

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»
Студенческое научное общество БарГУ

СОДРУЖЕСТВО НАУК. БАРАНОВИЧИ-2016

Материалы XII Международной
научно-практической конференции
молодых исследователей

(Барановичи, 19—20 мая 2016 года)

В трёх частях

Часть 1

Барановичи
БарГУ
2016

В часть 1 сборника материалов XII Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Содружество наук. Барановичи-2016» включены материалы докладов по актуальным проблемам различных научных направлений: филологические науки (русский, белорусский языки); лингвистика (английский, немецкий языки); методика преподавания иностранного языка, правоведение.

Сборник адресован преподавателям и студентам учреждений высшего образования, магистрантам, аспирантам.

Редакционная коллегия:

А. В. Никишова (гл. ред.), А. В. Прадун, В. Н. Кременевская (отв. секретари),
О. Н. Фенчук, Т. М. Пучинская, А. А. Савко, Н. А. Егорова, М. В. Андрияшко

Рецензент

кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой германских языков факультета международных отношений Белорусского государственного университета М. Ф. Арсентьева

английского и русского языков. На основе проанализированных аббревиатур (979 единиц в русской прессе и 548 — в английской) можно сделать вывод, что наиболее используемые виды дискурса — социальный и экономический. Количество аббревиатур социального дискурса составляет 29,93% в английском языке и 25,94% в русском языке. Результаты исследования показывают, что аббревиатуры, используемые в экономическом дискурсе, составляют 20,07% и 20,22% в английском и русском языках соответственно. Наименьшее распространение получили аббревиатуры спортивного дискурса: 1,28% в английском языке и 2,86% в русском. В англоязычных публицистических изданиях 33 аббревиатуры от общего количества, что составляет 6,03%, и 44 (4,51%) в русской прессе используются в рекламах.

Среди основных признаков публицистического стиля исследователи выделяют экспрессию, так как журналист старается не только сообщить информацию читателю. Он пытается уйти от типичных форм, выражений, найти более выразительные языковые средства для того, чтобы произвести более глубокое впечатление. Согласно Н. М. Шанскому [4], под экспрессивной окрашенностью понимается «разновидность стилистической окраски, указывающей на характер и степень выраженности качественных или количественных признаков называемого явления». Можно утверждать, что аттрактивная функция является характерной для аббревиатур в газетной публицистике. Одним из видов экспрессии на страницах исследуемых газет можно выделить языковую игру — сознательное нарушение языковых норм в целях придания сообщению большей экспрессивности. Рассмотрим некоторые примеры, которые были обнаружены в ходе исследования: *ИКС* — *история крупнейших состояний* (в данном случае мы можем увидеть явление каламбура); *ВВП* — *валовый внутренний продукт, Владимир Владимирович Путин* (здесь аббревиатура носит комический эффект); *БНФ* — *бэнэфовцы*, *BMW* — *бээмвзика* (на основании приведённых примеров можно отметить, что в последнее время в газетно-публицистическом стиле активизировалось употребление производных от инициальных буквенных аббревиатур) и др.

Заключение. Аббревиация получила широкое распространение на страницах современных публицистических изданий английского и русского языков.

Исходя из количественного анализа, аббревиатуры используются более чем в 90% статей в исследуемых языках. Аббревиатуры используются во всех видах дискурса, но наиболее употребительными являются социальная и экономическая сферы.

Помимо компрессорной и аттрактивной функций, аббревиация является одним из выразительно-экспрессивных средств языка прессы. Чаще всего это наблюдается при помощи языковой игры.

Список цитируемых источников

1. Арбекова Т. Н. Лексикология английского языка. М. : Наука, 2002. 109 с.
2. Там же.
3. Ковалев В. П. Экспрессивное использование полисемии, омоимии и паронимии в художественной литературе // Рус. яз. в шк. 1980. № 6. С. 17—24.
4. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. М. : Высш. шк., 1985. 160 с.

УДК 800

В. А. Жуковская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ТЕКСТАХ МЕДИАДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Введение. Общеизвестно, что лексика является наиболее динамичной стороной языка. Прогрессирующая глобализация, сотрудничество различных стран мира на различных уровнях человеческого развития приводят к тому, что языки перемешиваются, в результате чего появляются заимствования. Происхождение заимствованных лексических единиц вызывает у лингвистов интерес, однако далеко не все лингвисты и носители языка могут идентифицировать происхождение тех или иных слов.

Английский и русский языки имеют богатую многовековую историю и не раз подвергались иноязычным влияниям. Многочисленные исследования показывают, что определяющее влияние на возникновение заимствований оказывает тот факт, что носители как русского, так и английского языков в разные периоды своего существования вступали в многообразные по форме, продолжительности и результатам связи с носителями иных языков. Результат таких связей напрямую отразился на языке, в результате чего появилось огромное количество заимствованных слов.

Следует отметить, что процесс заимствования не прекращается и в настоящее время. Безусловно, с развитием интернет-ресурсов и различного рода социальных сетей английский и русский языки претерпели некоторые изменения, о чём так или иначе свидетельствуют новые слова, которые нашли своё применение в различных отраслях жизни.

Актуальность данного исследования обусловлена тем фактором, что при кажущейся многоаспектностью и обширности исследований ещё многие вопросы в области употребления заимствований требуют дополнительного рассмотрения. Кроме того, дискурс средств массовой коммуникации является наиболее значимым, отражающим самые последние тенденции и феномены социальной реальности. Современные британские и российские периодические издания не могут игнорировать использование заимствованной лексики, и значительный интерес представляют те языки, из которых взяты ведущие лексические единицы, употребляющиеся в медиадискурсе. Цель данной работы заключается в выявлении особенностей использования заимствованной лексики в англо- и русскоязычном медиадискурсе. Предметом исследования выступают иностранные заимствования в англо- и русскоязычных периодических изданиях. В ходе исследования были использованы следующие методы: этимологический метод, метод контекстуального анализа и метод сплошной выборки.

Основная часть. Заимствование является одним из способов обогащения словарного запаса, функционирующим наряду с использованием внутренних резервов языка: словосложения, аффиксации, развития значения существующих слов. Данным термином можно обозначить как процесс проникновения новых слов, так и результат. Языковое заимствование представляет собой скорее присвоение слов, в доказательство чему можно привести тот лишь аргумент, что заимствованный элемент в исходную систему никогда не возвращается. Исследователь Ю. С. Сорокин указывал, что «процесс заимствования иноязычных слов есть процесс двусторонний. Это не только простая передача готовых элементов одним языком во владение другого языка. Это процесс их освоения системой данного языка, их приспособления к его собственным нуждам, их преобразования — формального и семантического — в условиях иной системы» [1, с. 158].

Следует отметить, что процесс заимствования схож с процессом имитации. По сути, когда имеют дело с заимствованным словом, то можно проследить, что элемент по существу не изымается из языка-источника, а лишь служит образцом, по которому в воспринимаящем языке создаётся более или менее близкая копия. Речь идёт не о полностью скопированном слове, а о том, что слово претерпевает ряд процессов, которые делают его так или иначе похожим на слово, из которого оно было образовано.

В русском языке основной пласт лексики составляет исконно русская лексика, которая в данном языке на современном этапе его развития составляет около 90%. Лингвист Н. М. Шанский подчёркивает, что исконно русские слова определяют самобытность русской речи, её глубоко национальное своеобразие [2, с. 170].

С точки зрения заимствованной лексики, английский язык представляет больший интерес для изучения, так как количество заимствований в данном языке значительно больше. Это можно объяснить тем, что словообразовательный потенциал русского языка выше, что выражается в употреблении огромного количества словоформ, которые далеко не всегда присутствуют в английском языке. Словарный состав современного английского языка насчитывает огромное количество слов, которые перешли из французского, итальянского, немецкого, скандинавского и ряда других языков. Следует отметить, что современный английский язык сформировался в результате двух национальных катастроф — римского нашествия и нормандского завоевания — и представляет собой, по сути, смесь языков завоевателей. По этой причине английский язык можно назвать «гибридным языком» [3].

В ходе выполнения исследования материалом для анализа послужили статьи из англо- и русскоязычной прессы — авторитетных газет “The Financial Times”, “The Daily Express”, “The Daily Telegraph”, “The Guardian”, «Коммерсант», «Газета РБК», «Известия», «Ведомости», «Московский комсомолец», «Новая газета», «Аргументы и факты», «Независимая газета». В ходе исследования интерес представляла роль заимствований в современном медиадискурсе. Для анализа были отобраны только статьи в указанных британских и российских периодических изданиях за 2015—2016 гг. Методом сплошной выборки были выделены заимствованные слова, использованные в статьях различной тематики. Далее этимология отобранных единиц была проанализирована и определена с помощью этимологического словаря Д. Харпера для английской лексики [4] и с помощью этимологического словаря А. К. Шапошникова для русской лексики [5].

Заимствование иностранной лексики в англоязычных и русскоязычных газетных публикациях обусловлено не только исторически сложившимися фактами, но также различными изменениями общественно-политических условий, актуализацией общественно-политических реалий, для которых в исходных языках не было адекватных обозначений. В ходе исследования было выявлено, что в российских периодических изданиях активно используются заимствования из французского языка. К примеру: «*Власть выступает и заказчиком, и исполнителем, и оценщиком реформ в стране*» («Газета РБК») [6]. Этимология слова **реформа**: от французского *reforme*. Примечательно, что наибольшее количество заимствований из французского языка были представлены в рубрике «Политика».

Английские заимствования в русском языке приобрели обиходный характер. Например: «*В этом же районе оказался затоплен кемпинг, в результате чего погиб один турист*» («Ведомости») [7]. Этимология слова **кемпинг**: от английского *camping* ‘стоянка лагерем’.

Значительное количество заимствованных слов на тему «Искусство» использовано в российских изданиях. Подавляющее количество данных заимствований принадлежало французскому и итальянскому языкам. К примеру, «*В историю советского искусства он вошёл как автор изображений Ленина, что не помешало ему пройти через все «измы» эпохи — он увлекался импрессионизмом*» («Московский комсомолец») [8]. Этимология слова **импрессионизм**: от французского *impressionnisme* ‘впечатление’.

Экономические новости очень популярны в британских изданиях. Официальный характер изложения является особенностью медиадискурса, поэтому в данном виде дискурса широко используются заимствованные

экономические термины. Например, “*The country accounted for 52 percent of the company’s revenue last year*” (“*Financial Times*”) [9]. Этимология слова *revenue*: от французского *revenue* ‘доход’.

Медиадискурс играет важную роль в распространении достижений науки и техники. Общество проявляет интерес к научным открытиям, которые транслируются и популяризируются на страницах современных изданий. Для того чтобы максимально точно описать научные события в мире, журналисты используют заимствованные слова. Например, “*Entomologist came across caterpillar with four filaments in south Peru*” (“*The Daily Telegraph*”) [10]. Этимология слова *entomologist*: от греческого *entomon* ‘насекомое’ и *logia* ‘изучение’.

В русском языке в области науки доминируют термины, перешедшие из латинского языка. «Это моя профессия и мой научный интерес, ведь до начала парламентской карьеры я защитила докторскую *диссертацию* по этой теме» («*Известия*») [11]. Этимология слова *диссертация*: от латинского *dissertation* ‘рассуждение, изыскание, доклад’.

Заключение. В ходе исследования выяснилось, что как в англо-, так и в русскоязычных периодических изданиях активно используется заимствованная лексика. Однако доминирующие источники заимствований разнятся в английском и русском языках: для английского языка характерны заимствования из французского, в то время как в русском языке преобладают латинские заимствования. Кроме того, заимствования, отражённые в текстах современного англоязычного и русскоязычного медиадискурса, отличаются по своей тематической отнесённости. Так, в английском языке преобладают заимствования в сферах искусства (32% лексических единиц) и экономики (29% лексических единиц). В русском языке наиболее значительно представлены заимствования на тему «Искусство» и «Политика» (31% лексических единиц).

Список цитируемых источников

1. Сорокин Ю. С. Развитие словарного состава русского языка: 30—90-е гг. XIX в. М. : Наука, 1965. 565 с.
2. Шанский Н. М. Очерки по русскому словообразованию и лексикологии. М. : МГУ, 1968. 239 с.
3. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка : учеб. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Высш. шк., 1986. 295 с.
4. Harper D. Online etymology dictionary [Electronic resource]. URL: <http://www.etymonline.com> (date of the application: 30.08.2015).
5. Шапошников А. К. Этимологический словарь современного русского языка : в 2 т. М. : Флинта : Наука, 2010. Т. 1 : А—Н. 586 с.
6. Газета РБК [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/newspaper> (дата обращения: 26.01.2016).
7. Ведомости [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedomosti.ru> (дата обращения: 06.02.2016).
8. Московский комсомолец [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mk.ru> (дата обращения: 12.02.2016).
9. Financial Times [Electronic resource]. URL: <http://www.ft.com> (date of the application: 12.05.2015).
10. The Daily Telegraph [Electronic resource]. URL: <http://www.telegraph.co.uk> (date of the application: 05.05.2015).
11. Известия [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izvestia.ru> (дата обращения: 29.01.2016).

УДК 81.271.2

Ю. В. Кардаш, З. И. Корзун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ УКЛОНЕНИЯ ОТ ПРЯМОГО ОТВЕТА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

Введение. Одним из основных компонентов жизнедеятельности человека является речевая деятельность. Речь представляет собой «результат индивидуального словотворчества, обладает определённой коммуникативной направленностью и является частью коммуникативного поведения, которое реализуется, наряду с другими понятиями, через понятия “стратегия” и “тактика”» [1, с. 17]. Стратегия речевого поведения охватывает всю сферу построения процесса коммуникации, когда взаимодействие коммуникантов направлено на достижение определённых результатов. В самом общем смысле речевая стратегия включает в себя «планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, направленных на достижение коммуникативной цели» [2, с. 53].

Данное исследование направлено на выявление тактик в рамках реализации стратегии уклонения от прямого ответа (эвазии) в ситуациях социальных интеракций в современном немецком языке на примере анализа художественных произведений. Материалом исследования послужил корпус диалогических единств, включающий реплики, реализующие стратегию уклончивых ответных реплик в диалоге (уклонения от прямого ответа), отобранные на основе сплошной выборки из романов Н. Г. Коналик “*Wer stirbt schon gerne unter Palmen*” и Е. Мария Ремарке “*Zeit zu leben und Zeit zu sterben*” объёмом 700 страниц. Нам представляется, что диалогический дискурс в максимальной степени аппроксимации моделирует структуру живой коммуникативной ситуации в режиме «вопрос—ответ», репрезентируемой на уровне метаязыка лингвистического описания в форме реплик, с помощью которых можно проследить функционирование той или иной коммуникативной стратегии. При выработке