

– терпение – *Rome was not built in a day*. – Рим не был построен в один день. Не сразу Москва строилась;

– важность человеческих качеств – *Appearances are deceptive*. – Внешность обманчива. Личиком гладок, да делами гадок. Не все то золото, что блестит. *Beauty is only skin deep*. – Не в красоте ценность человека. Красота преходяща. Снаружи красота, внутри пустота. Лицом хорош, да душою не пригож;

– умеренность – *Better an egg today than a hen tomorrow. A bird in the hand is worth two in the bush*. – Не сули журавля в небе, а дай синицу в руки;

– бережливость – *Take care of the pence and the pounds will take care of themselves*. – Копейка рубль бережет. По капле и море собирается.

Как видно из вышесказанного, такие языковые явления, как фразеологические единицы и пословицы, отражают культурно-значимые ценности, так как они основаны на культурно-национальном мировидении и интерпретации реалий окружающей действительности. Сравнивая особенности репрезентации культурных ценностей во фразеологических единицах и пословицах в англоязычной и русскоязычной лингвокультурах, можно заметить, что в них имеются и сходства, и отличия, обусловленные особым восприятием окружающей действительности.

#### **Список использованной литература**

1. Тен, Ю. П. Культурология и межкультурная коммуникация / Ю. П. Тен. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. – 328 с.
2. Садохин, А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации / А. П. Садохин. – М. : Высшая школа, 2005. – 310 с.
3. Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М., 2001. – 208 с.
4. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.

УДК 811.111'38'373:398.92:811.133.1'38'373:398.92

***И. М. Веренич***

#### **ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ, ОБРАЗОВАННЫЕ С ПОМОЩЬЮ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)**

*В данной статье на примере английского и французского языков исследуются способы образования фразеологизмов, построенных*

на игре слов (каламбуры), а также при помощи гиперболизации признака или качества какого-либо явления или предмета (фразеологические гиперболы). Автор статьи, приводя ряд примеров, выявляет сходные черты фразеологических единиц в сравниваемых языках. Данное сходство исторически обусловлено взаимодействием английского и французского языков, а также многочисленными заимствованиями из истории и Библии.

В современном английском и французском языке достаточно широко используются фразеологизмы. Фразеологические единицы – это обороты речи, которые состоят из двух или более слов, обладают воспроизводимостью, устойчивостью состава и структуры, а также целостным значением.

Фразеологические единицы могут иметь иронические, гиперболические, каламбурные и иные экспрессивные коннотации. В основе подобных фразеологизмов, как правило, лежит нереальный образ, порождение фантазии человека. Многие фразеологические единицы образуются с различной стилистической окраской. К таким фразеологизмам можно отнести:

1) Фразеологические гиперболы, в основе которых лежит преувеличение (гиперболизация) признака или качества данного явления или предмета в целях еще большего его выделения.

Например, во французском языке можно выделить следующие фразеологические гиперболы: *suer sang et eau suer* ‘трудиться до седьмого пота’, *contes à dormir debout* ‘бабьи рассказы, небылицы’, *nouloir rentrer sous terre* ‘быть готовым провалиться сквозь землю’, *aller comme le vent* ‘бежать сломя голову’, *tomber de la lune* ‘свалиться с луны’, *être (ravi) au septième ciel* ‘быть на седьмом небе от радости’, *faire d'une mouche un éléphant* ‘сделать из мухи слона’.

К фразеологическим гиперболам английского языка можно отнести аналогичные фразеологические единицы: *sweat one's guts out* ‘трудиться до седьмого пота’, *in the seventh heaven* ‘на седьмом небе, на вершине блаженства’, *make a mountain out of a molehill* ‘сделать из мухи слона (букв. сделать гору из кротовины)’, *split hairs* ‘вдаваться в чрезмерные тонкости’ [1, с. 100–101].

2) Игра слов (каламбуры).

В английской и французской фразеологии особое место занимают образные фразеологические единицы, построенные на игре слов (каламбуры). Писатели используют подобные фразеологизмы для достижения разнообразного комического эффекта.

Фразеологизмы, построенные на игре слов во французском языке, можно разделить на следующие группы:

– Словосочетания, построенные на двойком значении одного из компонентов.

Например, в основе фразеологизма *grir comme un cordelier* ‘пьян, как стелька’ лежит двойкое значение прилагательного *gris* ‘серый и пьяный’. Буквальное же значение словосочетания связано с тем, что монахи францисканского ордена *cordeliers* носили рясы серого цвета.

Другое употребительное в современном французском языке выражение *passer l'arme à gauche* ‘протянуть ноги (букв. переложить ружье на левое плечо)’ также объясняется игрой слов, построенной на двойком выражении глагола *passer* ‘перевести, переложить’ и ‘умереть’. А основой данного фразеологизма послужил следующий метафорический образ: переводя ружье на левое плечо, солдат становится в положение ‘вольно’, т. е. в положение покоя, что ассоциируется с человеком, ушедшим на ‘вечный покой’.

– Словосочетания, построенные на омонимической замене одного из компонентов. Во многих случаях замененное слово легко восстанавливается. Например, в таком фразеологизме, как *raisonner comme un tambour crevé* ‘нести вздор (букв. рассуждать, как лопнувший барабан)’, глагол *raisonner* употреблен вместо омонимичного *résonner* ‘звучать’, что ясно из буквального значения выражения.

Однако часто омонимическая замена не ощущается, и обнаружить ее удастся лишь с помощью этимологического анализа. Так, в фразеологической единице *avoir un chat dans la gorge* ‘говорить хриплым голосом (букв. иметь кошку в горле)’ существительное *chat* означает не всем известное домашнее животное, а комок или сгусток, образующийся в различных веществах. Существительное *chat* ‘кошка’ и *chat* ‘сгусток, комок’ рассматриваются как омонимы. Это и благоприятствовало возникновению каламбура в данном фразеологизме.

– Среди фразеологизмов французского языка выделяют также ономастические каламбуры, то есть словосочетания, построенные на двусмысленности собственных имен и географических названий, действительных или вымышленных. Например, выражение *faire Jacques des Loges* ‘удрать, смяться’ построено на игре слов *des Loges* и *déloger* ‘переезжать на другую квартиру’.

Игра слов лежит также в основе другого разговорного фразеологизма *à la Saint-Glinglin* ‘до второго пришествия, после дождичка в четверг’. Существительное *saint* здесь заменило по игре слов *seing* в его устаревшем значении *signal* ‘сигнал’, а *Glinglin* построено на сходстве в звучании старофранцузского глагола *glinguer* ‘звучать’ и вымышленного имени святого. Следовательно, данный фразеологизм означал *signal qui glingue* ‘сигнал, который звучит’, причем речь

шла о сигнале трубы, который по религиозному преданию, должен известить о наступлении дня 'страшного суда'. В английском языке данный фразеологизм звучит как *one fine day* 'после дождичка в четверг (букв. один прекрасный день)'.

Что касается фразеологизмов, построенных на сходстве в звучании между словом и географическим названием, можно привести следующий пример: *aller à Niort* 'отрицать' построено на сходстве звучания глагола *nier* 'отрицать' и *Niort* – названием города в западной Франции; *aller à Dormillon* 'ложиться спать' построено на игре сходнозвучающих слов *Dormillon* – вымышленное географическое название и *dormir* 'спать' [2, с. 252–254].

В английском языке фразеологические единицы, основанные на игре слов, встречаются, в основном, среди адъективных сравнений и являются фразеологическими каламбурами, построенными на обыгрывании омонимов. Например: *as cross as two sticks* 'в плохом настроении, не в духе, не на шутку рассерженный, зол как черт'. В данном фразеологизме игра слов основана на двух омонимах: *cross* 'не в духе, сердитый' и *cross* 'перекрещивающийся'. Фразеологизм *as tight as a drum* 'мертвецки пьяный, в стельку пьян' построен на омонимии слова *tight*: *tight* 'пьяный' и *tight* 'туго натянутый'.

В английском языке встречаются также каламбурные обороты других структурных типов. Например: *the land of Nod* 'царство сна'. Здесь игра слов основана на одинаковом звучании английского слова *nod* 'дремота' и библейской 'земли Нод', куда был сослан Каин за убийство своего брата Авеля. Благодаря данному каламбурному обороту, возник английский фразеологизм *go into the land of Nod* 'отправится спать' [3, с. 20].

Следует отметить, что некоторые совпадения фразеологических гипербола и каламбуров сравниваемых языков обусловлены заимствованиями из латинского языка, греко-римской мифологии, истории и Библии. Анализ подобных фразеологизмов нуждается в тщательном обобщении. Только рассмотрев глубже лексические особенности фразеологических каламбуров и гипербола английского и французского языков, можно проникнуть в национальный характер данных народов, а также увидеть, как много схожих фразеологизмов встречается в сравниваемых языках.

### Список использованной литературы

1. Голикова, Ж. А. О коннотативном аспекте значения фразеологических единиц и факторах его создания / Ж. А. Голикова // Романское и германское языкознание. – Минск: Высшая школа, 1984. – Выпуск № 14. – С. 100–105.

2. Назарян, А. Г. Фразеология современного французского языка / А. Г. Назарян. – Москва, 1976. – 316 с.

3. Кунин, А. В. Пути образования фразеологических единиц / А. В. Кунин // Иностранные языки в высшей школе. – М.: Высшая школа. – 1971. – № 1. – С. 8–21.

УДК 811.111'373.49'42:811.161.1'373.49'42

**В. Г. Гуд, О. С. Мохорева**

### **МАНИПУЛЯТИВНЫЙ АСПЕКТ ЭПИТЕТОВ И ЭВФЕМИЗМОВ В КИНООБОЗРЕНИЯХ**

*Настоящая статья посвящена проблеме использования языковых средств воздействия в медийном дискурсе и, в частности, в кинообзорах. В контексте медийного дискурса кинообзор занимает отдельное место. В работе приводятся основные способы воздействия на личность, сознание и мышление реципиента и исследуются языковые средства, эпитеты и эвфемизмы, с помощью которых достигается манипулятивный эффект. Особое внимание уделено анализу кинообзоров с точки зрения указанных средств воздействия.*

В настоящее время информация играет ключевую роль в жизни людей. Теперь от человека требуется не только владеть информацией, но и правильно ее использовать. Со стремительным развитием компьютерных технологий информация стала более доступной как для получения, так и для распространения, чем и пользуются все участники медийного дискурса.

По одной из теорий, возникновение человеческой речи объясняется необходимостью воздействия на другого участника коммуникации. В наши дни с помощью речи (в частности – письменной) не только воздействуют, но и манипулируют сознанием и мышлением реципиентов.

В данной статье рассматривается проблема использования языковых средств воздействия в кинообзорах.

По мнению А. А. Леонтьева, цель любого воздействия – это целенаправленная и определенная организация деятельности людей или отдельного реципиента. При воздействии на аудиторию или конкретного адресата мы стремимся выделить факторы, влияющие на эту деятельность, и избирательно оказываем на них давление. Такое влияние служит для облегчения осознания положения дел в современном