

**Закключение.** Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что самыми частотными эргонимами, служащими для именования предприятий, кафе и ресторанов г. Берлина, являются немецко- и англоязычные эргонимы. По своей структуре эргонимы могут быть однокомпонентные и многокомпонентные. Наиболее продуктивным способом образования многокомпонентных эргонимов г. Берлина выступает синтаксический с преобладанием подчинительной связи в словосочетании.

1. Хоанг, Тхи Бен Национально-культурный аспект проприальной номинации в Беларуси и Вьетнаме (на материале эргонимии гг. Минска и Ханоя) : автореферат дис..... канд. филол. наук : 10.02.20 / Хоанг Тхи Бен ; Белорусский государственный университет. – Минск, 2017. – 28 с.

## **ЗВУКОПОДРАЖАНИЕ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ОБРАЗА В ПОВЕСТИ НИЛА ГЕЙМАНА «КОРАЛИНА»**

*Зейдина В.С., Кондратенко И.Ю.,*

*студентки 2 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Дулова Ю.В., ст. преп.*

Анализ художественного произведения предполагает обращение к языковым средствам создания образов. Несмотря на то, что исследование звукоподражаний (ономатопей) представляется перспективным, в современных трудах данному явлению уделяется незначительное внимание. *Актуальность* работы обусловлена недостаточной изученностью явления звукоподражания как средства создания образа литературного героя.

Цель исследования – определить функции звукоподражания в системе создания образа литературного героя в художественном произведении.

**Материал и методы.** Материалом исследования является повесть английского писателя Нила Геймана «Коралина». В работе были использованы герменевтический и дескриптивный методы анализа.

**Результаты и их обсуждение.** При изучении структуры повести Нила Геймана «Коралина» можно обнаружить множество языковых средств выразительности, которыми пользуется автор для иллюстрирования вымышленного мира глазами главного героя. Наряду с игрой слов, метафорами и аллюзиями, необходимо отметить и такой феномен, как звукоподражание. В толковом словаре русского языка под редакцией С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой дается следующее определение феномену звукоподражания: «Приблизительное воспроизведение природного звучания напоминающими его звуками речи, а также слово, возникающее путём такого подражания» [2, с. 227].

Главный герой повести Геймана – девочка-подросток Коралина, и повествование в произведении ведётся от её лица. Использование в данной повести звукоподражания – вариант восприятия реальности главной героиней, именно поэтому его употребление в тексте важно не только для придания большей выразительности и описательности, но и для создания более полного образа персонажа.

Начиная с первых страниц повести, встречается ономатопея, отражающая слуховое восприятие Коралины вне зависимости от того, какой объект его источник: окружающие её предметы или люди. Её слова в полной мере имитируют окружающие звуки, тем самым указывая на использование приёма прямого звукоподражания. Данный элемент притягивает внимание читателя к тексту и подталкивает его к углубленному осмыслению образа главного героя.

В первой главе сосед главной героини жалуется ей на неготовность мышиноного цирка к выступлениям: «Все мои песенки для мышей нужно играть в ритме «ту-дум, ту-дум». А белые мышки играют только «пам-парам», вот так» [1, с. 10]. Этот эпизод показывает, что слова Коралины не прямая передача речи соседа, а её собственная интерпретация услышанного. Используя приём прямой ономатопеи, Нил Гейман акцентирует внимание на герое Коралины как рассказчика собственной истории, так как замена слов «ту-дум, ту-дум» и «пам-парам» на описания «маршевая» и «трубящая музыка» изменило бы отведённую главной героине роль.

Немаловажным является использование звуков предметов окружающей действительности, которые слышит только Коралина: «Дождь стих, но только она начала засыпать, как откуда-то донеслось: «Т-т-т-т-т-т-т-т...» ... Звук не прекращался. «Кри-и-и-и-и-а-а-а-а-ак...» [1, с. 16]. «Снова забралась на стул, провела веником над дверью и... Дзинь...» [1, с. 34]. Эти эпизоды в очередной раз демонстрируют, каким образом Коралина осознаёт окружающую её реальность.

В её восприятии присутствует детская наивность, выражающаяся в использовании звукоподражаний, которые помогают читателю понять поступки героини в силу её возраста. В то же время она пропускает все события через призму собственного мышления и наделяет их своим индивидуальным оттенком. Данный приём – путь автора к созданию детализированного образа персонажа посредством распространённого, но редко используемого в таком контексте лингвистического явления.

**Заключение.** Таким образом, звукоподражание – явление, которое не ограничивается элементарной передачей звуков и их имитацией в текстах. Выявив особенности использования звукоподражаний в повести Нила Геймана, становится очевидным, что функции данного лингвистического явления гораздо шире. В художественной литературе ономотопея может участвовать в создании образов героев и способствовать более глубокому их осмыслению читателем.

1. Гейман, Н. Коралина: повесть / Н. Гейман. – Москва: Издательство АСТ, 2016. – 192 с.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., доп. / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: ООО «ИТИ Технологии», 2008. – 944 с.

## ОСОБЕННОСТИ АССИМИЛЯЦИИ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЦИЗМОВ)

*Ивантер К.А.,*

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*  
Научный руководитель – Бобрикова Е.П., ст. преп.

Изучение процесса заимствования слов является актуальным в разных языках мира. Как известно, процесс освоения и адаптации заимствований в разных языках протекает с разной скоростью, претерпевая некоторые изменения [1].

Цель статьи – изучить механизм заимствования английских лексем в русском языке. Процесс заимствования обладает континуальным характером, порою непредсказуемым, поэтому использованный подход, включающий статистический и корпусный анализ, классификация данных по аналогии, обусловил актуальность данного исследования.

**Материал и методы.** Материалом послужили 27 лексических единиц, являющимися кодифицированными англицизмами в русском языке. Описательным методом, методом сплошной выборки, статистическим и корпусным анализом были исследованы данные лексем.

**Результаты и обсуждения.** В ходе исследования были проанализированы 27 заимствований принадлежащих тематическому полю «Мода». В данной статье анализу были подвергнуты англицизмы, формирующие лексико-тематические группы, обозначающие различные профессии и косметику в мире моды и красоты. Язык-реципиент всегда пытается оказать влияние на форму, а иногда и содержание, инородного для него слова [1]. Так, среди самых распространённых способов заимствования из английского выделяют фонозаимствования, гибридизацию, калькирование, экзотизмы, композиты, тематические англицизмы. Все англицизмы будут, в первую очередь, являться тематическими (общая тема – мода), а также фонозаимствованиями (иностранность по звучанию). Стоит также отметить, что-то или иное слово может относиться к нескольким видам заимствований (напр., *стик* является фонозаимствованием, калькой, экзотизмом и тематическим англицизмом).

Рассмотрим наиболее продуктивные способы заимствований англицизмов на примере тематических групп.

В лексико-тематической группе «Наименования профессий и услуг в области моды и красоты», в которой насчитывается 5 лексем, самым продуктивным способом является композиционный, составляющий 60% случаев адаптации заимствований (*имиджмейкер*, *супермодель* и *топ-модель*). Так, примечателен случай заимствования лексемы *имиджмейкер*, пришедшее в русский язык от английского слова “*image-maker*” [1] (*image* – ‘образ’; *make* – ‘делать, создавать’, то есть, *имиджмейкер* – это ‘человек, который создает имидж, внешний образ’) [3]. Рассмотрим пример использования данного слова в контексте: «*И их этому научила целая команда профессиональных имиджмейкеров или, попросту говоря, стилистов*» (А. Луковкина, «Красота по-рублевски») [3]. Ко второму, менее продуктивному способу, относится калькирование, о чем свидетельствует 40% случаев заимствований (*дизайнер*, *стилист*). Рассмотрим данный прием на примере слова *дизайнер*, которое было заимствовано в русский язык из английского, т.е. *designer* [1] – это ‘специалист по дизайну, художник-конструктор’ [3]. Напр.: «*Она у нас*