

французском и русском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / И. М. Фирсова; Моск. гос. обл. ун-т. – М., 2012. – 19 с.

3. Шихова, Т. М. Пути формирования и функционирование интернациональных фразеологических единиц русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Т. М. Шихова; Днепрпетров. гос. ун-т им. 300-летия воссоед. Украины с Россией. – Днепрпетровск, 1990. – 16 с.

4. Солодухо, Э. М. Проблемы интернационализации фразеологии / Э. М. Солодухо. – Казань: Изд-во Казан. ун-та. – 1982. – 168 с.

5. Лепешаў, І. Я. Слоўнік фразеалагізмаў беларускай мовы / І. Я. Лепешаў. У 2-х тамах. – Мінск: Беларус. Энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008. – Т. 1. – 672 с. – Т. 2. – 704 с.

6. Lubensky, S. Russian-English dictionary of idioms / S. Lubensky. – New Haven: Yale University Press, 2013. – 992 с.

7. Кунин, А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1984. – 944с.

8. Фразеологический словарь русского языка / А. И. Молотков [и др.]; под ред. А. И. Молоткова. – М.: Советская энциклопедия, 1968. – 544 с.

УДК 811.11-821

Е. А. СОЛОМКО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии
Н. Н. Столярчук

ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ КАК ЭЛЕМЕНТ АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА

Картина мира – это целостный, глобальный образ мира, выступающий результатом всей духовной деятельности человека. Картина мира находит свое отражение в языке, что позволяет говорить о языковой картине мира. Языковая картина мира – исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности. Особая роль при изучении языковой картины мира принадлежит фразеологии, так как фразеологизмы играют важную роль в выявлении национально-культурных особенностей языкового коллектива.

Фразеологизм (фразеологическая единица) – устойчивое сочетание слов, которое характеризуется постоянным лексическим составом, грамматическим строением и известным носителям данного языка значением (в большинстве случаев – переносно-образным), не выводимым из значения составляющих фразеологизм компонентов. Фразеологизмам свойственно постоянство компонентов состава, грамматических категорий и экспрессии.

Имя собственное – имя существительное, обозначающее слово или словосочетание, предназначенное для именованья конкретного, вполне определенного предмета или явления, выделяющее этот предмет или явление из ряда од-

нотипных предметов или явлений. Имя собственное противопоставляется имени нарицательному, поскольку оно не связано непосредственно с понятием, его основное значение заключается в его связи с обозначаемым.

Фразеология английского языка всегда представляла научный интерес и привлекала внимание исследователей. Фразеологизмы – это особое явление в языке, они являются образными средствами языка, средствами украшения и обогащения речи. Большинство фразеологических сочетаний, возникших в сфере живой разговорной речи, обладают определенными эмоциональными, экспрессивными значениями.

В данной статье рассматриваются фразеологизмы, в состав которых входят имена собственные. Фразеологизмы с именами собственными не отличаются от других типов устойчивых словосочетаний: они построены по одним и тем же структурным моделям. Тем не менее, представляется возможным выделить такие фразеологизмы в отдельную группу, так как их появление и функционирование в языке обусловлено целым рядом факторов (исторических, экономических, духовных). Зачастую такие фразеологизмы выражают исторически сложившееся эмоционально-оценочное отношение народа к тем или иным явлениям либо историческим фактам.

Фразеологизмы английского языка, включающие в свой состав имена собственные, можно разделить на несколько групп:

1) Исконно английские фразеологизмы, отражающие реалии, обычаи и традиции, исторические факты:

David and Jonathan – неразлучные друзья. Brown, Jones and Robinson – «Браун, Джонс и Робинсон», простые, рядовые англичане. Good-time Charlie – гуляка, повеса, прожигатель жизни. Laugh like little Audrey – «смеяться, как малышка Одри», от души смеяться.

2) Фразеологизмы, взятые из литературных источников:

The tail wags the dog – «хвост виляет собакой», подчиненный командует начальником (Р. Киплинг). Dr. Jekyll and Mr. Hyde – человек, в котором одерживает верх то доброе начало, то злое. Man Friday – верный слуга.

3) Фразеологизмы, имеющие в своем составе библейские имена собственные (библейзмы):

The apple of Sodom – «красивый, но гнилой плод» (по преданию, около города Содомы росли яблоки, превращавшиеся при первом прикосновении к ним в дым и пепел). To raise Cain – «учинить скандал, поднять шум» (Кайн – убийца своего брата Авеля; это было первое убийство на Земле). A doubting Thomas – «Фома неверующий» (человек, которого трудно заставить поверить чему-либо).

4) Фразеологизмы, имеющие в своем составе имена собственные, связанные с античной мифологией (мифонимы):

Open Pandora's Box – «открыть ящик Пандоры» (сделать действие с необратимыми последствиями, которое нельзя отменить). Achilles' heel –

«ахиллесова пята» (самое уязвимое место). *Cut the Gordian knot* – «разрубить Гордиев узел» (разрешить трудную проблему быстро и смело).

Фразеология тесно связана с историей, культурой, традициями и литературой народа, говорящего на данном языке. Эта связь наиболее четко прослеживается в тех фразеологических единицах, в состав которых входит имя собственное. Многие фразеологические обороты этого типа связаны с фактами давно забытых дней, мотивация имени собственного (и всей фразеологической единицы) давно стерлась и может быть восстановлена только путем этимологического анализа. В синхронном плане большинство таких фразеологизмов утратило свою мотивацию. Когда англичане употребляют выражение *Hobson's choice* – «отсутствие какого-либо выбора», они зачастую не знают, что *Hobson* – фамилия реально существовавшего владельца конюшни, который не давал своим клиентам права выбора лошади. Будучи компонентом фразеологизма, имя собственное подчиняется тем же закономерностям, что и имена нарицательные в составе обычных фразеологизмов.

Зачастую буквальное значение имен собственных в составе фразеологизма теряется. Благодаря взаимодействию ономастических составляющих с другими элементами фразеологического оборота вся конструкция приобретает новое значение. Например: *to shoot Niagara* – решиться на отчаянный шаг; *Street English* – речь, насыщенная архаизмами, *to fight like Kilkeny cats* – бороться не на жизнь, а на смерть.

Таким образом можно отметить, что имя собственное, войдя в состав фразеологизма, приобретает значение и, будучи его компонентом, подчиняется тем же законам, что и имя нарицательное.

Исходя из всего вышеперечисленного, мы можем утверждать, что фразеологизмы играют немаловажную роль в нашей речи, делая ее более насыщенной, эмоционально наполненной и информативной. Но есть еще одна, куда более значимая, на мой взгляд, функция, которую выполняют фразеологизмы. Во внутренней форме фразеологизмов хранится культурная информация, которая придает им культурно-национальный колорит. В большинстве фразеологизмов есть «следы» национальной культуры, которые должны быть выявлены. Одним словом, фразеологизм – носитель социокультурной информации, то средство, на основе которого можно познать культуру любой нации, поэтому фразеологизмы необходимо изучать.

В заключении можно сделать несколько выводов:

1) в основе происхождения большинства английских фразеологизмов с именами собственными лежат традиции, обряды, античная мифология, литературные произведения, реальные персоны, легенды и т.д. Большую роль для английской фразеологии сыграли литературные произведения, имена персонажей которых входят в состав современных фразеологических единиц.

2) во фразеологических единицах отражается культура, быт, восприятие мира народа изучаемого языка. В них хранится информация, накопи-

вавшаяся веками и передававшаяся от поколения к поколению. Фразеологизмы – это хранилища, в которых содержатся знания о прошлом, стереотипы и всяческие установки; они являются важными элементами в формировании языковой картины мира. Благодаря им мы можем судить о менталитете, образе жизни и миропонимании той ли иной нации.

Список использованной литературы

1. Алефиренко, Н. Ф. Современные проблемы науки о языке : учеб. пособие / Н. Ф. Алефиренко. – 3-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2014. – 288 с.

2. Гриднева, Т. В. Фразеологическая картина мира и ее семантическое пространство / Т. В. Гриднева. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskaya-kartina-mira-i-ee-semanticheskoe-prostranstvo>. – Дата доступа : 12.03.2020.

УДК 81-23

Е. В. ФЛЯНТИКОВА

Беларусь, Гродно, ГрГМУ

Научный руководитель – профессор кафедры перевода и межкультурной коммуникации, кандидат филологических наук Л. В. Рычкова

НОМИНАЦИИ ЕДЫ И НАПИТКОВ В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ДАННЫХ НАЦИОНАЛЬНОГО КОРПУСА РУССКОГО ЯЗЫКА)

Еда и напитки – важная часть культуры любого народа. Они обладают витальным значением, являются важной составляющей обрядов, праздников, традиционных событий, обладают этнической и устойчивостью. Разнообразие традиционных для каждой культуры блюд формировалось под влиянием ряда условий: природно-географических, социальных, религиозных, исторических. Неслучайно изучению и описанию традиционной еды и напитков русского народа посвящено большое количество исследований историко-этнического характера (Д. К. Зеленин «Востонославянская этнография» [1], И. С. Лутовинова «Слово о пище русской» [2], В. М. Ковалев, Н. П. Могильный «Русская кухня: традиции и обычаи» [3], В. В. Похлебкин «Из истории русской кулинарной культуры: Кушать по-дано!» [4]). Данные работы акцентируют внимание на еде и напитках этноса в определенный период, позволяют составить перечень традиционных блюд, характерных для описываемого периода. Однако процессы глобализации оказывают влияние и на культуру питания: происходит заимствование блюд, меняется культура питания.

Язык представляет собой фактор культуры. Поэтому анализ языкового материала (составление списочного состава определенной лексико-семантической группы, учет частотности и времени употребления лексем) позволяет составить представление об использовании той или иной номи-