

Что касается рифмы, то любые отступления от оригинала крайне нежелательны. Если при переводе все же была утеряна рифма между двумя строчками, рифмующимися в оригинале, то есть смысл компенсировать подобное упущение рифмой в том месте, где в оригинале ее не было. Главное – убедиться, что она уместна. Иногда, даже если все рифмы исходного текста были успешно сохранены, полезно ввести дополнительную рифму, для того чтобы текст на переводящем языке звучал естественно. Это обусловлено разным эмоциональным восприятием однотипных орфоэпических единиц представителями разных культур. Один и тот же стихотворный размер и один и тот же тип рифмы совершенно по-разному воспринимаются носителями разных языков.

©МГЛУ

КЛАССЫ РАЗГОВОРНОЙ ЛЕКСИКИ В МЕДИАТЕКСТЕ И ЕЕ ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ

А.А. МАТЮК, Т.П. КАРПИЛОВИЧ

Morphological and semantic classes of colloquial lexis used in the media texts in English and Russian are studied. It was found out that in both the texts notional classes of colloquial lexis prevail, while the media texts in Russian also contain functional classes of this lexis. The pragmatic functions of the most frequent semantic class (neutral colloquial words) have been disclosed

Ключевые слова: разговорная лексика, медиатекст, прагматическая функция

В последнее время функции СМИ значительно расширились – они не только сообщают информацию, но и убеждают и агитируют, т.е. являются средством воздействия на общественное сознание. Функция воздействия особенно ярко проявляется в лексике и синтаксисе языка СМИ, которые должны быть отобраны таким образом, чтобы привлечь внимание читательской аудитории к важной информации. К таким языковым средствам относятся элементы разговорной речи, приобретающие особую выразительность в медиатексте. Если разговорные синтаксические средства характеризуются лаконичностью и емкостью, то разговорные лексические единицы отличает массовость, демократичность и доступность.

Целью данного исследования является выявление классов разговорной лексики и ее функций в медиатекстах на английском и русском языках. Материалом исследования послужили тексты различных жанров из англоязычных качественных изданий “The Times” и “The Washington Post” и русскоязычных изданий белорусской прессы “СБ Беларусь сегодня”, “Народная газета”, “Минский курьер” и др.

Анализ частеречной принадлежности разговорной лексики в медиатекстах на двух языках показал, что ее большую часть составляют существительные и глаголы (в англоязычных изданиях их процентное соотношение составило 49% и 36% соответственно, в русскоязычных изданиях – 40% и 28%). Таким образом, было установлено, что авторы англоязычных медиатекстов несколько чаще прибегают к использованию разговорной лексики для достижения их выразительности. В англоязычной прессе преобладают знаменательные части речи, в то время как в русскоязычной белорусской прессе встречаются не только знаменательные, но и функциональные части речи (16% от общего количества разговорных слов).

Наиболее употребительным классом разговорной лексики в медиатекстах на обоих языках являются нейтральные разговорные слова, имеющие эквиваленты в общеупотребительной лексике. Их прагматические функции заключаются в повышении экспрессивности текста и привлечении внимания читателей, так как они выделяются на фоне более нейтрального окружения. Например: *А второй оказался весьма заковыристым*. При использовании в прямой речи эти средства часто имеют оценочную окраску, передавая личную позицию говорящего: *Если другие люди так же загорятся, как мы, проникнутся радостью творчества, думаю, будет больше **позитива** вокруг*.

Проведенный анализ показал, что употребление других семантических классов разговорной лексики в медиатекстах (просторечных, сленговых, жаргонных и диалектных слов) крайне редко, поскольку они могут придавать высказыванию не только шуточный и ироничный, но и грубый характер, отрицательно влияя на общее восприятие медиатекста.

©МГЛУ

АВТОМАТИЗАЦИЯ ТЕМАТИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АФОРИЗМОВ

М.А. МАЦНЕВА, Р.В. ДЕТСКИНА

The paper considers a notion of aphorism and its automatic subject classification. An aphorism is an original thought, spoken or written in a laconic (concise) and memorable form. According to our study the most common classification is a

subject one. There are monothematic and polythematic aphorisms. During the study on the ground of analysis of selected aphorisms a detailed algorithm of automatic system for thematic classification of English aphorisms was developed

Ключевые слова: афоризм, афористические высказывания, тематика, автоматическая тематическая классификация

Афоризмы и афористические высказывания живут в нашем языке с незапамятных времён. До сих пор не существует точного и общепринятого определения самого термина «афоризм».

Проведенный нами анализ показал, что наиболее распространенной классификацией англоязычных афоризмов в печатных изданиях и Интернет-ресурсах является тематическая классификация, при которой афоризмы делятся по темам, которые раскрываются в том или ином афоризме за счет использования отдельных слов или словосочетаний.

Тематики могут быть достаточно узкими, представленными лишь одним понятием (например, *Success*, *Beauty* и т.д.) или охватывающими более широкие темы, включающие в себя несколько понятий (например, *Life and Death*). Более широкие тематики охватывают афоризмы, объединенные на основании смежности тем, например *Art and Literature*, или наоборот полной их противоположности и противопоставлению друг другу, например *War and Peace*.

Для анализа нами было отобрано 230 текстов англоязычных афоризмов. Афористические единицы были разделены на монотематические, раскрывающие только одну тематику (*Success is often achieved by those who don't know that failure is inevitable. Coco Chanel. Theme: Success*), и политематические, представляющие несколько, порой противоречивых тематик (*Anyone who stops learning is old, whether at 20 or 80. Anyone who keeps learning stays young. The greatest thing in life is to keep your mind young. Henry Ford. Themes: Education, Old, Youth*).

Все монотематические афористические единицы были разделены на пять групп на основании тематической принадлежности афоризмов: *Education*, *Success*, *Happiness*, *Fashion*, *Beauty*. Тематики были выделены на основании тематических классификаций афоризмов на специализированных Интернет-порталах www.aphorismsgalore.com, www.aphorism4all.com. Наиболее многочисленная группа из отобранных афористических высказываний – *Education* (32%).

Все проанализированные афористические единицы, относящиеся к политематическим, были разделены на три группы в соответствие с количеством представленных в них тематик. Наиболее многочисленной группой в результате анализа оказалась группа афоризмов, которые можно отнести к двум тематикам – 71% от всех политематических афоризмов. Например, *Love isn't there to make us happy. I believe it exists to show us how much we can endure. Hermann Hesse*. Афоризмы, которые могут быть отнесены к трем тематикам, составили 24% от всех проанализированных политематических афоризмов. Наименьшее количество афоризмов (6%) могут быть отнесены к четырем тематикам.

В ходе последующей работы на основании проведенного тематического анализа отобранных афоризмов, а также с использованием полученных поисковых образов для выделенных тематик был разработан детальный алгоритм автоматической тематической классификации англоязычных афоризмов.

©ГДУ

МАДЫФІКАЦЫІ ФОРМЫ ДЗЁННІКА Ў СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ ПРОЗЕ

Г.Ю. НОВІК, А.В. БРАДЗІХІНА

The paper outlines the diary form modifications and specificity of its functioning in the contemporary Belarusian literature, taking into account the multilevel of modern writers' creative self-realization: non-fiction, fiction and blog literature. The conclusions drawn suggest that the causes of dated records modifications are connected with their historical conditioning (evolution) as well as the appearance of new literature tendencies

Ключавыя словы: дзённік, мемуары, аўтабіяграфічная літаратура, дакументальнасць, нон-фікшн, эсэ, блог, сцэпітура, фрагментарнасць, постмадэрнізм

Адметнае месца ў аўтабіяграфічнай літаратуры займае дзённік – датаваныя штодзённыя запісы, у якіх адлюстраваны здарэнні з жыцця іх стваральніка або тыя падзеі, сведкам якіх стаў аўтар. Адрозніваючыся ад мемуараў, эпісталаў, аўтабіяграфій, запісных кніжак, дыярыуш падчас сваёй эвалюцыі зазнаў шэраг мадыфікацый, што закранулі яго фармальна-зместавыя параметры.

Асноўныя ўласцівасці датаваных запісаў абумоўленыя прасторава-часовай арганізацыяй апаведу і спецыфікай выяўлення вобраза аўтара. Да першых адносяцца «падаенне асобы» аўтара, гіпатэтычная незавершанасць, рэфлексійнасць, маналагічнасць, мадыфікацыя сістэм мінулага і будучага часу, прымеркаванасць запісаў да пэўнай даты ці падзеі, іх перыядычнасць, паступальная дынаміка падзей, нерэтраспектыўнасць і звязаная з ёй апэратыўнасць, эклектычнасць; да другіх – фрагментарнасць, калажнасць, суб'ектыўнасць. Мемуары і дзённік, як блізкія літаратурныя з'явы, адрозніваюцца рознай ступенню дакументальнасці, кампазіцыяй (цэласнасцю – фрагментарнасцю),