

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.

Закключение. 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 (иностранные 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*

институт окончила, **дизайнер**, а работает отделочником деталей» (Н.В. Радулова «Неваляшка с секретом») [3].

В лексико-семантической группе наименований косметики, общим количеством 23 единицы, наблюдается следующая иерархия продуктивности механизмов заимствования. Так, 62% случаев приходится на калькирование (*бронзер, вейниш, глиттер, карвинг, кондиционер, консилер, лифтинг, пилинг, праймер, скраб, спонж, спрей, стик, тоник*). Типичная модель такого рода заимствования может быть проиллюстрирована на примере лексемы *краб*, которое было заимствовано в русский язык из английского от глагола *scrub* 'чистить, скрести' [1]. *Скраб* – это 'косметика для механического отшелушивания кожи' [3]. Приведем пример использования данной лексемы: «Узнав от Маши, что для лица и тела можно использовать **скраб**, Александр Михайлович сразу же приобрел себе его» (Д. Донцова «Доллары царя Гороха») [3]. Гибридизация является вторым по продуктивности в данной группе лексем способом заимствования и составляет 30% заимствований (*айлайнер, брашинг, колорирование, корректор, лайнер, софтвер, фиксатор*). Остановимся более подробно на лексеме *колорирование* – 'способ окрашивания волос с использованием нескольких тонов' [3], которое прочно вошло в русский лексикон от английского слова *coloring* 'окраска, окрашивание' [1]. Рассмотрим пример использования данной лексемы: «... я отправилась в парикмахерскую делать **колорирование**» (О. Олие «Блондинки тоже в тренде») [3]. Экзотизмы составляют 17% от общего числа лексем, обозначающих услуги в сфере моды (*брашинг, кайал, софтвер, стик*). Разберем более подробно лексему *стик*, которая также является англицизмом от англ. *stick* [1] 'палка'. Под этим словом подразумеваются сухие дезодоранты, консилеры в виде карандашей, румяна и т.д. [3]. Пример использования лексемы: «**И стик** видела в продаже, а спрея ещё не видела» (журнал «Красота, здоровье, отдых: Косметика и парфюм») [3]. Наименее продуктивным является композиционный способ заимствования. Только 8% лексем являются композитами (*айлайнер, хайлайтер*). Например, англицизм *хайлайтер*, от английского глагола *highlight* 'подчеркивать' [1] ("high" – максимальный уровень, пик; "lighter" – осветитель) означает 'средство для выделения отдельных участков, сокрытия недостатков' [3]. Например: «**В последнее время начат выпуск хайлайтеров с блёстками**» (А. Снегирева «Простенько, но со вкусом») [3].

Заключение. На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что англицизмы являются тематическими, фонозаимствованиями. Самыми распространенными способами заимствований в исследованном тематическом поле являются калькирование и композиты, за которыми следуют экзотизмы и гибриды. Однако, в ЛСГ «Профессии и услуги» продуктивным способом являются композиты, в то время как в ЛСГ «Косметика» – калькирование. Возможности калькирования ограничены: оно может быть использовано лишь тогда, когда у переводимой единицы есть составляющие и их сочетание мотивировано (*lifting-cream* от глагола англ. *lift* 'подтягивать (кожу)'). Композиты, принадлежащие ЛСГ «Профессии и услуги», тесно связаны с семантикой английского и русского языков, так как в профессии сочетается определенное действие и лицо, выполняющее это действие. Стоит отметить особую роль внутренней формы в процессе заимствования и ассимиляции лексем.

1. Oxford Learner's Dictionaries [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>. Дата доступа: 02.03.2021.
2. Pavlenko G.V. Problema osvoeniya inoyazychnykh zaимstvovaniy: yazykovoy i rechevoy aspekty (na materiale anglitsizmov kontsa XX v.): avtoref. dis. kand. filol. nauk [Problem of foreign language borrowings adaptation: linguistic and speech aspects (by examples of anglicisms of the late XX century): author's abstract of dissertation to apply for the degree of the candidate of philological sciences]. Taganrog, 1999. – P. 27.
3. Национальный корпус русского языка [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://ruscorpora.ru/new/search-main.html>. Дата доступа: 27.02.2021.
4. Энциклопедия моды [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://wiki.wildberries.ru/>. Дата доступа: 10.03.2021.

ПОСЛОВИЦЫ С ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКОЙ ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В ТУРКМЕНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Ильмурадова Э.Н., Хасанова Ш.С.,

студенты 3 курса ВГУ имени П.М. Машиерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Гречихо Т.А., канд. филол. наук, доцент

Короткие, образные предложения, относящиеся к разным аспектам жизни, воспитывающие положительные качества человека, называются пословицами. Народные пословицы считаются источниками мудрости и главными советчиками в жизни человека, так как они прошли испытания временем и дошли до наших дней.