

нение словаря происходит за счет изменения значений слов и словосочетаний, ранее существовавших в языке (*lockdown, social distance*), с помощью создания новых словосочетаний и их сокращений (*coronavirus disease – COVID, immunity passport, масочно-перчаточный режим*), использования слов латинского происхождения (*virus, corona, prone*). В русском языке иногда используется калькирование заимствованных иностранных слов (*социальная дистанция, самоизоляция*).

Литература

1. Cambridge English Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/English/> (дата обращения: 23.04.20).
2. Мамулян А. С., Кашкин С. Ю. Англо-русский полный юридический словарь. Академическое издание. М.: Эксмо, 2008. 816 с.

УДК 811.13

А. И. Дубских (Магнитогорск, Россия)

Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова

Особенности культурного компонента семантики паремиологических единиц

В статье рассматриваются некоторые особенности отражения культурного компонента в семантике паремиологических единиц как знаков вторичной номинации. Анализируются паремии, содержащие характерную культурно-историческую информацию, существенную для языкового сознания французского этноса.

Ключевые слова: паремии, культурная информация, этнос, французский язык

В современной лингвистике преобладает научный интерес к изучению паремиологических средств национальных языков в рамках интеграции различных научных направлений лингвистики, в том числе лингвокогнитивного, лингвокультурного, дискурсивного подходов к данным языковым знакам. Актуальность и целесообразность исследования паремиологических единиц как знаков вторичной номинации в рамках лингвокультурного подхода определяется тем, что он предполагает идентифицировать ценные, значимые фрагменты знаний этноса, его отношение к миру посредством анализа культурно-исторической информации, лежащей в основе пословичных высказываний. Паремии – пословицы, поговорки, афоризмы, крылатые выражения – представляют собой культурно маркированные языковые знаки, краткие, меткие, поучительные и в большинстве образные народные изречения.

Особого внимания заслуживает пословица как краткое, устойчивое в речевом обиходе, ритмически организованное изречение назидательного характера, в котором зафиксированы национально-культурные установки и традиции этноса [14, с. 389]. Пословицами представлены разновидности культурных утверждений или аксиом [15]; [16].

В процессе изучения иностранного языка обучающиеся узнают, что пословицы существуют не только в родном языке, но они есть и у народов – представителей других национальных языков и культур. Люди, говорящие и на других языках, тоже придумывали пословицы, оставляя в них частицу мудрости своим будущим поколениям. Поэтому интересно не только постигать смысл этих языковых единиц, находить синонимичные пословицы, но и отыскивать похожие пословичные аналоги в других национальных языках и приобщаться к культуре народа, язык которого изучают на занятиях или языковых курсах.

Пословицы разных языковых культур, в том числе и французской культуры, многообразны, различны по происхождению, тесно связаны с историей, культурой, бытом французского этноса, в них запечатлены его дух, способы мышления и ценностные приоритеты.

Французские пословичные знаки наделены такими свойствами лингвистической единицы, как назидательный характер, диффузивность семантики, сохранение компонентами пословиц своих индивидуальных значений.

Назидательный характер связан с выполняемой пословицами в языке дидактико-прескриптивной функцией (*sobriété est mère de santé* “умеренность – мать здоровья”, *mauvais accomodement vaut mieux que bon process* “худой мир лучше доброй ссоры” [13].

Диффузивность семантики обусловлена тем, что денотатом пословиц служит класс ситуаций (*tant vaut l'homme, tant vaut la terre* “каков строитель, такова и обитель”, *ventre affamé n'a point d'oreilles* “голодное брюхо ушей не имеет, голодное брюхо к учению глухо”) [13].

Компоненты пословичных изречений могут сохранять свои индивидуальные значения (*Qui ne travaille pas, ne mange pas* “кто не работает, тот не ест”, *le mieux est l'ennemi du bien* “лучшее – враг хорошего”, *l'amour est aveugle* “любовь слепа”) [13].

Такое свойство пословичных знаков как употребление в речи для обобщения в назидательной форме какой-либо мысли что делает их эффективными средствами организации текста. Пословицы включаются в речь как коммуникативные языковые единицы – предложения, и как часть предложений [12, с. 205]. – *La faim chasse le loup du bois* et la petite peur pousse aux excuses, hé? dit-il. Tu es coulé, hein, mon bon? – Что *голод не тетка*, а от страха за свою шкуру запросишь прощенья, не так ли? – сказал он. – Тебе, голубчик, крышка [13].

Таким образом, указанные свойства пословиц определяют специфику содержательной структуры и синтаксической организации данных языковых знаков французского языка.

Французские пословицы объединяются в многочисленные тематические группы, наделенные высокой коммуникативной значимостью в современном языке. Встречаются пословицы, выражающие отношение французского этноса к труду, образованию, одежде, еде, здоровью, дружбе, к поведению и поступкам человека. Культурно маркированные паремические единицы включают в состав лексические единицы, представляющие бытовые реалии, названия блюд, напитков, денежных единиц и многое другое.

Этнографические реалии, представленные продуктами питания и напитками, составляют неотъемлемую часть культуры французского этноса. Мягкий французский климат в этой стране позволяет заниматься жителям виноделием и создавать хорошие вина. Гастрономическая лексика часто встречается во французских пословицах, ярко отражая национальное отношение к различным жизненным явлениям: *on ne connaît pas le vin au cercle ni l'homme à l'habit* “не угадаешь ни вино по обручу (бочки), ни человека по одежде”; *quand le vin est tiré, il faut le boire* “вино налито, надо его выпить; раз дело начато, приходится доводить его до конца; взялся за гуж, не говори, что не дюж”; *un bon cuisinier goûte sept fois son plat* “хороший повар пробует своё блюдо семь раз; семь раз отмерь, один раз отрежь”; *mange ton poisson, maintenant qu'il est frais, marie ta fille, maintenant qu'elle est jeune* “ешь свою рыбу пока, пока она свежа; выдавай свою дочь замуж, пока она молода”; *un Breton sans pain n'est pas bien, sans beurre il se meurt et sans pinard il se barre* “без хлеба бретонец нехороший, без масла он умирает, а без вина — убегает”; *le temps produit le vieux fromage* “лучший сыр — старый сыр, сыр созревает постепенно” и многие другие [1].

Приведенные в пример пословицы демонстрируют оценочные суждения французского народа о людях (не угадаешь человека по одежде), о их профессиональных качествах (хороший повар пробует своё блюдо семь раз), о том, что в жизни нужно делать все вовремя (выдавай свою дочь замуж, пока она молода), о характере жителей французских провинций (без хлеба бретонец нехороший, без масла он умирает, а без вина — убегает).

Так как Франция зарекомендовала себя как страна высокой моды, то для французов человек и одежда взаимосвязаны: *l'habit fait l'homme* “о человеке судят по одежде”, хотя с другой стороны актуальна и такая пословица *l'habit ne fait pas le moine*, где “не судят о книжке по обложке, или по одежке не судят” [1].

Этнографическая специфика, представленная географическими реалиями, отражается в такой пословице *des filles de Coulandon la chemise passé le jupon – Coulandon est une commune française située dans la région Auvergne. En effet, les filles de Coulandon avaient la réputation de s'habiller trop court* “девушки

французской коммуны Куландон, расположенной в регионе Овернь, были известны тем, что носили слишком короткие юбки”. Географические реалии – названия французских коммуны и региона Coulandon и Auvergne – подчеркивают особый национальный колорит этой пословице [1].

Таким образом, изучение пословиц имеет важное значение для понимания и правильного использования их в речи. А это возможно только с приобретением знаний об истории, культуре, быте, особенностях географического положения страны изучаемого языка [2]; [3]; [4]; [5]; [6]; [7]; [8]; [9]; [10]; [11]; [17]. Пробелы в знаниях о любом из указанных элементов, который представлен в основе паремиологических единиц, могут привести к ложному пониманию содержания высказывания в целом.

Литература

1. Гнездилова В. А. Французско-русский словарь пословиц и поговорок. М.: Мирта-Принт, 2001. 64 с.
2. Дубских А. И., Бутова А. В., Кисель О. В. Механизмы речевого воздействия в массмедиаальном дискурсе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 6(139). С. 107-112.
3. Залавина Т. Ю. Когнитивные и прагматические аспекты фразеологизмов со значением «порицание»: дис. ... канд. филол. наук; 10.02.19. Челябинск, 2007. 175 с.
4. Залавина Т. Ю. Приёмы активизации и стимулирования речевой деятельности студентов на иностранном языке // Педагогика, психология, общество: современные тренды: сб. материалов всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Чебоксары, 2020. С. 205-208.
5. Залавина Т. Ю., Антропова Л. И. Вариантность глагольных фразеологизмов-репрезентантов концепта «порицание» в национальных языках // Гуманитарно-педагогические исследования. 2018. Т. 2. № 2. С. 54-61.
6. Залавина Т. Ю. Когнитивные и прагматические аспекты фразеологизмов со значением «порицание»: автореф. дис. ... канд. филол. наук; 10.02.19. Челябинск, 2007. 25 с.
7. Залавина Т. Ю., Афанасьева О. Н., Шорохова Л. А. Паремиологический концепт «деньги» как форма ментальной репрезентации знаний о мире // Проблемы истории, филологии, культуры. 2016. № 1(51). С. 372–379.
8. Залавина Т. Ю. Семантическая структура глагольных фразеологизмов, содержащих концепт «порицание» (на материале французского языка) // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2005. Т. 11. № 12. С. 106-109.
9. Кисель О. В., Дубских А. И., Бутова А. В. Мотивы самопрезентации личности в интернет-пространстве посредством никнейма // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. № 5. С. 222-225.
10. Кисель О. В., Заруцкая Ж. Н. Межъязыковая передача личного имени через призму коннотативного аспекта семантики онимов // Проблемы истории, филологии, культуры. 2015. № 3(49). С. 393-399.

11. Линёва А. С., Залавина Т. Ю. The inner Form of Phraseological Units and the Linguistic Picture of the World // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. 2013. Т. 2. № 71. С. 132-134.
12. Назарян А. Г. История развития французской фразеологии. М.: Высш. шк., 1981. 278 с.
13. Французско-русский фразеологический словарь [Электронный ресурс]. URL: <https://dicipedia.com/dic-fr-ru-phraseterm-20041.htm> (дата обращения: 25.07.2020).
14. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Большая рос. энцикл., 2002. 709 с.
15. Dundes A. Interpreting folklore. Bloomington: Indiana University Press, 1980. P. 70.
16. Palmer G. B. Toward a theory of cultural linguistics. Texas: UT Press, 1996. 360 p.
17. Zalavina T. Y., Kisel O. V. "Blame" Concept in Phraseology: Cognitive-Semantic Aspect (Based on the French Language) // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. Т. 11. № 17. С. 9693-9703.

УДК 811.13

А. И. Дубских (Магнитогорск, Россия)

Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова

Особенности семантического преобразования фразеологизмов: образность и переосмысление

Статья затрагивает проблему образности и переосмысления как форм семантического преобразования фразеологических единиц. Выявляются и анализируются особенности семантической характеристики фразеологизмов на материале французского языка.

Ключевые слова: семантическое преобразование, фразеологическая единица, образность, переосмысление, метод аппликации

Образность как показатель семантического преобразования играет значительную роль в возникновении и развитии фразеологических единиц и определяет необходимость ее специального рассмотрения. Исследователи независимо от их взглядов на сущность фразеологических единиц, считают образность одним из ее важнейших признаков [1]; [3]; [13]; [14]. Фразеология требует определения, раскрывающего лингвистическую сущность образности.

В. Г. Гак определяет семантическую двуплановость образных единиц и позволяет уяснить механизм возникновения лингвистического образа. В основе образности лежит совмещенное видение двух картин: одна из них создает образное значение слова, а другая его буквальное значение. Эти две картины соответствуют двум различным значениям и накладываются друг на друга. В