

Общей семантической частью слов *barón* и *baron* является прямое номинативное значение. В отличие от испанского *barón* английское *baron* может употребляться еще в трех значениях, одно из которых: *a powerful businessman or financier* (обладающий властью бизнесмен или финансист) возникло в результате метонимического переноса. Здесь имеет место расширение значения.

Проведенный анализ подтверждает положение о том, что каждый язык отражает действительность через призму своей лексической и семантической структуры. Последнее и позволяет сделать следующий вывод: обозначения аристократических титулов в испанском и английском языках находятся в отношении частичного лексического соответствия, которое представлено в виде включения и пересечения их семантических структур; каждая из коррелятивных пар совпадает в прямом номинативном значении и различается в дополнительных.

КОНЦЕПТ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Степаненко С.Л.

Исследование и описание языковой картины мира является самым актуальным направлением современной лингвистической науки. Это связано с задачами межкультурной коммуникации, со стремлением постичь национальную ментальность, с пониманием необходимости изучения взаимодействия языковых и культурных категорий и в этой связи вскрытием механизма накопления культурной информации в слове.

Интерес современного человека к своему прошлому, к источникам своей культуры заставляет его внимательнее всмотреться в язык. Язык специфичен и уникален, так как по-разному фиксирует в себе мир и человека в нем. Огромная доля информации поступает к человеку через слово, и успех человека в обществе зависит от того, насколько хорошо он владеет словом, причем не столько даже в плане культуры речи, сколько в умении проникнуть в тайны языка. Философы говорят даже, что, досконально понимая слово, которое называет какой-либо предмет, явление, можно легче овладеть «вещным» миром.

Таким образом, тайна языка – главнейшая из тайн человечества: если ее раскрыть, то раскроются многие «сокрытые в веках или утраченные знания».

Человек воспринимает вымысел как реальность, переживает и осмысливает, страдает и наслаждается. Все это возможно лишь благодаря естественному языку. Ведущее место среди всех языков занимает естественный язык, ибо языковой знак способен стать экспонентом культуры.

Культура нашла удивительную возможность беспредельно расширить человеческий опыт, раздвигая пространственные и временные границы: человек, например, как бы живет в ней, переносясь в любую точку пространства и времени: в древнюю Троию или славянское поселение первого тысячелетия.

В своей деятельности человек имеет дело не с самим миром, а с репрезентациями этого мира, с когнитивными картинками и моделями. Поэтому мир представлен сквозь призму культуры и языка народа. Возможно интерес современного человека к своему прошлому, к источникам своей культуры заставляет его внимательнее всмотреться в язык.

Надо полагать, это и дает основание Ю.С. Степанову сказать, что «язык как бы незаметно направляет теоретическую мысль философов и других ученых» [2].

Действительно, крупнейшие философы XX века П. Флоренский, Н.Бор, Л.Витгенштейн, М. Хайдеггер отводили центральное место в своих концепциях языку.

В связи с этим в научный обиход активно вошло понятие «концепт» – как одной из важнейших в современной когнитологии [1].

Развитие когнитологии можно датировать работами немецкого философа В. фон Гумбольдта о народном духе – в XIX веке, затем, в XX веке, исследованиями Л. Витгенштейна и К. Поппера. За рубежом труды Дж. Лакоффа, Р. Лангакера, Ч. Филлмора, американских лингвистов, а также Е. Бартминского, А. Вежбицкой имели огромное влияние на формирование новой научной парадигмы – когнитивного взгляда на языковую деятельность [1].

Термин концепт в лингвистике имеет давнюю историю, например, ему посвящена появившаяся в 1928 году статья С.А. Аскольдова «Концепт и слово». Однако активно разрабатываться термин и теория концепта стали во второй половине XX века. Появилось огромное количество работ, связанных с проблематикой концепта, известных ученых Д.С. Лихачева, Ю.С.Степанова, В.В. Колесова, Р.М. Фрумкиной, Е.Д. Поповой, И.А. Стернина, А.А. Шмелева,

А.П. Бабушкина, Е.В. Рахлиной, А. Вежбицкой, Т. ван Дейка и многих других отечественных и зарубежных лингвистов.

Понятие концепта, его содержание и объем остаются объектом обсуждения. Но ясно, что концепт реализуется в словесном знаке и в языке в целом. В таком случае ядро концепта составляет совокупная речевая и языковая семантика слова [3].

Литература

1. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма, лингвистика – психология – когнитивная наука / Е.С. Кубрякова // ВЯ. 1994. № 4. С. 30–32.
2. Степанов Ю.С. В трёхмерном пространстве языка. Семиотические проблемы лингвистики, философии, искусства / Ю.С. Степанов. М., 1985. С. 5.
3. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский. Воронеж, 1987. С. 43.

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Сухоцкий К.А., Воронкина И.В.,

Белорусский государственный университет

Рекламная коммуникация включает в себя следующие основные элементы: коммуникатор (отправитель), сообщение (обращение), кодирование, канал коммуникации, целевая аудитория (получатель), декодирование. Результатом успешной коммуникации будет являться исполнение адресатом действия, которое являлось целью для коммуникатора. Можно утверждать, что успех рекламной коммуникации зависит от того в какой степени был учтён гендерный аспект применительно к каждому из элементов коммуникации.