

-tíz, но и приставка *hund-*, обозначающая числительное 100. Это можно увидеть на примере числительного 90 – *hundnizontiz*. Эта особенность образования числительных также подтверждает происхождение системы от древнегерманского, так как $12 \cdot 5 = 60$, а после 60 система счета меняется. И количественные и порядковые числительные изменялись по падежам, как и прилагательные. Но отличие состоит в том, что количественные падежные формы совпадали с формами сильного склонения прилагательных. При этом только три числительных изменялись еще и по родам. Эти числительные: *an* – один, *twegen* – два, *þrie* – три. Также важно отметить, что числительные от 4 до 19 обычно не склоняются, если стоят в качестве определения при существительном, но склоняются в тех случаях, когда при них нет существительного. Числительные, обозначающие десятки, образуют родительный падеж на *-es* и на *-a*, *-ga*, дательный падеж на *-um*.

Подводя итоги, нужно отметить, что в процессе развития количественных числительных произошли следующие изменения: утрата категории рода и падежа. При этом сохранились способы образования.

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ И КОГНИТИВНЫЕ ОСНОВАНИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ НЕУДАЧ

Матвеев Н.А., Шушарина Г.А.

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

Развитие международных отношений влечет за собой повышение требований к качественному переводу. Перевод, в свою очередь, рассматривается как сложный и многогранный вид деятельности переводчика, при которой на другом языке создается текст, предназначенный для полноправной и адекватной замены оригинала в качестве композиционного равноценного последнему в устной или письменной форме. Как и любой другой вид деятельности, перевод выполняет определенную функцию в обществе. Он призван обеспечивать такую опосредованную коммуникацию, которая по своим возможностям максимально приближалась бы к обычной, одноязычной коммуникации, или осуществить культурный обмен, где важную роль имеют не перевод культурных реалий, которые отражают самобытность конкретного общества. Переводчик осуществляет не простую трансляцию текста, а выполняет роль посредника при взаимодействии различных культур, складов мышления, традиций, уровней развития в переводе без потери эмоционального эффекта языковой единицы исходного языка. Однако, зачастую в процессе перевода, специалист сталкивается с некоторыми трудностями, связанными с несовпадением значений, языковых картин мира, называемых объектов, систем и речевых норм исходного языка (ИЯ) и языка перевода (ЯП). Наибольшая степень эквивалентности отмечается в тех случаях, когда слово в переводе имеет и одинаковую стилистическую характеристику. В связи с вышеизложенным можно сказать, что неослабевающий интерес к выявлению мыслительных особенностей при переводе культурных особенностей конкретного общества на другой язык и связанных с этим переводческих неудач можно считать необходимым основанием для потенциального исследования.

Список литературы

1. Анкудинова М., Малышева Н.В. Адаптация англоязычных сериалов на российском телевидении // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – № 6-2. – С. 133.
2. Королева Д.А., Шушарина Г.А. Особенности перевода текстов новостного дискурса информационного ресурса <http://www.bbc.com> // Успехи современного естествознания. – 2012. – № 5. – С. 137-138.

РАЗВИТИЕ ЭТИМОЛОГИЧЕСКИХ ДУБЛЕТОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Мельников П.Н., Малышева Н.В.

*ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», Комсомольск-на-Амуре,
e-mail: russkii.93@mail.ru*

В терминологииэтимологическйдублеты– это слова, этимологически восходящие к одной и той же основе, но имеющие в современном языке различное значение, произношение и написание, ввиду того, что они появились в языке разными путями [1].

Важным языковым явлением в среднеанглийский период является появление этимологических дублетов англоскандинавского происхождения, к примеру, слова *skyrte* – «юбка» и *shirte* – «рубашка». Оба восходят к одному и тому же слову германского языка-основы, но по причине последующего расхождения языков – английского и скандинавского – у них развилась своя особая звуковая форма и свое значение. Так, в скандинавском слове *skyrta* начальные звуки сохраняются *-[sk]*, однако в английском слове *sceorte* начальный *[sk]* перешёл в *[ʃ]*. Приведем еще примеры англоскандинавских дублетов: др.-а. *scīd* («полено») > н.-а. *shide* («планка»); др.-а. *scīd* («полено») > н.-а. *skid* («тормоз»); др.-а. *ræran* («выращивать») > н.-а. *torear* («выращивать»).

Появление в английском языке слов, заимствованных из нормандского и парижского диалектов французского языка, привело к образованию нормандско-парижских этимологических дублетов [2]. В качестве примера приведем парижское слово *chatel* («движимое имущество»), сохранившееся в таком виде в среднеанглийский период и преобразовавшееся в нынешнем английском языке в *chattels*. Эти слова восходят к одному и тому же латинскому слову *capitalis*, что в переводе означает «главный», «основной». Тем не менее, в современном английском языке этимологические дублеты могут быть синонимами или ложными синонимами (*frail-fragile*) или иметь сходную форму и быть ложными омонимами (*corpse-corps*).

Подводя итог, можно сказать, что историческая общность многих этимологических дублетов может не ощущаться в настоящее время. Такие дублеты далеко разошлись по форме и значению, и сопоставление их проводится только при изучении языка в историческом плане. В практическом плане такие слова трудности не представляют, так как они не сближаются в современном сознании ни структурно, ни семантически, как *quest* и *host*. Однако некоторые этимологические дублеты приобрели прямо противоположные значения (*ward – guard*).

Список литературы

1. Мирошниченко, М.Г. Малышева Н.В. Французские варваризмы в английском лексиконе // Международный журнал экспериментального образования. – 2011. – №8. – С. 126.

КОММУНИКАТИВНАЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ АКТЕРОВ В ОБЩЕСТВЕ

Мокрополова А.Н.

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

Самопрезентация является важнейшей коммуникативной стратегией построения имиджа личности, отвечающей общей цели представить себя в выгодном свете и обеспечить свое коммуникативное доминирование [1, 2]. Коммуникативная самопрезентация включает в себя четыре прямых коммуникативных тактики: самопродвижение, заискивание, самозатруднение, экземплификация; и четыре не прямые ком-