себя тюркскую, монгольскую, тунгусо-маньчжурскую языковые ветви. Исследователи считают, что вышеперечисленные языки имеют корреляцию между собой. Действительно, наблюдается ряд сходных свойств в этих языках, включая гармонию гласных, интересную форму словоизменения, когда к слову «приклеиваются» суффиксы и префиксы (агглютинативность) и т.д. [Ким Г.Н. Республика Корея. Страны мира. Алматы, 2010, с.58].

Сравнительный анализ казахского и корейского языка показывает, что:

Казахский язык	Корейский язык
Агглютинативный язык	Агглютинативный язык
Порядок слов в предложении: подлежащее — дополнение — сказуемое	Порядок слов в предложении: подлежащее — дополнение — сказуемое
Категории грамматического рода нет	Категории грамматического рода нет
Степени вежливости не так сильно и глубоко выражены	Развиты категории вежливости, использование которых меняется в зависимости от возраста и статуса
Слова в предложении соединяются при помощи послелогов и союзов	Слова в предложении соединяются при помощи послелогов и союзов
Глаголы в конце предложения	Глаголы в конце предложения
Ударение в основном на последний слог	Ударение в основном на последний слог

Исходя из вышесказанного, утверждаем, что казахская и корейская языковые культуры хоть и не во всем, но во многом родственны. Исследование с языковой точки зрения позволяет провести сопоставительный анализ культур двух народов, позволяет говорить о многогранности их традиций и языков.

Е.В. НЕСТЕРЕНКО,

студентка направления подготовки «Экономика»

Н.В. ЛЕМЯСКИНА,

старший преподаватель Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов – руководитель

THE FASCINATING ORIGINS OF SOME COMMON ENGLISH WORDS

В статье «Удивительная история происхождения некоторых английских слов» автор подчеркивает, что некоторые английские слова имеют многовековую историю. Слова отражают культуру и традиции народа, его взаимоотношения с другими этносами, могут иметь сложную и разнообразную этимологию. Слова приходили из различных языков, претерпевали изменения, меняли свои значения и произношение.

A language is the specific cornerstone of culture. It enables and empowers people to better comprehend themselves, their families, communities and histories. Language is not alone the soul but also the mother of people.

Nobody really knows how language first began. One recent theory is that human beings have evolved in such a way that they are programmed for language from the moment of birth. But people still need stimulus from others around them. This research shows, that language is a social activity, not something invented in isolation.

For most people around the world English is neither a first or second language. So about 75% of communication in English around the world is between speakers whose first language is not English. That's more than one billion people.

In many multilingual countries, like South Africa and India, English isn't the first language of most of the population. But people use it as the language of education, science, commerce and the Internet. It is the main language of business, politics and the media.

The English language has been described by David Crystal as an “insatiable borrower”. More than 120 other languages have served as sources for the contemporary vocabulary of English. Present-day English is also a major donor language – the leading source of borrowings for many other languages. *Nowadays the English language has definitely become a global lingua franca* [Latham-Koenig C. Clive Oxenden. English File. Oxford, 2014, p.88].

For most people around the world English is neither a first or second language. So about 75% of communication in English is between speakers whose first language is not English. About one billion people use it as the language of education, science, commerce, business, politics and the media.

When people use language, they rarely think about the amazing way it goes through the centuries, how much it changes, while remaining itself and maintaining its Foundation. If they start delving into the history of any languages – including English, they can find so many amazing discoveries.

Where does the word “guy” come from? In the sense of “man”, it seems to come from Guy Fawkes, who planned the failed “Gunpowder Plot” in 1605 and was executed in 1606. There is an English tradition of burning effigies of Guy Fawkes, which became known as “guys”. These were dressed in old clothes, hence “guy” became a term for a shabbily dressed man, and from there to a man in general [URL: <https://www.wallstreetenglish.ru>].

Know-how (or knowhow or procedural knowledge) is a term for practical knowledge on how to accomplish something, as opposed to “know-what” (facts), “know-why” (science), or “know-who” (communication). In the context of industrial property (now generally viewed as intellectual property or IP), know-how is a component in the transfer of technology in national and international environments, co-existing with or separate from other IP rights such as patents, trademarks and copyright and is an economic asset. When it is transferred by itself, know-how should be converted into a trade secret before transfer in a legal agreement.

The history of the dollar is a story involving many countries in different continents. The word *dollar* is much older than the American unit of currency. It is an Anglicised form of “*thaler*” (pronounced *taler*, with a long “a”), the name given to coins first minted in 1519 from locally mined silver in Joachimsthal in Bohemia.

One of the most popular theories of the United States abbreviation is that the dollar sign is derived from the initials of the United States. If you superimpose a capital “U” on a capital “S” then drop the lower part of the “U”, what you end up with is a version of the dollar symbol with two strokes. This theory was endorsed by the American libertarian philosopher and staunch defender of capitalism, Ayn Rand, in her novel *Atlas Shrugged*. Chapter 10 is entitled the *Sign of the Dollar*. Rand claimed the dollar sign was the symbol not only of the currency, but also the nation, a free economy, and a free mind.

Ketchup. It's funny that Americans' favorite seasoning was not invented by them. The word originated from “*ke-tsiap*”, Chinese dialect. This seasoning later reached Malaysia and turned into “*kicap*” (fish sauce). British merchants appreciated this delicacy, brought it to their homeland and called it “*ketchup*”. The recipe gradually began to change: removed the fish, added sugar. But the name of this Asian know-how has survived to this day.

In teaching the instructors sometimes use ice-breakers to help the class to get to know each other better and to start working. The first who came

up with the expression “to break the ice” with reference to social relations was Lord Byron. In 1823 in *Don Juan* he wrote about the British: “And your cold people [the British] are beyond all price, when once you've broken their confounded ice”.

“OK” is one of the most frequently used and recognised words in the world. Ordinarily a word so odd, so distinctive from others, wouldn't be allowed in a language to begin with. As a general rule, a language allows new words only when they resemble familiar ones.

On 23 March 1839, “OK” was introduced to the world on the second page of the *Boston Morning Post*, in the midst of a long paragraph, as “o.k. (all correct)”. How this weak joke survived at all, instead of vanishing like its counterparts, is a matter of lucky coincidence involving the American presidential election of 1840. One candidate was nicknamed Old Kinderhook, and there was a false tale that a previous American president couldn't spell properly and thus would approve documents with an “OK”, thinking it was the abbreviation for “all correct”. Both these facts served to make people remember “OK”. Within a decade, people began actually marking “OK” on documents and using “OK” on the telegraph to signal that all was well. So “OK” had found its niche, being easy to say or write and also distinctive enough to be clear.

But what makes “OK” so useful that people incorporate it into so many conversations? What it provided was neutrality, a way to affirm or to express agreement without having to offer an opinion. And yet, despite its conquest of conversations the world over, there remain vast areas of language where “OK” is scarcely to be found. There is no “OK” in prepared speeches but it still rules over the vast domain of our conversation.

By penetrating into the depth of a foreign language, people understand the national character of the English. Knowing the origin of words will help them remember them better and faster. They will get an idea of the structure of the English vocabulary. Such historical journeys are very useful. They help people better understand English, which, like all forms of World English, is growing and changing.

Е.С. СУХАЧЕВА,

студентка направления подготовки «Экономика»

Т.В. ЕГОРОВА,

профессор Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов, кандидат филологических наук – руководитель

ЧЕРНАЯ РИТОРИКА КАК КОМПОНЕНТ СОВРЕМЕННОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Актуальность данной работы связана с интенсивным распространением черной риторики в современном коммуникативном пространстве, ставшей в настоящее время одним из показателей эффективности делового общения, и необходимостью поиска средств защиты от ее манипулирования в разных коммуникативных ситуациях. Целью данного исследования является описание активных методов воздействия черной риторики на оппонента и выявление оптимальных средств нивелирования последствий риторических манипуляций.

Черная (софистическая, агональная) риторика в отличие от классической риторики, которая строится на основе доказательств и элокуции речи, имеет целью не формулирование и аргументирование смысла, а управление поведением человека для достижения определенных целей. Термин «черная риторика» появился совсем недавно с легкой руки немецкого тренера в области коммуникативных техник Карстена Бредемайера, который дает ей такое толкование: «Черная риторика – это манипулятивная возможность использования всех необходимых риторических, диалектических, эристических и рабулистических приемов для того, чтобы направлять беседу в желательное русло и подводить оппонента или публику к желательному для нас заключению и результату» [Бредемайер К. Черная риторика: власть и магия слова. М., 2004, с.2].

Сфера использования приемов подобной риторики довольно обширна, и с каждым годом она все более расширяется. Такие приемы интенсивно используются в рекламе, в СМИ, на переговорах, в публичных выступлениях, в процессе проведения собеседований; часто приемами черной риторики пользуются юристы, бизнесмены, политики, журналисты, менеджеры по продажам и др. В последнее время установилось мнение, что в деловой сфере невозможно добиться цели или отстоять свою точку зрения, не владея приемами черной риторики, являющимися в принципе манипуляциями, которые ранее считались недопустимыми в коммуникативной культуре, а в настоящее время являются необходимым арсеналом деятельности делового человека.

Анализ научной литературы по данной теме показал, что предпосылки появления термина «черная риторика» возникли еще в Древней Греции в деятельности так называемых софистов, которые много внимания уделяли разработке приемов убедительности речи. Известно, что Протагор, Лисий, Исократ и др. искусно владели методами убеждения и умело применяли их в своей практической деятельности. Приведем простой пример софизма: «То, что ты не терял, ты имеешь. Рога ты не терял. Значит, у тебя есть рога». Как видим, использованный в софизме аргумент кажется логичным, потому что он извлечен из контекста и правила одной группы применяются к другой. Такая манипуляция строится на непроверенности одного из суждений, что приводит в дальнейшем к неистинному выводу. Подобный прием софистики как способ обхода объективной реальности с помощью псевдологических конструкций хорошо известен мастерам современной черной риторики.

В настоящее время существует огромное количество способов манипуляции посредством черной риторики. Рассмотрим, с помощью каких техник и приемов мастера соревновательной риторики достигают доминантных позиций в риторической деятельности.

Одно из важнейших правил черной риторики гласит: «Нужно всегда говорить правду. Но правду нужно говорить не всегда!» Такое противоречивое правило в деловом общении означает, что, как и ранее, честность и правдивость остаются важными качествами бизнесмена и коммуникатора, а любая ложь в практической деятельности себя абсолютно не оправдывает. При этом считается, что выгоднее использовать принцип «селективной правды», когда правда не раскрывается во всех деталях. В данном случае стирание грани между правдой и ложью, информацией и намеренным ее утаиванием дает преимущество.

Хорошо известна в черной риторике манипулятивная техника, которая называется «Блеф». Предположим, что нам предстоит сделка с крайне выгодным клиентом или представителем крупной компании. Данный метод заключается в том, что мы объявляем, что предлагаемая нами сделка возможна и с другими клиентами, которые якобы предложили свои услуги. Однако тот факт, что договор между нами и настоящим клиентом был заключен ранее, является для нас приоритетным, в связи с чем мы не можем подвести клиента, так как чувствуем ответственность перед ним. Тем самым у клиента повышается самооценка, создается представление о нашей порядочности и ответственности. Как следствие – диалог идет в необходимом для нас русле.

Еще один эффективный прием черной риторики называется «вопросы-мостики», где мы выдвигаем негативное утверждение и сразу за ним задаем вопрос. Такой метод должен привести собеседника к растерянности, и он отвечает на вопрос, невольно оставляя без внимания первое утверждение и не опровергая его, что приводит его к коммуникативной неудаче. Например: «Вы еще ни разу не пришли на лекцию вовремя. И вы, конечно, не подготовили самостоятельную работу?» Способом защиты может стать такой совет: «Обязательно отлавливайте такие нападки и отвечайте сначала на первую часть фразы и только затем на вопрос» [URL: <http://www.cablook.com>]. В соответствии с этим советом, наш ответ может выглядеть следующим образом: «Прошу прощения за сегодняшнее опоздание, я заранее отпросилась у Марины Владимировны в деканате. И это мое первое опоздание, мою посещаемость можно посмотреть на посту охраны, у нас ведь система электронных пропусков. Самостоятельную работу сдам вовремя».

Известен в черной риторике и такой манипулятивный прием, как «вопрос-альтернатива». При использовании данного приема вопросы задаются так, чтобы перед собеседником предстал выбор из двух вариантов, каждый из которых выставляет оппонента в невыгодном свете. Примером может стать такой вопрос: «Вы недостаточно компетентны, чтобы ответить по данной теме, или просто игнорируете наши вопросы?» В качестве способа защиты советуют отвечать на такие вопросы просто и по делу, лучше с долей юмора. Если собеседник продолжает вести себя некорректно, можно использовать против него же приемы.

Эффективным способом риторики является молчание, сущность которого заключается в простом действии: «Для того чтобы человек начал говорить, нам нужно замолчать». Предположим, что во время проведения собеседования по поводу приема соискателя на работу руководитель понимает, что тот не в полной мере ответил на заданный ему вопрос, либо не владеет профессиональными знаниями в достаточной степени. В таком случае специалисты советуют просто замолчать, аргументируя такой прием следующими доводами: «Ваше поведение создаст так называемую стрессовую ситуацию, возникнет неловкое молчание. Собеседник начнет думать, что сказал или сделал что-то не так, подумает, что упустил что-то важное. Впоследствии он начнет говорить о том, о чем не сказал ранее и восполнит пробелы в интересующей Вас информации» [Орлова Н.Н. Риторика. М., 2017, с.238].

Обобщая вышесказанное, отметим, несмотря на противоречивые мнения о допустимости манипулятивных приемов в современном коммуникативном пространстве, отрицать их интенсивное применение в сфере деловых отношений невозможно. Для достижения успехов в профессиональной деятельности нужно знать не только методы классической риторики, но и приемы черной риторики. При достаточной компетенции в данном вопросе можно избежать нежелательных реакций оппонентов, сгладить возникающие «острые углы» и агрессивность, привести к выгодным сделкам и стать успешным коммуникатором. Знание приемов черной риторики позволят научиться внушать оппоненту собственную точку зрения или, наоборот, защищаться от его манипуляций и выходить из спора победителем.

Д.С. ТУРГАУТОВА,

студентка направления подготовки «Прикладная информатика»

М.А. БЛИНОВ,

доцент Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов – руководитель

НЕОЛОГИЗМЫ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Неология – молодая и постоянно развивающаяся отрасль лексикологии, которая занимается разновидностями, способами образования и употребления неологизмов. Неологизм – это слово, словосочетание, или оборот речи, которое недавно появилось в языке и чья свежесть и необычность ясно ощущается носителями английского языка [Википедия. Неологизм. – URL: <https://ru.wikipedia.org>]. Значительное количество неологизмов появляется в публицистике, главным образом в газетных статьях и журналах. Успешно использованное автором слово, прежде никому неизвестное, подхватывается другими. Неологизмы есть во всех языках, английский язык не является исключением.

Целью данной статьи является анализ семантических особенностей английских неологизмов в различных сферах деятельности и методы их выражения. Так как английское общество и его представители создают много неологизмов в различных сферах, то возникает необходимость проанализировать самые последние английские неологизмы, их семантику, понять принципы создания новых смысловых значений.

Неологизмы можно разделить на три большие группы: 1) составленные из слияния двух и более слов (*blend words*); 2) образованные от слов иностранного происхождения (например, латинского или греческого) с незначительными адаптивными изменениями, для лучшего закрепления в английском языке (*derived words*); 3) заимствованные слова (*borrowed or transferred words*). Например:

A word blend, or portmanteau, is a new word created by combining two separate words with different meanings [What are blend words? – URL: <https://www.thoughtco.com>]. Derived word is a new word in a language formed from preexisting words by using active models of word-formation and composition [Derived word. – URL: <https://encyclopedia2.thefreedictionary.com>]. Loanword is a word adopted by the speakers of one language from a different language (the source language). A loanword can also be called a borrowing [Loanword. – URL: <https://en.wikipedia.org>].

Неологизмы часто являются отражением технологического прогресса или появления новых явлений. Известно, что появление новых технологий оказывает прямое влияние на развитие языка, его лексику и теорию в целом. Из ста проанализированных нами слов различных тематик 20% принадлежало к разделу цифровых технологий, поэтому в данной статье особое внимание будет уделено неологизмам этой сферы.

Мир технологий ежедневно пополняет свой ассортимент новыми устройствами и добавляет новые функции к уже существующим. Нововведения требуют новых понятий. Так, по этой причине новые идиоматические выражения со словом *digital* вошли в употребление. Например, *Digital tattoo* – трудноудаляемый цифровой отпечаток, который человек создает, размещая информацию онлайн и получая доступ к ресурсам онлайн; *Digital detox* – это время, проведенное вдали от компьютерных и других цифровых устройств; *Digital crowding* переводится как «цифровое скопление», что непременно наводит на истинное значение фразеологизма. Так, *digital crowing* обозначает «неуправляемый, чрезмерный» и, зачастую, неминуемый социальный онлайн-контакт.

Современный мир очень быстро движется, меняется и развивается. Безусловно, все эти перемены отображаются в речи. Ежегодно английский язык обогащается примерно 1000 новых слов, которые отражают современные реалии. Ниже приводится подборка неологизмов, которые прочно закрепились в лексиконе носителей английского языка в связи с появлением новых технологий.

Слово *Selfie* привело к появлению других слов: *helfie* (hair+selfie) – фотоснимок собственной прически; *felfie* (fake+selfie) – фальшивое селфи для похвальбы в сетях; *drelfie* – (drunken+selfie) – селфи подшофе; *legsie* (legs+selfie) – снимок своих ног на живописном пейзаже; *shelfie/ bookshelfie* – (shelves/books+selfie) – фото книжной полки, показывающей широту интересов и глубину познаний автора; *welfie* (workout+selfie) – снимок своего тренированного тела в спортивном костюме из тренажерного зала.

Слово *Spam* также стало расширять свою парадигму, когда, например, люди извиняются за *spamming* или, уходя из чат-комнаты в более спокойное место, говорят про *flee spam*. *Personality spam* – устойчивое выражение, которое обозначает непрекращающиеся онлайн-посты и сообщения, касающиеся личной жизни и интересов. Однако в основном слово *spam* – это пересылка больших объемов текста и нежелательной рекламы.

Digital hangover означает чувство стыда, которое появляется у человека, который отлично повеселился вчера на вечеринке, а сегодня наблюдает «компромат» в Интернете (так называемое «цифровое похмелье»), а *Clicktivism* — это явление современности, когда люди выражают политические негодования в Интернете вместо того, чтобы совершать что-то в реальном мире.

Не меньше, чем в технологической сфере, неологизмы появляются в сфере социальных отношений. Приводим список самых интересных и полезных слов на социальную тематику. *Helicopter parent* – так образно описывают родителей, которые постоянно следят за своими детьми и не отходят от них на шаг; *Crowdfunding* означает сбор денег большим количеством людей при том, что каждый платит небольшую сумму (что-то вроде современного варианта выражения «с миру по нитке — голому рубашка»); *Me time* – это время, потраченное на себя (отключите телефон, телевизор и планшет / компьютер / ноутбук, позвольте себе хоть на короткое время отдохнуть и расслабиться).

Таким образом, процесс создания неологизмов не останавливается ни на секунду. Некоторые неологизмы быстро займут свое место в английском языке, другие будут использоваться только в определённой области, другие могут исчезнуть. Для того чтобы хорошо понимать и переводить такие неологизмы, необходимо обладать не только хорошими знаниями языка, но и обладать экстралингвистическими знаниями. Нужно понимать, как и в каких обстоятельствах переводить такой неологизм. Если переводчику удастся найти качественный перевод на своем языке – это одно, но часто это сделать бывает очень трудно. На первых порах нужно будет использовать описательный перевод, применить транслитерацию или транскрипцию,

единственное, чего нельзя допускать, – это искажения слов автора или отход от оригинального текста. Каждый человек, который работает в определенной области, должен постоянно следить за появлением неологизмов и совершенствовать способы их перевода.

Н.Л. ФИЛИМОНОВА,

студентка направления «Социально-культурная деятельность»

Е.Р. АРЗИЕВА,

старший преподаватель Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов, доктор философии (PhD) по специальности «Русский язык и литература» – руководитель

АУТЕНТИЧНЫЕ ФИЛЬМЫ КАК СПОСОБ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Изменения во всех сферах человеческой деятельности ведут к изменениям в современном образовании, в частности, в области языковой подготовки обучения иностранным языкам. Сегодня английский язык занимает одно из ведущих положений, в связи с чем его изучение всегда будет актуально.

Известно, что существуют достаточно разнообразные способы изучения мирового языка. Практика показывает, что одним из эффективных средств обучения английскому языку является использование художественных и мультипликационных фильмов в учебном процессе [Вяткина Г.В., Пономарев А.Б. Современные тенденции интеграции науки и образования. //Интеграция науки и образования в современном мире. Екатеринбург, 2014, с.27–32]. И действительно, с одной стороны, – это весьма действенная мотивация, позволяющая заменить классическую «зубрежку» английской лексики и грамматики таким необычным способом. С другой – посредством языка происходит приобщение к культуре англоязычных стран, знакомство с традициями, обычаями, менталитетом народа изучаемого языка. Поэтому такие видео-уроки, как эффективные приемы работы над видеоматериалом, создают возможность погружения обучающихся в аутентичную языковую среду и позволяют достичь хороших результатов, что приобретает наибольшую актуальность при изучении иностранного языка.

Целью данной статьи является выявление основных приемов, свидетельствующих об эффективности изучения английского языка при просмотре фильмов.

Итак, прежде чем рассматривать действительно работающие приемы просмотра иностранных фильмов, способствующих созданию

коммуникативной ситуации, приближенной к условиям речевого общения, необходимо помнить, что, в первую очередь, важно правильно подобрать уровень сложности видеозаписи, что позволит избежать никому не нужных мучений. Так, при базовом уровне знаний рекомендуется начинать со специальных учебных пособий, предлагающих к просмотру более понятные ролики. Тем же, кто владеет языком в совершенстве (продвинутый уровень Advanced) подойдут любые видео-новинки.

Анализ исследовательских работ показывает, что существует много алгоритмов работы с фильмами. Но в методике обучения иностранным языкам, как правило, выделяются следующие основные этапы работы над фильмом: 1) допросмотровый этап включает в себя подготовительные упражнения: снятие грамматических, лексических и фонетических трудностей; 2) просмотрový этап — это непосредственно просмотр фильма (или его эпизода), можно просмотреть его дважды: первый раз с целью понять основное содержание, второй раз с целью детального описания увиденного; 3) послепросмотровый этап подразумевает задания на развитие навыков устной речи.

Существует несколько секретов эффективности языковых видеозанятий.

Во-первых, развивается навык речевого восприятия английского языка. Если ежедневно уделять внимательному просмотру хотя бы 15-20 минут (можно разбить видео на отрывки), то уже через 2-3 месяца вы начнете понимать фразы героев и без субтитров. Так, изучение английского языка по сериалам и фильмам помогает привыкнуть к разным акцентам и интонациям.

Во-вторых, происходит пополнение словарного запаса.

В-третьих, идет запоминание фразовых глаголов, идиом, разговорных форм слов и сленга. Ведь герои сериалов очень часто используют в личном общении сокращенные формы слов, сленговые выражения и фразовые глаголы, без знания которых достаточно сложно понять англоязычное население в стандартной для них среде общения.

В-четвертых, вырабатывается правильное произношение. Во время просмотра видео вы слушаете, как звучит живая речь: какие интонации, логические паузы и ударения используют актеры. Постепенно вы начнете неосознанно копировать речь носителей языка, употреблять какие-то фразы, придерживаться их темпа речи, интонации и т. п.

В-пятых, формируется понимание юмора носителей языка.

Все вышеперечисленное позволяет утверждать, что при использовании фильмов в процессе изучения языка «реализуется

принцип погружения в социокультурную языковую среду страны изучаемого языка в учебной аудитории, создавая иллюзию приобщения обучающихся к естественной языковой среде, моделируя коммуникативную ситуацию» [Алейникова М.И. Видеофильм как средство обучения иностранному языку. //Перспективы науки и образования, 2015, № 6(18), с.87-90].

Для приобретения успешного навыка владения английским языком можно предложить следующие несколько рекомендаций:

1. Начинайте знакомство с иностранным языком с просмотра знакомого вам фильма.

2. На первых порах прибегайте к помощи субтитров.

3. Выписывайте незнакомые вам слова.

4. Пересматривайте видео. На наш взгляд, это позволит не только повторить выученную лексику, но и существенно улучшить понимание речи, произносимой с экрана.

5. Подражайте носителям языка. Здесь имеется в виду неоднократное повторение фраз за героем фильма или сериала. Старайтесь имитировать не только произношение звуков, но и интонацию, манеру говорить. Это довольно интересное упражнение, которое можно проделывать с друзьями: попытайтесь вместе разыграть сценку из любимого сериала или блокбастера. И весело, и полезно!

6. Используйте технические возможности проигрывателя. Если речь героев сериала или фильма кажется вам слишком быстрой и вам сложно воспринимать ее на слух, воспользуйтесь функцией замедления скорости воспроизведения. Такая опция есть почти в каждом современном видеоплеере. Звук не искажается, зато понять, о чем говорят герои видео, будет намного легче.

7. Ориентируйтесь на свои интересы. Помните! Заставлять себя учить английский язык – дело бесполезное и даже вредное. Поэтому не смотрите то, что вам неинтересно – просто потратите зря драгоценное время. Помимо разных кинолент вас могут заинтересовать новости, телешоу или креативные рекламные ролики. Найдите свое и дерзайте!

8. Обязательно используйте полученные знания. Разговаривайте на английском языке как можно чаще, пытайтесь вставлять в свою речь новые слова и фразы, почерпнутые из видео.

Таким образом, проанализированный материал показывает, что художественные и мультипликационные фильмы и сериалы являются ценным аутентичным материалом. При условии правильного выбора фильма для определенной аудитории фильм будет не только способствовать овладению изучаемым языком, но и знакомить с речевым произношением. «Если фильм подобран правильно, с учетом

интересов обучающихся и их уровня владения языком, то его понимание не вызывает особых затруднений. При этом происходит развитие компенсаторных умений – языковой догадки и прогнозирования содержания» [Сорокина Н.И. Использование аутентичных фильмов в обучении английскому языку. //Аграрное образование и наука, 2016, №2, с.64].

В заключение хотелось бы отметить, что эффективность использования аутентичных фильмов зависит не только от максимально точного определения их места в системе обучения, но и от рациональной организации структуры самого занятия, от соответствия учебных возможностей фильмов задачам обучения.

Н.Б. ЦЫГАНАШ,

студентка направления подготовки «Экономика»

В.В. ВЛАСОВА,

старший преподаватель Алматинского филиала Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов – руководитель

ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОГО ПЕРЕНОСА В АНГЛИЙСКОМ СЛЕНГЕ

Цель данного исследования – рассмотреть особенности сленга как важного лингвистического компонента словарного состава английского языка, провести анализ американского и британского сленга, образованного благодаря различным типам метафорического переноса.

Актуальность работы заключается в том, что в центре внимания находится недостаточно разработанная проблема взаимодействия неформального языка и роль метафоры в функционировании английского сленга. Данная проблема связана с расплывчатостью границ, отделяющих сленговые слова и выражения от разговорной лексики, жаргонизмов и вульгаризмов.

Сленг является неотъемлемой частью современного английского языка. Английский лингвист Э. Партридж рассматривает сленг как синоним кэнта (то есть языка деклассированных элементов, преступного мира) и как жаргон (то есть язык той или иной профессиональной группы). Наиболее общим можно считать третье значение, в котором под сленгом понимается разговорный язык, выходящий за рамки стандарта и состоящий либо из новых слов, либо из уже существующих слов, употребляющихся в специфическом значении. По мнению М.М. Маковского, «сленг – это исторически сложившаяся на базе

английских диалектов и других наиболее древних языковых элементов и в большей или меньшей степени общая всем носителям языка лингво-социальная норма, которая, реализуясь на уровне разговорной речи (фонетика, грамматика, лексика), генетически и функционально отлична от жаргонных и профессиональных элементов языка» [Маковский М.М. Английские социальные диалекты (онтология, структура, этимология). М., 1982, с.23].

В зависимости от сферы употребления сленг можно разделить на широкоупотребительный и узкоупотребительный. В лингвистике принято делить сленг на общий и специальный. Специальный сленг – это социальная речевая микросистема в просторечии, включающая в себя кэнт и некоторые близкие к нему образования, такие как рифмованный сленг, профессиональное арго, корпоративный /групповой жаргон и отличающийся функционально от общего сленг.

Рассмотрим некоторые способы образования лексики сленга, а именно некоторые аффиксы и полуаффиксы, являющиеся продуктивными при образовании сленговых слов. В английском сленге широко распространены полуаффиксы *-fiend* со значением «пристрастившийся к чему-либо» и *-happy* «восторженный, одержимый, возбужденный, безумный», например: *dopefiend* – наркоман, *bookfiend* – книголюб, *trigger-happy* – воинственный, часто пускающий в ход оружие, *gin-happy* – пьяный и др. Сходное значение имеют полусуффиксы *-nut* и *-freak*, обозначающие любителя, энтузиаста, последователя чего-либо: *film-freak* – киноман, *dog nut* – любитель собак и др. [Волошин Ю.К. Общий американский сленг: состав, деривация и функция (лингвокультурологический аспект): дис. д.филол.н. Краснодар, 2000, с.101-102].

Значительное количество единиц сленга возникло вследствие вторичной номинации. Под вторичной номинацией понимается использование фонетического облика уже существующей единицы в качестве имени для нового обозначаемого. Способы вторичной номинации различаются в зависимости от языковых средств, используемых при создании новых имён, и от характера соотношения «имя – реальность».

Одним из языковых средств в процессе вторичной номинации выступает метафора, то есть скрытое сравнение. Метафорический перенос основан на сходстве между двумя предметами или явлениями, например: *the tongues of the flame* – языки пламени, *the foot of the hill* – подножье холма, *sugar daddy* – старый богатый человек, *butter and egg* – богатый деревенский житель, шикующий в городе, *yellow girl* – мулатка, *hook nose* – еврей. За основу представляется возможным

принять классификацию метафорических переносов Г.Н. Складневской, которая выделяет такие виды переносов, как: предмет → предмет; животное → человек; предмет → человек; человек → человек; предмет → физический мир [Складневская Г.Н. Метафора в системе языка. СПб., 1993, с.80-100].

Ряд слов образован с помощью метафорического переноса предмет → предмет, например: *bread* (хлеб) в сленге имеет значение «деньги». В этом же значении используется и слово *dough* (тесто). Слова *grass*, *herb* и *weed* (трава) обозначают марихуану, *bucket* (ведро) – шутовское название машины или лодки, старую машину в американском сленге называют *lemon* (лимон).

Достаточно часто лексика сленга создается для того, чтобы подчеркнуть отличительные черты внешности, характер или состояние человека. Во многих случаях такие слова основаны на метафорическом переносе животное → человек, при котором особенности внешнего облика или поведения животных служат для характеристики людей. Например, в американском сленге слово *ape* (обезьяна) обозначает сутулого или длиннорукого мужчину, особенно крупного и сильного, *cat* (кошка) в сленге приобрело несколько значений: парень, приятель; злая женщина, мегера; человек, находящийся под воздействием наркотиков, *fox* (лиса) обозначает сексуально привлекательного человека, обычно женщину, зооним *pig* (свинья) в сленге является пренебрежительным названием полицейского, *horse* (лошадь) употребляется в британском сленге в значении непривлекательная женщина, *jay* (сойка) в американском сленге имеет значение «глупый, доверчивый, легко поддающийся обману человек».

Следующий вид метафорического переноса предмет → человек также представлен в сленге отдельными лексическими единицами, например, словами, обозначающими продукты или предметы быта. Слово *bacon* (бекон) в американском сленге имеет значение «полицейский», *bag* (сумка) употребляется применительно к некрасивой женщине, словом *eggplant* (баклажан) называют чернокожего человека, в данном случае наблюдается аналогия между цветом баклажана и цветом кожи представителей негритянского населения. В британском сленге слово *anorak* (теплая куртка с капюшоном) приобрело значение «скучный, заумный человек».

Последняя группа лексики, на которой хотелось бы остановиться, – это слова, вошедшие в сленг в результате метафорического переноса человек → человек. Необходимо отметить, что некоторые термины родства в сленге приобрели новые значения, например, слово *broth-*

er (брат) приобрело значение «друг», *sister* (сестра) – «подруга», *daddy* (папа) в британском сленге обозначает старшего по возрасту заключенного в тюрьме, *uncle* (дядя) в сленге имеет значение «ростовщик, скупщик краденого» [Thorne T. Dictionary of Contemporary Slang. London, 2007, с.8].

Рассмотренные примеры позволяют сделать вывод, что сленговые производные отличаются от нормативной лексики своим специфическим характером и, как правило, выполняют метафорическую роль. Благодаря образности и экспрессивности метафорический перенос является одним из эффективных способов пополнения лексики сленга, а изучение метафорического переноса в сленге позволяет глубже понять этот важный компонент лексической системы английского языка.