

Третий стереотип: тексты нужно переводить линейно, слева направо. Линейный перевод не способствует пониманию общего смысла текста. Только прочитав 4 строчки полностью, мы начинаем улавливать смысл, мысленно подбирая известные нам лексические единицы и создавая образы.

Обучение иностранному языку процесс многофакторный. В процессе овладения вторым языком у человека происходит формирование вторичной языковой личности. Этот процесс очень похож на тот, который происходит с ребенком в детстве. Наряду с объективными трудностями, которые возникают как у преподавателя, так и у обучаемого (недостаточное количество времени, незаинтересованность в процессе, оснащенность аудитории ТСО и т.д.), существуют и субъективные, личностные проблемы, не позволяющие добиться желаемого результата.

Данные достижения теоретической психолингвистики должны обязательно учитываться преподавателями-практиками в процессе обучения языкам для достижения наилучших результатов.

УДК 004:811.111:81'373.

Е.А. Нечаева, ст. преп. (ИГХТУ, Иваново, РФ)

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ ИЗ ОБЛАСТИ «PR» В РУССКУЮ ЛЕКСИЧЕСКУЮ СИСТЕМУ

При создании новой терминосистемы появляется необходимость передавать лексические единицы одного языка средствами другого языка. В конце 80-х гг. XX века на постсоветском пространстве зарождается новый социально-коммуникативный феномен «PR», его русскоязычная терминология до сих пор относится к развивающимся, в основу ее формирования были заложены многочисленные понятийные заимствования из английского языка. В данной работе мы анализируем способы передачи англоязычных терминов из области «PR» в русскую лексическую систему: на основе проведенного исследования текстовых материалов, отобранных согласно специальной методике, будут рассмотрены 9 способов переноса англоязычных терминов. Данный вопрос является в настоящее время неизученным и поэтому актуальным.

1. Калька – образование нового слова или нового значения слова путем буквального перевода соответствующей иноязычной языковой единицы. Важной особенностью кальки является соединение интернационального и национального. Например: *press pack* – *инфор-*

мационный комплект для прессы; **position** – позиционирование; **promotion** – продвижение.

2. Фонетическая и графическая системы английского и русского языков существенно различаются. Это привело к тому, что современный PR-дискурс содержит значительное количество **варваризмов**, т.е. иноязычных терминов с сохранением графики языка-источника. В нашей выборке есть следующие варваризмы: **anticrisis controlling; direct mail; leafleting; sampling; crisis action; sweet leafleting**. Наличие большого числа варваризмов мы объясняем тем фактом, что русскоязычная PR-терминология – лакунарна, в некоторых случаях невозможно заполнить лакуны (это связано с вопросом корреляции лексем, семемы и концепта).

3. **Транскрипция** – способ однозначной фиксации на письме звуковых характеристик отрезков речи. Ее можно проиллюстрировать следующими примерами: **public relations** /pʌblɪk rɪ'leɪʃ(ə)nz/ – *наб-лик рилейшнз*; **label** /'leɪb(ə)l/ – *лейбл*.

4. **Транслитерация** – перевод одной графической системы алфавита в другую (то есть передача букв одной письменности буквами другой): **slogan** /'slɔːɡən/ – *слоган*; **monitoring** /'mɒnɪt(ə)rɪŋ/ – *мони-торинг*; **logotype** /'lɒɡətaɪp/ – *логотип*.

5. Внимательное рассмотрение материала позволило нам обнаружить случаи полного совпадения результатов двух описанных выше подходов: **транскрипции = транслитерации**. Примеры полного совпадения транскрипции и транслитерации простые и короткие по написанию: **show** /ʃəʊ/ – *шоу*; **segment** /'segmənt/ – *сегмент*; **showmen** /'ʃəʊmən/ – *шоумен*.

6. **Транскрипция + Транслитерация**. Нами было проверено, что часть русского аналога английского PR-термина основана на звучании оригинала, а часть – на буквенных соответствиях, что хорошо видно при сопоставлении буквенного и звукового состава следующих слов: **zapping** /'zæpɪŋ/ – *зеппинг*; **consulting** /kən'sʌltɪŋ/ – *консалтинг*, например, в термине **zapping** и английский PR-термин, и его русский аналог **зеппинг** содержат двоякие согласные буквы, хотя в обоих случаях они служат для обозначения одиночного согласного звука /'zæpɪŋ/, но выполняют определенную графическую функцию.

7. Наша экспериментальная выборка показала, что в случае, когда объектом исследования становятся терминологические словосочетания, то мы можем говорить о так называемом **смешанном заимствовании**, при котором одна часть заимствуется из английского языка,

а другая может быть калькой или существующей в русском языке лексемой. Например: **internet promotion** – интернет продвижение; **advertisement showing** – рекламный шоуинг.

8. В практике заимствования и передачи лексем мы наблюдаем ещё один принцип – принцип этимологического соответствия, или транспозиции. **Транспозиция** заключается в том, что лексические единицы в разных языках, которые различаются по форме, но имеют общее лингвистическое происхождение, используются для передачи друг друга. Как правило, это греко-латинские заимствования: **norm** /nɔ:m/ – норма; **discourse** /'dɪskɔ:s/ – дискурс; **code** /kəʊd/ – кодекс; **politics** /'pɒlətɪks/ – политика; **oligarchy** /'ɒlɪgɑ:kɪ/ – олигархия.

9. **Способ прибавления аффиксов** можно продемонстрировать терминами: **sponsorship** /'spɒn(t)səʃɪp/ – спонсорство; **lobbying** /'lɒbɪŋ/ – лоббирование; **spokespersons** /'spəʊks 'pɜ:s(ə)nz / – спонук персоны; **badge** /bædʒ/ – бэджик, бейджик. К англоязычным основам добавляются русские аффиксы, например уменьшительно-ласкательный русский суффикс *-ик-* в слове *бейджик*, *бэджик*; русское окончание существительных множественного числа *-ы-* в термине *персоны*. Мы видим, как заимствования легко включаются в грамматическую парадигму русского языка.

Итак, процесс переноса лексем из одной лингвистической системы в другую не так прост и однозначен в отношении PR-терминологии, для которой эта проблема до сих пор очень актуальна.