

Говоря о ритме, необходимо иметь в виду, что данное просодическое явление неоднородно по своей структуре и включает два компонента: 1) изохронность как реализацию сильных и слабых элементов речевого потока (безударных, частично- и полноударных слогов) и их совокупностей (ритмических групп); 2) периодичность как временную организацию речевых единиц (ритмических групп, синтагм, фраз). Если в плане изохронности белорусский и французский языки противопоставлены русскому и английскому как языки со слогосчитающей и тактосчитающей базовой ритмической тенденцией соответственно, то в плане периодичности структурные характеристики позволяют противопоставить английский и французский языки белорусскому и русскому.

Выдвинутая нами гипотеза о том, что морфологическая структура языка является ритмообразующим фактором, т.к. определяет периодический компонент ритма, и детерминирует, тем самым, особенности просодического членения устной речи, подтвердилась результатами проведенного экспериментально-фонетического исследования.

Было установлено, что просодическая сегментация речи в синтетических языках отличается меньшей дробностью по сравнению с членением речи в аналитических языках. Благодаря обилию флексий и преобладанию в речи многосложных слов, речевые единицы синтетических языков имеют большую среднеслоговую длину. По сравнению с синтагмой в аналитических языках синтагма в русской и белорусской речи отличается большей средней акустической длительностью, а ее акцентно-ритмическая структура — большей сложностью. Длительность непрерывных фонационных периодов (речевых единиц, заключенных между темпоральными незаполненными паузами) больше в синтетических языках, чем в аналитических почти в 2 раза. Длительность межсинтагменной паузы, несущей делимитативную и ритмообразующую функцию, также флуктуирует в зависимости от грамматического типа языка — в аналитических языках она больше, чем в синтетических.

Таким образом, периодический компонент ритма, а следовательно, и особенности просодической сегментации речи в описываемых языках определяются типом грамматической структуры языка. В синтетических языках периодичность ритма характеризуется большей слоговой длиной и акустической длительностью речевых единиц и меньшей длительностью межсинтагменных и межфразовых темпоральных пауз по сравнению с аналитическими языками.

*Е.С. Шубина*  
*БГЭУ (Минск)*

## **ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЯЗЫКИ**

В последние десятилетия вследствие глобализации в немецкий язык, как и в русский, проникло значительное количество англицизмов: рейтинг, имидж, креативность, брэнд, рокеры и т.д. Однако в немецком языке это явление приобрело особый размах, так что лингвисты говорят уже о так называемом *Denglisch*. *Denglisch* — это форма немецкого языка, которая образовалась под сильным влиянием английского языка.

Ретивые журналисты, желая показать свою образованность, излишне активно употребляют в СМИ англицизмы.

Denglisch широко проник в сферу рекламы. Большое распространение получили рекламные слоганы на английском языке «Come in and find out», «One group, one utility», «Be inspired» и т.д. Но реклама на английском языке в Германии оказалась в результате только в проигрыше. Как показал опрос, проведенный Обществом «Немецкий язык», реклама на английском языке или с использованием английского, вообще непонятна или понимается искаженно. Только 8% опрошенных смогли более менее правильно перевести рекламные слоганы на немецкий язык. Поэтому вскоре рекламные агентства вновь переключились на немецкий язык. Авиакомпания Люфтганза вместо «There's no better way to fly» использует «Alles für diesen Moment». Douglas вместо «Come in and find out» употребляет «Douglas macht das Leben schön». Чем больше срастаются рынки, тем локальнее мыслит реклама.

Обеспокоенные распространением Denglisch интеллектуальные круги ФРГ объединились в Общество защиты национального языка. Вальтер Крамер, профессор кафедры статистики Дортмундского университета и основатель Общества «Немецкий язык», составил список предприятий-неудачников и усмотрел прямую связь между их неудачами и названиями этих предприятий на Denglisch: Feedback, Digital Advertising, Blue C Consulting, Tomorrow Internet, ebookers.

Также использование английского языка как языка концерна на уровне руководства может иметь фатальные последствия. Об этом свидетельствует падение курсов компаний Daimler Chrysler, Telekom и SAP на рынке. И противоположные примеры успешной деятельности Volkswagen в Шанхае и Porsche, где говорят по-немецки. Инженер не может точно и творчески высказываться на иностранном языке. Это сплошь приводит к недоразумениям, таково мнение представителей Общества («Markt» №№27,32 Goethe-Institut Inter Nationen, München). Нам представляется это мнение справедливым.

## Секция 2

### МЕЖКУЛЬТУРНАЯ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ

*Д.В. Афанасьева,  
Т.Н. Нестерович  
БГЭУ (Минск)*

#### ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ НА ОСНОВЕ СКАЗКИ С.Т. АКСАКОВА «АЛЕНЬКИЙ ЦВЕТОЧЕК»

Язык каждого народа представляет собой живой организм, неразрывно связанный с историей, культурой и социальной жизнью данного народа. В нем встречаются слова, в которых отражается связь языка и культуры, — культурный компонент семантики языковой единицы. К таким словам, прежде всего, относятся слова-реалии.