

_____ is a basic requirement of any machine. At present the main _____ in any machine is the different service life of its parts. The first to break down are parts with _____. At present _____ are engaged in research into friction and wear and tear resistance. Sufficient reliability and long service life can be ensured by detecting _____ as soon as they appear.

Scientists ,faults, friction ,defect, reliability

Режим выполнения: в парах, письменно.

Контроль: взаимопроверка.

Подобные упражнения обеспечат подготовку будущих специалистов к эффективному общению по специальности, обеспечат развитие иноязычных умений по профессиональной тематике.

Источники и литература

1. Рожкова Ф.М. Вопросы обучения иностранным языкам в средних профессионально-технических училищах. – М., 1984.
2. Поляков О.Г. Профильно-ориентированное обучение английскому языку // ИЯШ. – 2004. – №3. – С.6–11.
3. Токменко О. Языки в профессиональном образовании: ключевые концепции. – К., Педагогическая пресса, 2003. – № 3. – С. 12–16
4. Семенчук Ю.О. Комплекс упражнений для обучения студентов англоязычной терминологической лексики. ИМ. – 2004. – №4. – С.24.
5. Мильруд Р.П., Максимова И.Р. Современные концептуальные принципы коммуникативного обучения иностранным языкам. – №4. – С.11.
6. Мельник А.И. Обучение студентов-медиков чтению профессионально ориентированных текстов на английском языке.

Новикова И.А.

ДИСКУРС АРТ-БИЗНЕСА КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

(на материале рекламной аннотации)

Развитие культурной жизни общества играет важную роль в современном мире. Творческое наследие великих мастеров хранится в разных странах: их произведениями гордятся лучшие музеи мира. Музеи, выставки, галереи и аукционы привлекают внимание как специалистов искусствоведов, арт-дилеров, журналистов так и широкой общественности. Этим объясняется тот факт, что тематика искусства воплощается в различных типах текстов. Это дает нам основание объединить тексты данной тематики в рамки одного дискурса, а именно в арт-дискурс. В данной работе мы рассматриваем рекламную аннотацию, как один из самых распространенных типов текстов, рассчитанный на массового читателя.

Выявление жанровой стилистической доминанты текста рекламной аннотации служит целью нашей работы.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: провести полный контекстуальный анализ текста рекламной аннотации; выявить свойственные ему лингвистические признаки и по выявленным признакам определить его жанровую стилистическую доминанту.

Ежедневно мы сталкиваемся с различными текстами рекламных аннотаций, но никогда не задумываемся о том, как текст аннотации может повлиять на нас и побудить подсознательно совершить то или иное действие. Текст аннотации, который мы выбрали для анализа с точки зрения языковых особенностей, является наглядным примером этого. Он вызывает желание посетить выставку не только логически обоснованной аргументацией, но и силой и эмоциональной напряженностью высказывания.

Аннотация – это краткое изложение содержания книги, статьи и т.п. [5, с. 25]. Назначение аннотации, ее объем, а также круг читателей, на которых аннотации рассчитаны, накладывают особый отпечаток на языковые особенности стиля аннотационных текстов. Чаще всего аннотация включает в себя элементы рекламы.

Реклама – неотъемлемый атрибут современности, который зародился еще на рассвете цивилизации, пережил разные этапы становления вместе с эволюцией человека, его потребностей и культурного развития [4, с. 3]. Сегодня реклама – это часть повседневной массовой культуры, форма коммуникации, которая пытается переложить качество товаров на язык понятный потребителю, то есть язык его позитивных стереотипов, запросов и потребностей [7, с. 40].

Мы рассмотрели текст аннотации на гипотекстовом, текстовом уровнях.

Графический контекст. Статистические данные показали нам что, текст аннотации состоит из 4 абзацев. Текст аннотации по объему небольшой: всего в аннотации (кроме названия) 282 слова (1523 знаков, 1804 знаков с пробелами). Начинается он с заголовка «Titian. The Magic of the Portrait». В тексте отсутствуют вопросительные и восклицательные знаки. Отсутствуют тире, которые часто выражают эмоциональные паузы. Используются кавычки для обозначения слов в переносном смысле: ‘movement of the soul’. С большой буквы пишутся имена собственные: Titian, Rubens, Lorenzo Lotto, the Age of the Renaissance, the Venetian Republic. Числовые данные представлены в графическом изображении: 35 portraits, 60 works, 14 coun-

tries, 16th century, Charles V.

Таким образом, на графическом уровне мы видим относительно слабый уровень экспрессивности.

Морфологический контекст.

Можно заметить, что в целом картина частотности употребления разных частей речи достаточно ровная. Обращает на себя внимание то, что существительные в тексте аннотации (2, 3 и 4 абзацы) преобладают там, где автор акцентирует внимание на самом художнике, эпохе его творчества, теме его художественных произведений и портретируемых, то есть, автор использует номинативные конструкции, когда речь идет о фактическом прошлом.

Лексико-семантический контекст занимает особое место в тексте аннотации. Ее содержательная сторона заключается в себе именно те лексические единицы, которые присущи описываемой тематической области. Поскольку текст аннотации посвящен выставке, то, соответственно, преобладает лексика области искусства. Примером этому служат слова: «exhibition, canvas, portraitist, work, portrait, master, draw, drawing, depict, show, artistic». Эти слова создают информативный блок аннотации и погружают человека в атмосферу выставки.

Текст аннотации насыщен положительно окрашенной лексикой, причем некоторые прилагательные употреблены в превосходной степени с целью воздействия на читателя, что является одним из способов реализации элементов рекламы. Еще одним элементом рекламы служит обилие числовых данных, перечисление исторических личностей: их количеством автор пытается привлечь внимание читателя к выставке. Например: «inexhaustible theme, brilliant and long-lasting success, the most important participants, a special place in the exhibition, elegant, remarkable female portraits, the most prestigious awards».

Для создания эмоционального тона аннотации используются такие стилистические средства как эпитеты: «inexhaustible theme, brilliant success, win the respect».

Официальная лексика противопоставляется эмоциональной, что задает единый эмоциональный тон текста, который является одним из признаков публицистического стиля. Кроме того, такой тщательный подбор лексики свидетельствует об авторской оценке происходящего. Именно в этом стиле отношение автора к предмету мысли выявляется особенно четко и ясно, что вытекает из самой функции публицистического стиля — оказывать воздействие на читателя, вызывать соответствующую реакцию, желательную для автора сообщения [1, с. 402].

Слово «портрет» является связующим элементом текста аннотации. Причем следует отметить, что оно выполняет роль подлежащего и дополнения, то есть является субъектом и объектом повествования.

Синтаксический контекст. Синтаксический анализ показал, что в данном тексте наряду с простыми предложениями используются сложные:

- простые: «Remarkable female portraits occupy a special place in the exhibition. These are elegant portraits of his contemporaries and also depictions of Biblical heroines».
- сложные: «At the same time as he did official portraits, Titian depicted personages whose portraits reflected the ‘movement of the soul,’ observing the manner of behavior and the most intimate emotions».

Синтаксическая организация предложений логически последовательна. На синтаксическом уровне автор применяет такие стилистические приемы как противопоставление «But the master never failed ...», параллельные конструкции: «The exhibition presents...; the exhibition concentrates on...». Содержание, выраженное в параллельных конструкциях, особенно легко воспринимается. Однотипность формы способствует более быстрому охвату содержания высказывания в целом [1, с. 417].

Композиционный контекст.

Текст аннотации состоит из нескольких логических частей. Ключевое слово заголовка «portrait» периодически повторяется в разных частях текста, тем самым, образуя рамочную конструкцию и связывая текст в единое целое.

В первом предложении аннотации представлен хронотоп. «13 September 2006- 21 January 2007. The Senat presents an exhibition of the great portraitist of the Age of the Renaissance, Tiziano Vecellio, known as Titian».

Экспонируемые портреты исторических личностей представлены во втором абзаце.

В третьем абзаце аннотации сообщается о работах Тициана, а именно о работе с портретом, как наиболее успешном и не истошаемом жанре живописи мастера.

В последнем абзаце статьи говорится о работах художника, которые занимают особое место в экспозиции.

В характерологическом контексте речь идет о выставке и ее содержании, а именно об экспонируемых портретах. Очевидно, что артефакты-портреты являются в данном тексте главными «героями». Они тесно переплетаются с рассказом о творчестве самого художника.

В тексте аннотации мы встречаем четыре типа портретов:

1. «Those who were in power at the time of master» (kings and cardinals). Причем следует отметить, что каждый портрет описывается индивидуально. Возвышенная лексика «very influential, superb portraits, immortalized the official character» используется для высокопоставленных особ.

2. Ко второй группе портретов относятся «family, friends, literary personalities, poets and intellectual elite». Автор подбирает другую группу эмоциональных слов, раскрывающих внутренний мир портретируемых: «human side, individuality, feelings, the most intimate emotions, manner of behavior, “movement of the soul».

3. «Unknown people and aristocrats» относятся к третьей группе портретов.

4. В четвертую особенную группу вошли «female portraits», которые занимают «special place» на выставке. К ним относятся «elegant portraits of his contemporaries, depictions of Biblical heroines».

Следовательно, автор текста намеренно демонстрирует несколько видов портрета, чтобы разнообразить описание выставки и заинтересовать адресата.

Хронологический контекст. Структура времени в данном тексте двухплановая. Первое – это настоящее время, время выставки. И второе – прошедшее, историческое, эпоха шестнадцатого века, время творчества художника. Хронология выражена, в первую очередь, глагольными формами. Для описания настоящего времени используются глаголы в Present Indefinite, а прошедшее время выражается с помощью Past Indefinite.

Так, например, «presents; concentrates, occupy; are; allows», «made; won; drew; did».

Рассмотрев текст рекламной аннотации, относящейся к дискурсу арт-бизнеса, на различных уровнях языка, мы выявили жанровую стилистическую доминанту текста, состоящую из двух элементов: информативного (сведения о месте, времени, теме выставки) и директивного (вызвать у читателя желание прийти на выставку). Текст относится к публицистическому стилю, жанр – рекламная аннотация.

Дальнейший подробный анализ большого количества текстов рекламной аннотации в тематике арт-дискурса и подробная систематизация полученных данных в последующих публикациях автора поможет сформировать четкую картину лингвистических особенностей данного типа текстов и выявить механизм влияния на аудиторию с помощью различных языковых средств как в тексте оригинала, так и тексте перевода, что и будет являться перспективой дальнейшего исследования.

Источники и литература

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.: Издательство литературы на иностранных языках. 1958. – 459 с.
2. Мельник П.Ю. Освоение социокультурных стереотипов в работе с рекламными сообщениями // Иноземні мови. – 2002. – № 1. – С. 12–15.
3. Новикова М.А. Семинар по теории и практике перевода и прикладной культурологии. – Симферополь: Таврический национальный университет, 2005-2006. – <Электронная версия>
4. Обритыко Б.А. Реклама и рекламная деятельность: Курс лекций. –К.: МАУП, 2002. – 239 с.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка, 15 изд. Стереотип. / Под ред.. Н.Ю. Шведовой. – М.: Русс.яз, 1984. – 816 с.
6. Стиль автора и стиль перевода: учебное пособие / М.А. Новикова, О.Н. Лебедь, М. Ю. Лукинова. – К.: УМК ВО при МинвузеУССР, 1988. – 84 с.
7. Эйдинов М. К вопросу о формировании понятия „реклама” // Реклама. –2000. –№ 2. – С. 40.

Усеїнов Т.Б.

РИФМА В РАМКАХ СРЕДНЕВЕКОВОГО КРЫМСКОТАТАРСКОГО СИЛЛАБИЧЕСКОГО СТИХА

Дослідження здійснено за підтримкою ДФФД України у мережах проекту “Відродження культурної спадщини кримських татар: мова і література”.

Крымскотатарская поэзия в составе устного народного творчества и письменной народной литературы сочинялась, как правило, при наличии *традиционной рифмы*.

Религиозно-суфийская же поэзия при том, что провозглашала превосходство смысла над формой, тем не менее, старалась (хотя и не всегда) соблюдать формальные требования к стихотворной форме и правилам её написания.

Даже при приблизительном звучании этот компонент стихотворного произведения, то есть *рифма*, обнаруживается и достаточно четко прослеживается в отмеченных литературных направлениях.

Если, по той или иной причине, стихотворение не содержит *рифмы*, то в этом случае данную функцию выполняет *начальная* или же *внутренняя аллитерация*.

Пример скороговорки:

Er kes maraması alıp,

Maramalandı,

Men maramamı alıp,

Maramalanamadım.

Подстрочный перевод:

Все взяли свои марама¹,

И обвязались,

Я взяла свою мараму,

И не смогла обвязаться [6, с.210].

¹ *Марама* – этнич. в крымскотатарском costume головное женское покрывало.