

**ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ**

Кашина Е.Ю., Егурнова А.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный  
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,  
e-mail: liza\_kashina@mail.ru*

В настоящее время невербальная коммуникация в гендерном аспекте недостаточно изучена и все чаще становится объектом исследования специалистами разных областей, поэтому в современном мире данная проблема актуальна. Более того, данная тема повсюду и описывает разнообразные гендерные стереотипы, которые разделяют общество на мужское и женское пространство, давая понять, что эти факторы привлекают интерес ученых к гендерной проблематике.

Согласно теоретическим исследованиям, гендерная невербальная коммуникация – это коммуникативное взаимодействие без использования слов, то есть без речевых и языковых средств, представленных в прямой или какой-либо знаковой форме. В данном случае, инструментом такого «общения» становится мужчина или женщина, обладающие особыми отличительными чертами и жестами в процессе передачи информации или обмена ею, которые включает в себя все формы самовыражения человека.

В аналитической части нашей работы материалом исследования послужили телевизионные рекламные ролики на английском языке. В процессе анализа мы выяснили, что невербальное поведение английских женщин в рекламе отличается от поведения мужчин-англичан. Женщины, как правило, более эмоциональны и более экспрессивно выражают свою половую принадлежность к «слабому полу». Мужчины, напротив, более сдержанны и не столь часто проявляют себя с помощью жестикуляции.

Различия по полу, отражаемые в невербальном поведении, привели к тому, что всевозможные жесты, мимика и телодвижения стали оцениваться как гендерные стереотипы, то есть стали устойчивыми по отношению как к женщинам, так и к мужчинам. Так, например, смущение у женщин-англичанок выражается потиранием щеки или области шеи; мужчины, в этом случае, потирают рукой нос или подбородок.

Итак, судя по невербальному поведению, мы можем многое узнать о характере или чувствах человека. Что касается рекламы, то чаще всего невербальная коммуникация бывает мало понятной для потребителя, поэтому результаты нашей дипломной работы способствует изучению поведения человека не только в реальной жизни, но и в телевидении.

**ЭВФЕМИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВОГО ПРОСТРАНСТВА**

Киселев И.Е., Малышева Н.В.

*Комсомольский-на-Амуре государственный  
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,  
e-mail: chaser92@mail.ru*

Со времен античности эвфемизмы рассматривались в качестве стилистического тропа, исполняющего роль словесного смягчения. Список коммуникативно значимых качеств речи сформировался еще в античности, о чем свидетельствуют труды Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана, других греческих и римских ученых V-I вв. до н.э.

Эвфемизм – это слово или выражение, заменяющее другое, неудобное для данной обстановки или грубое, неприятное.

В ходе нашего исследования мы разделили эвфемизмы на следующие группы:

1. Эвфемизмы, связанные с дискриминацией:
  - а) расовой, культурной, религиозной;
  - б) половой;
  - в) сексуальных меньшинств;
  - г) других видов.

Например, во избежание оскорбления чьих-либо религиозных чувств Christmas, обозначающее только религиозный христианский праздник, предлагают заменить на *Winterval (winter+festival)*. *HappyHolidays, Season's Greetings*.

2. Эвфемизмы, обозначающие страшные и неприятные явления действительности:

- а) смерть;
- б) болезнь;
- в) естественные потребности;
- г) физические недостатки;
- д) умственные и психические расстройства.

3. Эвфемизмы, связанные с влиянием государства на жизнь людей:

- а) военные действия;
- б) социальные пороки (пьянство, наркомания, проституция, преступность, ложь);
- в) бедность;
- г) непрестижные профессии;
- д) семья;
- е) учреждения госнадзора;
- ж) увольнения;
- з) академическая неуспеваемость: *involvement, conflict* (участие, конфликт) вместо *war* (война); *pacification* (подавление, усмирение) вместо *annihilation of military resistance* (уничтожение военного сопротивления); *device* вместо *bomb* (бомба).

4. Эвфемизмы, обозначающие внешний вид и возраст человека:

- а) вес;
- б) возраст;
- в) внешний вид;
- г) рост.

5. Эвфемизмы, обозначающие влияние человека флору и фауну.

6. Юмористические эвфемизмы.
7. Дипломатические эвфемизмы.
8. Эвфемизмы в языке рекламы.

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ НОВОСТНОГО ДИСКУРСА ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА HTTP://WWW.BBC.COM**

Королева Д.А., Шушарина Г.А.

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

Данная работа посвящена изучению особенностей перевода новостного дискурса информационного ресурса <http://www.bbc.com>, выявлению и типологизации используемых при переводе переводческих трансформаций. Актуальность определяется, всё более возрастающим интересом к изучению новых дискурсивных практик в электронном пространстве, особенно иноязычных СМИ. Интернет-ресурс [www.bbc.com](http://www.bbc.com) – веб-сайт Британской вещательной корпорации (Би-би-си). Среди наиболее частотных переводческих трансформаций, можно выделить добавление: *Most believe that boosting efficiency and renewables can meet their needs* (Большинство же населения планеты полагает, что вполне можно обойтись без мирного атома, за счет возобновляемых источников энергии и повышения эффективности.) При переводе данного предложения переводческая трансформация при-

менена дважды. Во-первых, добавлено конкретизирующее подлежащее словосочетание, во-вторых, осуществлено добавление придаточного предложения, отсутствующего в оригинале. Прием опущения можно проследить в следующем примере: «The lack of impact the Fukushima nuclear disaster in Japan has had on public views towards nuclear power in the UK and US is noteworthy...» (Отсутствие влияния ядерной катастрофы на Фукусиме на общественное мнение в США и Великобритании любопытно уже хотя бы потому...). Как правило, опущения применяются тогда, когда очевидным становится возникновение семантической избыточности.

В статье показана лишь незначительная часть примеров, отобранных для анализа.

#### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УСПЕШНУЮ ИНТЕРПРЕТАЦИЮ ФЕ

Краснолуцкая Ю.Е., Малышева Н.В.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, e-mail: shkoda-jul@list.ru*

Во фразообразовании огромную роль играет человеческий фактор, именно поэтому подавляющее большинство фразеологизмов связано с человеком. Большая распространенность соматических ФЕ объясняется тем, что названия частей человеческого тела входят в «ближний» круг предметной деятельности человека.

Для исследования восприятия ФЕ с компонентом-соматизмом была выдвинута следующая гипотеза: основными факторами, влияющими на успешную интерпретацию идиом, выступают их внутренняя форма и образность.

Для проверки данной гипотезы был проведен отсроченный направленный эксперимент с носителями английского языка, владеющими им в ситуации учебного билингвизма. В исследовании приняли участие тринадцать студентов лингвистов, обучающиеся на третьем курсе гуманитарного факультета КнАГТУ.

На предварительном этапе методом сплошной выборки были отобраны двенадцать ФЕ с компонентом-соматизмом «голова». Данные устойчивые выражения соотносились с различными частями речи и имели различную стилистическую и экспрессивную коннотации. Фразеологизмы предъявлялись изолированно, вне контекста. Респондентам было предложено выполнить следующее задание: «Переведите на русский язык приведенные ниже выражения».

Итак, в ходе данного психолингвистического эксперимента было доказано, что факторами, влияющими на восприятие носителями английского языка в ситуации учебного билингвизма соматических ФЕ с компонентом «голова», являются следующие:

- внутренняя форма и образность ФЕ;
- компонентный состав (а именно сильная лексема) ФЕ;
- ее структура.

#### ГЕНЕРАЛИЗАЦИЯ КАК ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ ПРИЕМ ПРИ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ АСИММЕТРИИ НА ПРИМЕРЕ ЯПОНСКИХ СЕРИАЛОВ

Кружкова О.А., Малышева Н.В.

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

Межъязыковая асимметрия плана содержания заключается в несовпадении объема значений, стилистических, эмоционально-оценочных коннотаций,

в различной денотативной соотнесенности и т.п. Межъязыковая асимметрия плана содержания множества диалексов не абсолютна и может иметь несколько степеней, за которыми стоят различные типы отношений семантического, стилистического и даже структурного несоответствия.

Одним из явлений межъязыковой асимметрии при переводе с одного языка на другой является генерализация, или обобщение понятий.

Рассмотрим генерализацию как переводческий прием при межъязыковой асимметрии на примере японских слов «koi» (恋) и «ai» (愛). Данные понятия обладают схожим друг с другом значением, однако между ними все же наблюдаются определенные семантические различия. Так, «koi» (恋) – это романтическая любовь, которая может быть эгоистичной, связанная с вожделением человека. «Ai» (愛) же означает не только романтическую любовь, но и любовь вообще: к человеку, родине, природе, партии и т.д., настоящую любовь с желанием давать.

Однако, в английских и русских субтитрах к японским сериалам при переводе данных слов широко используется прием генерализации, т.е. между «koi» и «ai» не проводится четкого разграничения, и оба этих слова в большинстве случаев интерпретируются переводчиком с помощью более общего понятия «love» или «любовь».

Использование генерализации как переводческого приема можно наблюдать и в переводе такого понятия как «gounin» (浪人), означающего в японском языке деклассированного самурая феодального периода Японии. Данное понятие часто встречается в японских исторических кинокартинах или сериалах, однако как русские, так и иностранные переводчики предпочитают заменять его словом «samurai», либо «warrrior» или «воин».

#### ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ЖЕНСКИХ ПЕРСОНАЖЕЙ С. ШЕЛДОНА

Липко С.Н., Шушарина Г.А.

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

Учеными разных стран уже давно была выявлена связь между речевым поведением человека и его возрастом, образованием и воспитанием, профессией и так далее. Не вызывает сомнения и влияние на речь пола человека. В данной работе рассматриваются только особенности женской речи в романах Сидни Шелдона. Еще с древности считалось, что женская речь – это отклонение от нормы, когда как мужская речь рассматривалась в качестве нормы. Это явление очень хорошо просматривается в романах С. Шелдона. Например, видны такие стереотипы как: женская болтливость, излишнее любопытство, а так же видно, что женщины меньше сквернословят и реже употребляют грубые, резкие выражения и всегда крайне вежливы.

Так же у Шелдона для женской речи характерно использование процессивов (т.е. элементарных сигналов внимания типа hmmm, ok, etc). Ведению беседы так же способствует более мягкая реакция женщин на перебив собственной речи. Можно наблюдать, что женщины начинают свой рассказ не с главного, а с мелких незначительных деталей, что нередко вызывает у собеседника или собеседницы раздражение.

Можно заметить, что нет каких-то однозначных отличий, которые можно было бы считать единственно верными и устоявшимися для произведений данного автора. Все героини разные, у всех разный ха-