

сравнения отвлеченного с отвлеченным. В «Энеиде» можно найти только два сравнения такого рода. Чаще всего Вергилий сравнивает материальное с материальным, при чем часто материальные, внешние признаки обусловлены внутренним, душевным процессом: **hic** Hecuba et natae nequiquam altaria circum, / praecipites alta **ceu** tempestate columbae [2, 2.515-517]. Гекуба и ее дочери жмутся друг к другу под влиянием охватившего их ужаса, подобно голубкам. Такие сравнения могут быть выражены или в краткой, или в сложной форме.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гобза, И. О. О сравнениях, встречающихся в «Энеиде» Вергилия / И. О. Гобза. – М. : Тип. Г. Лиснера и Д. Собко, 1912. – 46 с.
2. Вергилий. Энеида (Aeneid) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ancientrome.ru/antlitr/vergilius/index.htm>. – Дата доступа: 14.10.2022.
3. Лосев, А. Ф. Античная Литература / А. Ф. Лосев – М. : ЧеРо, 1997. – 543 с.

ЛАТИНИЗАЦИЯ РУССКОЙ ГРАФИКИ КАК СПОСОБ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ

Шарова И. В.

Гродненский государственный медицинский университет

Языковая игра – термин, в который разные авторы вкладывают не всегда единый смысл. Если о языковой игре вслед за Л. Витгенштейном говорит философ, называя так «язык и действия, с которыми он переплетен» [1, с. 83], он отмечает сам способ существования языка во всем многообразии способов его применения. Л. Витгенштейн подразумевает, что любая форма общения с использованием языка является языковой игрой. Когда филолог использует словосочетание «языковая игра», он называет особый способ употребления языковых знаков, отличный от «нормативного»: каламбур, шутка, разные виды тропов.

Для языковой игры используются ресурсы всех языковых уровней: фонетика, графика, орфография. Под графической игрой понимается манипулирование средствами графики, к которым относят буквы и знаки препинания.

Публицистические, рекламные тексты или тексты наиболее подвижной части современного языка, использующиеся в молодежной среде, активно демонстрируют вторжение латинской графики в кириллическую систему. Во многих случаях подобное смешение создается осознанно: BEERлога. Vuxta, Пит Stop, The Штаб (бары-кафе в Гродно), Я не WWWру (рубрика), SOSеди (заголовок), Livень (студия звукозаписи), О.К. на бис! (реклама оконных рам), PRоба (музыкальная премия), 5nizza (музыкальная группа), GRAMMAтика (заголовок), XPYCTEAM (сухарики). Подобную графическую игру встречаем и

в популярном латинизированном оформлении фамилий и имен (Абдуlove, ОбломOFF, ЛаринOFF, Оксана, Чайкоffский).

«Латинизация» создает возможность межъязыковых каламбуров: Two tickets to Dublin, please. – Куда, блин? – To Dublin. При этом просторечные единицы, невозможные по этическим причинам в системе одного языка, могут проникать в иную языковую систему: Факел (название журнала) и FAQкафе, «ЗаJOBись!» (заголовок интернет-статьи о поиске работы).

Активное заимствование лексических единиц способствует появлению в текстах различных стилей значительного количества слов в иноязычном написании. Не все слова в латинском написании со временем исчезают из лексического состава, уступая место осваиваемым языком кириллическим единицам. Некоторые из них закрепляются в языке в качестве первой части сложных слов, вторым компонентом которых оказывается слово в русском написании. Относительно новым явлением можно считать образование так называемых слов-«кентавров»: VIP-обслуживание, CDплеер, PR-менеджер, WEB-дизайн, SMS-ка, HR-менеджер.

Сродни языковой игре использование в художественном тексте языковых единиц с различной графикой – далеко не новый литературно-стилистический прием. При переводе подобных текстов на язык с другой графической системой возникает вопрос о том, совпадает ли использование и восприятие данного приема в оригинале либо на языке с той же системой графики с тем, как он воспринимается носителями языка с иной графической системой.

Следует отметить, что транслитерация русских лексем с помощью латиницы при чтении кириллического текста иногда может не вызывать затруднений (Babushka, Britva, Bezumni, Devotshka). Однако не сразу опознаются слова с йотированными гласными, шипящими согласными, твердым знаком, мягким «м», (Vtiharja, Baldiozh, baldiozhnyj, Maltshik, Shtutshka, Diadia, Tshelovek, Tshush, Naprotsh, Vestshi, Vonn, Zhiznn). Даже слово bratsy при кажущейся легкости прочтения становится ясным лишь в контексте, будучи использованным в качестве обращения. Таким образом, роль контекста при использовании данного приема повышается. Основным адресатом данного литературного приема становится читатель, увлеченный языковой игрой.

Если в «молодежных» текстах латиница используется естественно, почти бессознательно (названия музыкальных групп: Яйцы Фаберже, VeseЛЫЙ Rodger), то в других случаях такой естественности не наблюдается, зато игра слов вполне очевидна, например, в названии аптеки или рубрики музыкального телеканала: PRO ЗРЕНИЕ (игра слов – «прозрение», pro – лат. «для», т.е. для зрения, ради зрения), RECORDНЫЕ НОВОСТИ (о музыкальных записях, по-английски, records), DWESTИХИИ (реклама концерта, «примиряющего» два направления в современной музыке).

Граница между графическими системами может поддерживаться художественным оформлением – за счет курсива, заглавных букв, различных шрифтов (по МАХимуму), также довольно часто используются идеи пространственного расположения, симметрии, например, расположения на

разных строчках (УСТУПИ ДОРОГУ СКОРОЙ). В названии спортивного магазина ЗАРЯДКА и в рекламе молодежной музыки SVOБОДА симметрия усугубляется обыгрыванием сходства графем R и Я и стилем написания кириллического Д – как бы отраженного V.

Следует отметить, что в английском языке популярны графические игры с использованием наименований букв алфавита и фонетического облика числительных: 4 U – for you, IOU – I owe you, U2 – you too, ICQ – I seek you, FAQ – frequently asked questions (эксплицитное обращение к общенной лексике).

К трудностям и ошибкам, связанным с данным приемом, можно отнести:

1. Хаотичность применения, смешение, неразличение (например, на афишах группы «Ума Турман» их название представлено как UMATURMAN; а для названия кафе «ТОР» возможны обе расшифровки (теоретически не исключен кириллический вариант).

2. Неверное оформление названий сайтов и интернет-адресов, которые должны писаться латиницей, однако привычность и удобство кириллицы создает варианты типа www.kroxashop.ru; www.dwestuxuu.ru (ср.: «и» и «u»; «х» кириллическое и «x» латинское).

3. Трудности переключения из одной графики в другую при раскодировании написания могут привести, с одной стороны, к игре слов, с другой – к неверному истолкованию, как в афише с названиями спектаклей одного из театров: НЕ HAMLET PRO ТУРАНДОТ ВЕЕР ЛЕДИ УИНДЕРМИР. В первом из них проблема – как читать НЕ – по-русски или по-английски. Название третьего спектакля вначале автоматически воспринимается как английское «beer».

Рассмотренный материал позволяет сделать выводы относительно некоторых грамматико-стилистических характеристик латинских варваризмов:

1. Грамматический род устанавливается по аналогии с родом русского эквивалента: первЫЙ open air года; электроннАЯ dance music; живОЙ rock n'roll sound.

2. Латинизированные субстантивы (PR), в отличие от «кириллизировавшихся» (пиар) не склоняются.

3. Из-за совпадения формы и отчасти звучания не различаются графемы А, Е, К, М, О, Т.

4. Смешиваются, игнорируются либо обыгрываются различия в написании: У-У, И-И, Д-D, З-Z; звучание при этом может в значительной мере совпадать.

5. Часто используются маркеры-сигнализаторы «западности» (F, G, I, J, L, N, Q, R, S, U, V, W, Z) и «русскости» (Б, Г, Д, Ж, Л, Ф, Ц, Ч, Ш, Щ, Ъ, Ы, Ь, Э, Ю, Я); отчасти – И, М, П, Т, У (только в печатном или только в рукописном варианте).

6. В качестве игры слов встречается использование идеи симметрии, зеркального отражения двух графем; наиболее часто – в рекламных текстах.

7. Исключительную роль латиница играет в текстах, ориентированных на молодежную аудиторию (в рекламах «продвинутых» групп кириллицы

практически нет): Cream Soda, DJ SMASH, Mega ethnic hi-tech show OLMESA VIBE TEAM, Freak Performances, Olmeca Laser Show. В других случаях латинские вкрапления относятся к спорадически появляющимся элементам, однако сферы преимущественного использования латиницы формируют общественное сознание, делая латинские графемы (хотя бы для молодежи и «потребительской» части общества) привычными, «своими», не несущими угрозы, а, скорее, обозначающими некую приятную игру и шутку.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Витгенштейн, Л. Философские работы / Л. Витгенштейн // Философские исследования : пер. с нем. М. С. Козловой и Ю. А. Асеева. – М. : Гнозис, 1994. – Ч.1. – 612 с.
2. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : КомКнига, 2006. – 144 с.
3. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М. : Книга по Требованию, 2011. – 542 с.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКИХ ВУЗОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Шевчик-Гирис Е. М.

Гродненский государственный медицинский университет

В современных условиях стремительного развития науки, техники, компьютерных и нанотехнологий и быстрого обновления информации знание только специфических нюансов своей профессии перестает быть основным критерием оценки квалифицированного специалиста. Необходимость владения иностранным языком уже давно никем не оспаривается и воспринимается как неотъемлемая часть подготовки будущих врачей. В последнее время наблюдается рост мотивации изучения иностранных языков на неязыковых факультетах. Однако проблема приемов стимулирования познавательной деятельности студентов остается актуальной.

Одна из главных задач преподавателя состоит в том, чтобы вызвать у студентов правильную мотивацию их деятельности. И.Я. Лернер писал, что одной из главных целей обучения служит формирование способов и опыта творческой деятельности[1, с. 100-101], Если студент учит иностранный язык без достаточного к нему интереса, то процесс усвоения будет требовать у него постоянных усилий, а знания окажутся недостаточно прочными и глубокими. Осознание практической значимости знаний и возможности их дальнейшего применения являются более высоким уровнем «мотивации» изучения иностранных языков. И сегодня каждый преподаватель может использовать для этого как традиционные, проверенные методы, так и новейшие технологии.