

Актуальность данной проблемы определяется как растущим интересом лингвистики к риторическому аспекту коммуникации, так и той ролью, которую телевидение играет в современном мире. Язык телевидения приобрел господствующее положение, вобрав в себя и ассимилировав ресурсы всех функциональных стилей.

В ток-шоу ведущий обращается не только к массовому зрителю, но и к гостям студии. Эта двойной адресация считается одним из характерных признаков жанра ток-шоу. Ведущий ток-шоу, несомненно, определяет «лицо» передачи, являясь центральной фигурой ток-шоу, заявляет тему для обсуждения, производит выбор между эксплицитной и имплицитной информацией, делает некоторые выводы, направляет развитие диалога, создает определенный образ себя. Речевые стратегии способствуют максимально эффективной реализации всех целей и направлены на увеличение силы высказывания.

Выделяется восемь риторических стратегий, используемых ведущими ток-шоу Oprah, DrPhil, RickiLake: стратегии драматизации, идентификации, генерализации, индивидуализации, диалогизации, персонализации, актуализации темы и стратегия усиления ожидания.

Стратегия генерализации, например, реализуется с помощью употребления личного местоимения «we», в объем которого входят ведущий и адресаты сообщения: «We are the fast-food nation. We are the ones that are living in the fast lane, we're doing everything right now, and we are driven by immediate gratification». (Мы нация фаст-фуда. Мы единственные. Кто живет с большой скоростью, мы делаем все прямо сейчас, и нами движет немедленное вознаграждение).

Анализ ток-шоу помог сделать следующие выводы:

- 1) ток-шоу представляет собой информационно-развлекательный жанр;

- 2) ведущий ток-шоу представлен как особая личность;

- 3) очевидна приоритетность массового адресата, а речевое поведение ведущего ток-шоу ориентировано на соблюдение интересов массового зрителя;

- 4) приоритет массового адресата доказывает использование ведущими речевых стратегий, направленных на оптимизацию речевого воздействия на массового адресата, на привлечение внимания максимального количества телезрителей.

#### ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Русакова Е.П.

*Иркутский государственный лингвистический университет, Иркутск, e-mail: rep-2@mail.ru*

Формирование иноязычной компетенции и эффективная межкультурная коммуникация невозможны без знания так называемых прецедентных феноменов – пословиц, поговорок, цитат, имен известных личностей, ставших нарицательными.

Как показало проведенное исследование, источниками прецедентных феноменов выступают: Интернет, политические плакаты, лозунги, афоризмы, классические произведения литературы. Источниками прецедентов также являются рекламные тексты, анекдоты, пословицы, загадки, считалки, песни, фольклор, кинематография и мультипликация.

Интересен тот факт, что в разных культурах набор и источники прецедентных феноменов различны. В России, например, долгое время самым плодотворным источником прецедентных высказываний был кинематограф. Только в фильме «Бриллиантовая рука» насчитывают более ста национальных языковых прецедентов, вошедших затем в нашу национальную когнитивную базу («Наши люди в булочную на

такси не ездят!», «Достаточно одной таблеткой.», «Беги руку, Сеня!»).

В немецкой лингвокультуре прецедентными называются рекламные тексты. Например, рекламный слоган известной шведской фирмы IKEA (Wohnst du noch oder lebst du schon? – Ты уже живешь, или еще существуешь?) широко распространен сегодня и в обиходной речи немцев, а также часто используется журналистами в газетных заголовках: «Arbeitest du noch, oder lebst du schon?» – заголовок к статье о стрессе на работе в SpiegelOnline; «Telefonierst du noch oder chatest du schon?» – статья об IT-новинках; «Denkst du noch oder studierst du schon?» – лозунг дня открытых дверей в одном из немецких колледжей.

Прецедентные феномены входят в коллективные фоновые знания лингвокультурного сообщества и являются существенным элементом культурной грамотности языковой личности. Изучение мира носителей языка направлено на то, чтобы помочь понять особенности речеупотребления, дополнительные смысловые нагрузки, политические, культурные, исторические и тому подобные коннотации единиц языка и речи. Именно поэтому знание языковых прецедентов так важно для удачной межкультурной коммуникации.

#### AMERICAN BORROWINGS FROM OTHER LANGUAGES

Sakieva A.K.

*Karachai-Cherkess State Technological Academy, Cherkessk, e-mail: mariatharatokova@yandex.ru*

The process of creating new lexical items started as soon as the colonists began borrowing names for unfamiliar flora, fauna, and topography from the Native American languages. Examples of such names are opossum, raccoon, squash and moose (from Algonquian). Other Native American loanwords, such as wigwam or moccasin, describe artificial objects in common use among Native Americans. The languages of the other colonizing nations also added to the American vocabulary; for instance, cookie, cruller, stoop, and pit (of a fruit) from Dutch; levee, portage («carrying of boats or goods») and (probably) gopher from French; barbecue, stevedore, and rodeo from Spanish.

Among the earliest and most notable regular «English» additions to the American vocabulary, dating from the early days of colonization through the early 19th century, are terms describing the features of the North American landscape; for instance, run, branch, fork, snag, bluff, gulch, neck (of the woods), barrens, bottomland, notch, knob, riffle, rapids, watergap, cutoff, trail, timberline and divide. Already existing words such as creek, slough, sleet and (in later use) watershed received new meanings that were unknown in England.

Other noteworthy American toponyms are found among loanwords; for example, prairie, butte (French); bayou (Choctaw via Louisiana French); coulee (Canadian French, but used also in Louisiana with a different meaning); canyon, mesa, arroyo (Spanish); vlei, kill (Dutch, Hudson Valley).

The word corn, used in England to refer to wheat (or any cereal), came to denote the plant *Zea mays*, the most important crop in the U.S., originally named Indian corn by the earliest settlers; wheat, rye, barley, oats, etc. came to be collectively referred to as grain (or breadstuffs). Other notable farm related vocabulary additions were the new meanings assumed by barn (not only a building for hay and grain storage, but also for housing livestock) and team (not just the horses, but also the vehicle along with them), as well as, in various periods, the terms range, (corn) crib, truck, elevator, sharecropping and feedlot.

Ranch, later applied to a house style, derives from Mexican Spanish; most Spanish contributions came indeed after the War of 1812, with the opening of the West. Among these are, other than toponyms, chaps (from

chaparreras), plaza, lasso, bronco, buckaroo, rodeo; examples of «English» additions from the cowboy era are bad man, maverick, chuck («food») and Boot Hill; from the California Gold Rush came such idioms as hit pay dirt or strike it rich. The word blizzard probably originated in the West. A couple of notable late 18th century additions are the verb belittle and the noun bid, both first used in writing by Thomas Jefferson.

With the new continent developed new forms of dwelling, and hence a large inventory of words designating real estate concepts (land office, lot, outlands, waterfront, the verbs locate and relocate, betterment, addition, subdivision), types of property (log cabin, adobe in the 18th century; frame house, apartment, tenement house, shack, shanty in the 19th century; project, condominium, townhouse, split-level, mobile home, multi-family in the 20th century), and parts thereof (driveway, breezeway, backyard, dooryard; clapboard, siding, trim, baseboard; stoop (from Dutch), family room, den; and, in recent years, HVAC, central air, walkout basement).

Ever since the American Revolution, a great number of terms connected with the U.S. political institutions have entered the language; examples are run, gubernatorial, primary election, carpetbagger, repeater, lame duck and pork barrel. Some of these are internationally used (e.g. caucus, gerrymander, filibuster, exit poll).

The rise of capitalism, the development of industry and material innovations throughout the 19th and 20th centuries were the source of a massive stock of distinctive new words, phrases and idioms. Typical examples are the vocabulary of railroading (see further at rail terminology) and transportation terminology, ranging from names of roads (from dirt roads and back roads to freeways and parkways) to road infrastructure (parking lot, overpass, rest area), and from automotive terminology to public transit (e.g. in the sentence «riding the subway downtown»); such American introductions as commuter (from commutation ticket), concourse, to board (a vehicle), to park, double-park and parallel park (a car), double decker or the noun terminal have long been used in all dialects of English. Trades of various kinds have endowed (American) English with household words describing jobs and occupations (bartender, longshoreman, patrolman, hobo, bouncer, bellhop, roustabout, white collar, blue collar, employee, boss [from Dutch], intern, busboy, mortician, senior citizen), businesses and workplaces (department store, supermarket, thrift store, gift shop, drugstore, motel, main street, gas station, hardware store, savings and loan, hock [also from Dutch]), as well as general concepts and innovations (automated teller machine, smart card, cash register, dishwasher, reservation [as at hotels], pay envelope, movie, mileage, shortage, outage, blood bank).

Already existing English words – such as store, shop, dry goods, haberdashery, lumber – underwent shifts in meaning; some – such as mason, student, clerk, the verbs can (as in «canned goods»), ship, fix, carry, enroll (as in school), run (as in «run a business»), release and haul – were given new significations, while others (such as tradesman) have retained meanings that disappeared in England. From the world of business and finance came breakeven, merger, delisting, downsize, disintermediation, bottom line; from sports terminology came, jargon aside, Monday-morning quarterback, cheap shot, game plan (football); in the ballpark, out of left field, off base, hit and run, and many other idioms from baseball; gamblers coined bluff, blue chip, ante, bottom dollar, raw deal, pass the buck, ace in the hole, freeze-out, show-down; miners coined bedrock, bonanza, peter out, pan out and the verb prospect from the noun; and railroadmen are to be credited with make the grade, sidetrack, head-on, and the verb railroad. A number of Americanisms describing material innovations remained largely confined to North America: elevator, ground, gasoline; many automotive terms fall in this category, although many do not

(hatchback, SUV, station wagon, tailgate, motorhome, truck, pickup truck, to exhaust).

In addition to the above-mentioned loans from French, Spanish, Mexican Spanish, Dutch, and Native American languages, other accretions from foreign languages came with 19th and early 20th century immigration; notably, from Yiddish (chutzpah, schmooze and such idioms as need something like a hole in the head) and German – hamburger and culinary terms like frankfurter/franks, liverwurst, sauerkraut, wiener, deli(catessen); scram, kindergarten, gesundheit; musical terminology (whole note, half note, etc.); and apparently cookbook, fresh («impudent») and what gives? Such constructions as Are you coming with? and I like to dance (for «I like dancing») may also be the result of German or Yiddish influence.

Finally, a large number of English colloquialisms from various periods are American in origin; some have lost their American flavor (from OK and cool to nerd and 24/7), while others have not (have a nice day, sure); many are now distinctly old-fashioned (swell, groovy). Some English words now in general use, such as hijacking, disc jockey, boost, bulldoze and jazz, originated as American slang. Among the many English idioms of U.S. origin are get the hang of, take for a ride, bark up the wrong tree, keep tabs, run scared, take a backseat, have an edge over, stake a claim, take a shine to, in on the ground floor, bite off more than one can chew, off/on the wagon, stay put, inside track, stiff upper lip, bad hair day, throw a monkey wrench, under the weather, jump bail, come clean, come again?, it ain't over till it's over, what goes around comes around, and will the real x please stand up?

#### КОНЦЕПТ «ДРУЖБА» В АНГЛИЙСКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Сафроняк И.В., Шушарина Г.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре,  
e-mail: lmk@initkms.ru*

В современном мире понятие человеческих взаимоотношений многогранно реконструируется в психологии, лингвистике, социологии. Анализ эмоциональных проявлений, отраженных и закрепленных в различных языковых картинах мира, представляет важную информацию о культурологических особенностях носителей определенного языка, основанную на различных подходах к восприятию и пониманию концептов, раскрывающих духовно-нравственные и морально-этические измерения лингвокультуры.

Концепт «дружба», вызывающий повышенный интерес лингвистов, философов, лингвокультурологов, психологов, является мало изученным и достаточно спорным в силу многогранности данного понятия в различных языковых картинах мира. Высокая ценность и значимость концепта «дружба» в духовной жизни личности и всего общества подтверждается тем фактом, что в истории каждой национальной культуры вопросы, имеющие отношение к человеческим взаимоотношениям, таким как любовь и дружба, всегда имели и имеют первостепенное значение. Каждый народ по-своему понимает, в чем заключается смысл дружбы, кто является другом, почему дружба так необходима.

При рассмотрении концепта «дружба» в английской и китайской лингвокультурах были выявлены основные сходства и различия видения понятия дружбы в двух языковых картинах мира.

В китайском сознании дружба понимается как часть высоконравственных отношений, основанных на духовной близости и взаимной сердечной привязанности, в которых друг выступает добродетелем.

В английской лингвокультуре дружба понимается как продолжительное взаимоотношение людей, основанное на взаимной привязанности, выгоде, взаимопонимании, взаимопомощи и поддержке. При этом