

гичных товаров, выпускаемых другими производителями, придание цельности серии рекламных кампаний и обеспечение преемственности разных рекламных кампаний одной фирмы на протяжении определенного периода времени.

Разнообразие выполняемых слоганом функций, его способность существовать отдельно от других элементов рекламного сообщения, а также включение его в фирменный блок позволяют определить особую ценность слогана, его способность к эффективному воздействию. В слогане заключается актуальная для потребителя информация, т.е. информация, определяющая его маркетинговую ценность. Однако наличие точной маркетинговой информации не гарантирует его максимальной эффективности. Для того чтобы содержание слогана стало понятно потребителю и отложилось у него в памяти, необходимо подобрать соответствующие лингвистические средства, которые составляют вторую часть ценности слогана – лингвистическую. Удачная лингвистическая организация делает слоган легким для восприятия, запоминания и последующего воспроизведения. Из сказанного выше следует, что в рекламной практике слоган представляет собой фразу, в сжатом виде излагающую основное рекламное предложение и входящую во все сообщения рекламной кампании. Вместе с этим, слоган является рекламным элементом, способным существовать изолированно от других составляющих рекламного сообщения, что позволяет отнести его к рекламным константам, обладающим как маркетинговой, так и лингвистической ценностью.

Литература

1. Кафтанджиев, Х. Тексты печатной рекламы / Х. Кафтанджиев. – М. : РИП-Холдинг, 2003. – 134 с.
2. Джефкинс, Ф. Реклама / Ф. Джефкинс. – М. : Юнити, 2002. – 543 с.

Фразеологические единицы тематической группы «Части тела» и особенности их перевода с русского на английский язык в романе Л. Н. Толстого «Война и мир»

*Урбанович Е. Л., студ. V к. ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. Ковалёва Л. Е., канд. филол. наук, доц.*

Целью данной статьи является анализ фразеологических единиц русского языка тематической группы «Части тела» в переводческом сопоставительном аспекте. Исследование осуществляется на базе романа Л. Н. Толстого

«Война и мир» и его англоязычного варианта перевода посредством сравнения русских фразеологических оборотов с английскими устойчивыми сочетаниями.

Деление фразеологических единиц по источнику происхождения и сферам деятельности человека является традиционным способом классификации фразеологизмов. В современной фразеологии существуют такие классификации фразеологических единиц, как классификация по тематическому и этимологическому принципу.

В трудах ряда знаменитых западных и российских лингвистов Л. П. Смита, В. Х. Коллинза, П. П. Литвинова и др. тематический принцип классификации является основополагающим. Во фразеологии как русского, так и английского языка, основу объединения фразеологических единиц по тематическому признаку отражают объективно существующие группировки предметов и явлений окружающего мира. Учеными выделяются особые группы фразеологических единиц, содержащие названия животных, частей тела, растений, отражающие человеческую деятельность, отношения между людьми, предметы быта, явления природы и т.д. [1, 147]. Например, «*черным по белому – in black and white*» является типичным примером для цветообозначения. Фразеологизм «*намылить голову – to rap smb. over the knuckles*» включает в себя название части тела для описания такого действия, как «ругать, сильно бранить». Если всю фразеологию разделить по тематическим признакам, то образов из животного мира окажется больше всего. Люди тысячелетиями находились в связи с животными и видели вокруг себя в знакомых предметах четвероногих.

Русский ученый, лексикограф Р. Я. Яранцев выделял три основные тематические группы для фразеологизмов русского языка. Кроме того, к этим тематическим группам можно относить и фразеологизмы английского языка.

1. Эмоции и чувства человека: «*голодный как волк – hungry as a hunter*»;
2. Свойства и качества характера: «*крепкий орешек – a hard nut to crack*»;
3. Характеристика явлений и событий: «*как гром среди ясного неба – like a bolt from the blue*» [3, 10–11].

Существенным недостатком этого принципа является то, что он не учитывает характерные лингвистические особенности фразеологизмов.

В ходе проведения лингвистического исследования, на материале романа Л. Н. Толстого «Война и мир» (1 и 2 том включительно), нами было рассмотрено 276 фразеологических единиц, из которых 51 была объединена тематической группой «соматизм», т.е. часть тела. Рассмотрим примеры.

1. *Это был старый холостяк Шишин, двоюродный брат графини, злой язык, как про него говорили в московских гостиных. – This was an old bachelor, Shinshin, a cousin of the countess', a man with "a sharp tongue" as they said in Moscow society.*

Обычно, эта ФЕ используется во множественном числе «злые языки», но в данном произведении автор употребляет ее в единственном числе. Выражение означает «кто-либо сказавший, говоривший что-либо злое, порочащее в чей-либо адрес; любители пересудов, сплетники, клеветники». В этом примере автор также сохранил компонент части тела.

2. – *Я знаю его с детства. Это золотое сердце. – I have known him from childhood. He has a heart of gold.*

Фразеологизм «золотое сердце» имеет два значения: «1) у кого-о добром, отзывчивом человеке; 2) кто-то отзывчивый, добрый человек». Компонент части тела «сердце» сохранился в обоих языках и имеет одинаковое значение.

Анализ фразеологизмов в романе Л. Н. Толстого «Война и мир» показывает, что наиболее употребляемыми соматическими компонентами «части тела» во фразеологизмах русского являются: глаза – 12 примеров, голова – 7, ноги – 6, сердце – 5.

Большая часть английских и русских фразеологизмов, связанных с лексикой «части тела» совпадают по смыслу и образности, так как этот пласт общеупотребителен и не связан с национальными или историческими особенностями народов, что в другой тематике наблюдается крайне редко. Во фразеологизмах запечатлено историческое развитие языка, исторический опыт народа.

Литература

1. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 4-е изд., доп. и перераб. – М., 1984. – 944 с.

2. Яранцев, Р. Н. Русская фразеология. Словарь-справочник / Р. Н. Яранцев. – М., 1997. – 304 с.

Развитие регрессивной семантики китайских логограмм

*Хмельницкая В. И., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Карасёва К. В., ст. преп.*

В китайском языке, как и во всех языках мира, существует тенденция частичной или полной утраты лексемой своей семантики в ходе эволюции. Этот процесс аналогичным образом протекает и в рамках китайского иероглифического письма, при этом этапы развития регрессивной семантики следующие: 1) обозначение иероглифом физического фрагмента модели мира через описание некоей ситуации или изображение непосредственно