

Кельты населяли Британские острова на протяжении примерно десяти веков. В связи с этим кельтский язык оказал наибольшее влияние на топонимы Великобритании. Мы выяснили, что римские и скандинавские завоеватели не наложили значительного отпечатка на географические названия, они внесли вклад преимущественно на определенных территориях: римляне – на юге и востоке Англии, викинги – на северо-востоке страны.

Примерами британских топонимов, имеющих кельтское происхождение, являются *Belfast, Mullaghbane, Dumbarton, Rostrevor, Ardglass*. Кроме этого, почти все названия рек имеют кельтское происхождение (например, *Avon, Thames, Severn, Axe, Exe, Usk*). Примерами британских географических названий латинского происхождения являются *Manchester, Oxford, Lincoln, Guilloford, Thelford, Fossway, Fosbroke, Portsmouth, Grimsby, Ullesthorpe, Denholme, Satterthwaite, Linthwaite, Northwich, Lowick, Ipswich* – примеры топонимов Великобритании, имеющих скандинавское происхождение.

Французский язык не оставил заметного следа на топонимии Англии. Его влияние выражается в основном в трансформации существующих английских названий во французские (например, название города *Chapel-in-the-forest* превратилось в *Chapel-en-le-Frith*, название *Chester-upon-Street* превратилось в *Chester-le-Street*). В части сложных названий продолжает сохраняться французский артикль «le»: *Clayton le Woods, Hutton le Hole, Thomton le Moors*.

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТОВ «ЖИЗНЬ»–«СМЕРТЬ» В ПАРЕМИОЛОГИИ АНГЛИЙСКОГО, РУССКОГО И ЯПОНСКОГО НАРОДОВ

Гончарова Е.М., Шушарина Г.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,
e-mail: lmk@knastu.ru*

Актуальность работы заключается том, что концепты, представленные в паремиологии народа, всегда вызвали особый интерес у различных культур. Паремии всех народов мира передают одни и те же типовые ситуации, имеют сходное логическое содержание, различаясь лишь образами (детальными, реалиями), с помощью которых передается логическое содержание.

В статье представлены пословицы и поговорки различных культур – японской, русской и английской. В первую очередь стоит заметить, что народы перечисленных культур исповедуют свою религию. Так русские и англичане принадлежат в большинстве своем к христианству, а японцы к буддизму или синтоизму. Кроме того, имеет место быть и географический аспект. Например, в русской культуре есть выражение «жизнь коротка»; в английской культуре можно найти эквивалент «*life is but a span*», где жизнь сравнивается с коротким промежутком времени; а в японской более поэтичное «*人世朝露の如し*», что в переводе означает «жизнь человека подобна утренней росе».

Интересным так же является использование образов животных при описании жизни или смерти. Например, в русской культуре часто можно услышать «живут как кошка с собакой» или «собачья смерть»; в английской культуре есть практически полный эквивалент «*lead a cat – and – dog life*», «*die a dog's death*», или «*die like a rat in the whole*»; в японской культуре есть свои образы «*犬と猿*», то есть жить как собака с обезьяной.

ЭКСПРЕССИВНАЯ ФУНКЦИЯ ПОСЛОВИЦ В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ

Губина Е.В., Шушарина Г.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,
e-mail: lmk@knastu.ru*

Употребление тех или иных пословиц на страницах газеты не случайно. Пословицы могут выступать как средство отражения жизненной позиции, этических норм и принципов поведения автора или героя статьи. Пословицы выступают как средство аргументации автором или героем статьи своей точки зрения, средство воздействия на адресата с целью убеждения. Пословицы вызывают у адресата речи ассоциации, которые не контролируются и возникают на подсознательном уровне.

Следует отметить, что очень часто в газетном дискурсе пословицы трансформируются с целью создания свежих по экспрессии и нестандартных по форме языковых единиц. При их преобразовании связь с первоисточником ослабляется, а значение целого перестает равняться сумме значений частей. Основные приемы трансформаций пословиц – сокращение компонентного состава, распространение компонентного состава, замена слова – компонента.

Эмоционально-экспрессивная функция пословиц проявляется в том случае, если в высказывании прямо выражено отношение человека к тому, о чем он говорит, или к ситуации. В группе контекстов, в которых эта функция пословиц является доминирующей, пословицы указывают на образную характеристику ситуации субъекта или объекта.

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «АМЕРИКА» В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ

Зорина В.В., Шушарина Г.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,
e-mail: lmk@knastu.ru*

Актуальность изучения концепта «Америка» объясняется той ролью, которую играет эта страна в современном мире и истории, а также политическими, культурными, социальными, экономическими и научными контактами народов России и Америки. Не последнюю роль в отношениях между народами играет процесс миграции. Многие россияне уезжают в США на постоянное место жительства.

На страницах российских СМИ в качестве языковых реализаций имени концепта используют различные наименования. В ходе детального изучения российских публицистических текстов можно сделать предварительный вывод о количестве употреблений в процентном соотношении. Так, имя США используется в 57% случаев, слова Америка употребляется 32% всех примеров. Кроме того, российские СМИ называют исследуемую страну как Штаты (4% от всех словоупотреблений), Запад в 1,3% случаев. Интересно, что в качестве синонимичного к «Западу» используется выражение «За океаном» (0,3%). В 3% примеров концепт актуализируется по имени столицы государства – Вашингтон. Встречается также такие имена концепта, как Дядюшка Сэм (0,2%), Супердержава (0,1%), Новый свет (0,1%).

Наиболее частотными лексемами изображения концепта АМЕРИКА, являются США и Америка. Остальные лексемы относятся к не частотным способам вербализации исследуемого концепта.