

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ КЛАССЫ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ТЕКСТЕ

А.А. СЕЗЕНЬ, Т.П. КАРПИЛОВИЧ

The paper considers grammatical and semantic characteristics of French and Latin borrowings which function in English popular scientific text. It is shown that most of the borrowings belong to nouns, adjectives and verbs. Using definition, logical and contextual methods, the authors have identified a number of semantic classes and subclasses of the lexical units under study, most of which are common for both the languages. Means of translating the borrowings into Russian are also considered

Ключевые слова: научно-популярный текст, лексическое заимствование, семантический класс

Научно-популярный текст играет важную роль в популяризации научного знания для неспециалистов, передавая новую и важную научную информацию в доступной и увлекательной форме. С точки зрения языковых характеристик этого типа текста, интерес представляет установление не только характерных средств речевого воздействия, но и, в целом, его лексико-семантического состава. С этой целью был проведен анализ заимствованных лексических единиц из научно-популярных статей, опубликованных в качественных англоязычных изданиях «The New York Times», «USA Today», «The Guardian», «The Independent». В результате анализа было обнаружено 500 лексических заимствований, из которых наиболее употребительными оказались заимствования из французского языка (52,8%) и латинского (41,2%); всего лишь 6% составили заимствования из других языков (греческого, немецкого, испанского, итальянского, норвежского, санскрита и японского).

Грамматический анализ показал, что среди французских и латинских заимствований преобладают имена существительные (63,6% и 58,3% соответственно), за ними следуют прилагательные и глаголы. Семантический анализ заимствованных имен существительных на основе дефиниционного, логического и контекстуального методов позволил выявить три преобладающих семантических класса среди абстрактных существительных: «процесс», «состояние» и «количество». Так, в подкласс «процесс» вошли существительные, которые в дефинициях фиксируются словами *act, action, process*: фр. *application, emission*; лат. *calculation, mutation*. К подклассу «состояние» были отнесены существительные, в дефинициях которых имеются слова *state, condition*: фр. *difference, diversity*; лат. *consensus, confidence*. Особенностью заимствований из латинского языка является наличие семантических классов «название науки» и «название заболевания».

Среди конкретных существительных в обоих языках были выделены два преобладающих класса «предмет» и «вещество». Первый был далее подразделен на разряды «лицо» (фр. *author, expert*; лат. *candidate, hybrid*); «животное» (фр. *carnivore, squirrel*; лат. *platypus, predator*); «часть тела» (фр. *gland, vessel*; лат. *muscle, medulla*) и др. Семантический класс «вещество» был далее дифференцирован на подклассы существительных, называющих различные газо- и жидкообразные соединения: фр. *nitrogen, urine*; лат. *plasma, sulfide* и др.

Подробная семантическая классификация была также установлена для имен прилагательных и глаголов, заимствованных из французского и латинского языков и широко представленных в англоязычных научно-популярных текстах. В проведенном исследовании установлены также способы передачи лексических заимствований на русский язык. Если заимствования-термины, как правило, не вызывают трудностей в переводе, то для перевода многозначных общенаучных слов был разработан алгоритм выбора русского эквивалента, который предусматривает два фильтра разрешения многозначности: определение описываемой предметной области и анализ структурно-семантического контекста.

## КОНЦЕПТ СПОРТ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ОБЫДЕННОГО СОЗНАНИЯ АМЕРИКАНЦЕВ И РУССКИХ

И.А. СКОБЧЕНКО, А.П. КЛИМЕНКО

The article regards the specificity of the cognitive structure of the concept SPORT in the trivial perception of Russians and Americans. The authors give the comments to the specific points in the perception of people of different nation and make the attempt to explain the difference in the perception

Ключевые слова: концепт СПОРТ, ассоциативный эксперимент, возрастные категории, полевая и когнитивная структуры

На сегодняшний день особую актуальность и интерес для лингвистических изысканий представляют вопросы, связанные с разного рода лингвокультурологическими особенностями. Мы попытаемся продемонстрировать специфику когнитивной структуры универсального концепта СПОРТ, а также национальные особенности репрезентации этого концепта в быденном сознании носителей амери-

канской и русской культур на основе материалов ассоциативных экспериментов на слово-стимул СПОРТ, проведенных с русскоязычными и англоязычными испытуемыми трех возрастных групп (подростки, молодежь, взрослые). Весь пласт вербальных реакций был подвергнут анализу с точки зрения семантики, что позволило классифицировать компоненты поля на тематические группы, некоторые из которых представлены ниже, полагая, что именно они и будут определять структуру представлений о спорте. Лишь немногие компоненты имеют относительно одинаковые количественные показатели как для американцев, так и для русских. Так, в когнитивном компоненте “Виды спорта” наблюдаются существенные различия между американцами и русскими в пользу первых в связи с популярностью некоторых видов спорта, не распространенных в России, таких, как ‘yoga’, ‘lacrosse’, ‘softball’, ‘golf’, ‘NASCAR’. Названы характерные, “американские” виды спорта: ‘football’, ‘baseball’. В когнитивный компонент “Дефиниции” мы включили ассоциаты, вызванные прямой ассоциативной связью “Спорт – это”. Американцы дали стереотипные ассоциации для всех возрастных групп: ‘competition’, ‘exhaustion’, ‘team’; то же и у русских: ‘соревнование’, ‘нагрузка’, ‘команда’. Для русских характерен ассоциат ‘здоровье’, что может быть связано с широкой агитацией спорта в странах СНГ с лозунгом “Спорт – это здоровье!”. В когнитивном компоненте “Люди” количество ассоциаций приблизительно одинаково для обеих наций. Американцы называют такие понятия как ‘athlete’, ‘coach’, ‘men’, ‘captain’; им идентичны ассоциации русских: ‘спортсмены’, ‘тяжелоатлеты’, ‘мужчины’, ‘тренер’, ‘чемпион’. Стоит отметить качественные различия в ассоциациях, обусловленные культурными традициями и образом мышления американцев, например, ассоциат ‘cheerleading’, а также имена известных спортсменов: ‘Shannan’, ‘Tiffany’. Большие различия наблюдаются в когнитивном компоненте “Спортивный инвентарь”. Опрошенные американцы называют лишь несколько ассоциаций: ‘ball’, ‘uniforms’, ‘shoes’; для русских испытуемых ассоциации этого компонента являются одними из наиболее частотных: ‘мяч’, ‘шорты’, ‘напульсник’, ‘гиря’, ‘клюшка’, ‘груша’, ‘шайба’ и многие другие. Возможно, это связано с тем, что русские уделяют больше внимания именно внешней стороне спорта, его атрибутике.

Таким образом, сравнив представления о спорте американцев и русских, мы можем сделать выводы о культурной репрезентации концепта СПОРТ представителями американской и русской культур: в языковой картине мира и русских, и американцев существует определенный набор языковых особенностей, что обусловлено образом жизни, традициями, мировоззрением, чертами национального характера; для американцев характерно общее позитивное восприятие спорта (высокая частотность реакции ‘fun’); представление русских носит нейтральный характер, но, тем не менее, сильно подвержено влиянию внешних факторов (реакция ‘здоровье’ под влиянием лозунга “Спорт – это здоровье”); в американском восприятии концепта прослеживается национальная специфика (реакции ‘cheerleading’, ‘football’, ‘baseball’, ‘basketball’).

©МГЛУ

## СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ ПО ЭКОНОМИКЕ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

**Н. ТАМАЙО ТАМАЙО, Т.П. КАРПИЛОВИЧ**

The paper presents the most frequently used structural models of terminological word combinations on economics in British and American press, the models of their Russian equivalents and their functions in media discourse. Ten structural models of the English terminological word combinations have been singled out as well as the models of their Russian equivalents and techniques of translating into Russian. As for their functioning in media discourse it was found out that the units under study are used in logical and ethical arguments promoting the realization of the persuasive strategy of the addresser

Ключевые слова: терминологическое словосочетание, структурная модель, медийный дискурс, логический аргумент, этический аргумент

В связи с возросшей ролью экономических отношений в жизни современного общества и расширением сферы употребления экономической терминологии возникает интерес в анализе функционирования этого пласта лексики, выявления ее структурных характеристик и способов перевода на русский язык. В настоящем исследовании в результате анализа 80 аналитических статей англоязычной прессы было выявлено 300 терминологических словосочетаний по экономике. Установлено, что эти словосочетания строятся по 10 структурным моделям, из которых наиболее распространенными оказались модели «существительное + существительное» и «прилагательное + существительное». Первая модель имеет в русском языке многообразные соответствия, представленные 16 моделями, наиболее употребительные из них: «прилагательное + существительное» (*budget deficit* ‘бюджетный дефицит’, *market demand* ‘рыночный спрос’), «существительное + существительное в родительном падеже» (*unemployment rate* ‘уровень безработицы’, *payment cut* ‘сокращение выплат’, *price increase* ‘рост цен’), «существительное с предлогом + существительное» (*investment officer* ‘референт по инвестици-