

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-

ракти, социальное положение воспитание, а всё это, как известно, влияет и на речевой облик человека. Но так же очевидно и то, что несмотря на то, что женщины в романах С. Шелдона всегда волевые, сильные и целеустремлённые, посредством речи, он пытается сгладить некоторую грубость, и создать облик ранимого существа.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

Лукьянов Н.В., Шушарина Г.А.

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

Из лексических трансформаций при анализе перевода заголовков, чаще всего встречаются: конкретизация, добавление и опущение. Эти трансформации помогают передать смысл англоязычного заголовка наиболее точно и сжато. Другие лексические трансформации встречаются значительно реже.

Наиболее распространенной грамматической трансформацией, встречающейся при переводе английских газетных информационных заголовков на русский язык, является замена. В первую очередь, замена категории времени. Это непосредственно связано со стилистическими особенностями английских газетных заголовков, обусловленными рекламной функцией заголовков, желанием сделать заголовки ближе к читателю, тем самым завоевав его внимание. Анализ показал, что в заголовках формы настоящего времени используются вместо прошедшего времени.

Кроме того при переводе часто встречается замена членов предложения, что связано с различием строя английского и русского языков. Такое частое употребление именно этой трансформации во многом обусловлено необходимостью перевести пассивную конструкцию, которая очень характерна для английских газетных заголовков.

Распространенной заменой является замена частей речи. Это связано с различием строя языков. Стилистические особенности газетных заголовков не оказывают особого влияния на частотность употребления этой трансформации.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В ВОСТОЧНОЙ И ЗАПАДНОЙ КУЛЬТУРАХ

Орган Е.В., Егурнова А.А.

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, e-mail: lenok1922@mail.ru

Переговоры это вид совместной с партнером деятельности, как правило, направленной на решение проблемы. Они всегда предполагают, по крайней мере, двух участников, интересы, а зачастую и ценностные ориентации, которых частично совпадают, а частично – расходятся. В иных случаях мы имеем дело совсем с другими видами взаимодействия.

Ценностные ориентации – это, прежде всего предпочтения или отвержения определенных смыслов как жизнеорганизующих начал и (не) готовность вести себя в соответствии с ними.

Переговоры сопровождают предприятие на всех этапах его развития. От того, насколько грамотно, психологически верно они выстроены, зависит и успех предприятия, и его репутация в целом. Трудности на переговорах зачастую возникают в связи

с различиями в ожиданиях, которые нередко обусловлены различиями национальных культур. Знание национальной специфики ведения переговоров поможет избежать ошибок восприятия и произвести более благоприятное впечатление на партнера, установить с ним долгосрочные партнерские отношения.

В нашей работе мы провели сравнительный анализ ценностных ориентаций при ведении деловых переговоров в западной и восточной культурах.

Так, например, американский стиль ведения переговоров отличается достаточно высоким профессионализмом. При этом по сравнению с представителями других стран, члены американской делегации относительно самостоятельны при принятии решений и стремятся обсудить не только общие подходы, но и детали, связанные с реализацией договоренностей. Поэтому в процессе переговоров с ними необходимо выдвигать реальные и конкретные предложения.

Японцы, напротив, с детства воспитываются в духе «групповой солидарности», учатся подавлять свои индивидуалистические порывы, сдерживать амбиции, не выпячивать свои сильные качества. Японская мораль считает узы взаимной зависимости основой отношений между людьми. Поэтому японские предприниматели привыкли судить о партнере, прежде всего по его принадлежности к той или иной группе. Японские бизнесмены чрезвычайно щепетильны и очень ответственно относятся к принимаемому на себя обязательствам.

ПОЛИСЕМИЯ В АНГЛИЙСКОМ, ФРАНЦУЗСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Саджеева Н.А., Мальшева Н.В.

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

Полисемия слова (от латинского *poly* – «много»+ *sema* – «знак», соответственно, *polysema* – многозначный) – это наличие у языковой единицы более одного значения при условии их семантической связанности. Проведенное нами исследование восьми многозначных слов в четырех современных европейских языках позволило сделать следующие выводы: во французском языке на одно слово приходится в среднем около 10 значений, в английском и русском – по пять, в немецком по четыре. Среднее количество узкоконтекстуальных значений для русского языка составляет 32% от общего количества, для английского – 27%, для французского – 53% и для немецкого – 25% от общего количества значений.

В качестве примера можно рассмотреть значения слова «ключ» в данных языках. Применяв метод семного анализа, мы выяснили, что основные значения слова «ключ» насчитывают семы «предмет», «открывает что-то» или «дает доступ к чему-то». В русском языке слово «ключ» имеет 6 значений, в английском – 7, в немецком значений лишь 4, и во французском языке – 15.

В большинстве своем значения слова «ключ» в разных языках совпадают, однако в каждом языке присутствует несколько, не свойственных другим языкам. Так, уникальное значение, присущее только французскому – охотничий термин – лучшие собаки стаи. Только немецкому: схема распределения и выделения чего-либо. Только русскому: в царской России – отличительный знак камергера в виде золотого ключа, носимого на фалде мундирного фрака или на талии фрака либо мундира. Только английскому: основной тон или градус интенсивности чего-либо.

Можно сделать вывод, что во французском языке уровень многозначности – самый высокий, а в не-