

Среди синтаксических средств убеждения можем выделить следующие:

1. Параллельные конструкции.

Пример 1: *They're bringing drugs. They're bringing crime* [5].

*They're taking our jobs. They're taking our money* [5].

Пример 2: *People saw it. People liked it. People respected it* [5].

2. Климакс — вид градации, ряд выражений, относящихся к одному и тому же явлению, причем выражения располагаются в порядке повышающейся их значимости так, что каждое последующее усиливает предыдущее [4].

Пример 3: *People saw it. People liked it. People respected it. People like what I say* [5].

Пример 4: *We're gonna start winning... you're gonna get used to winning... We're going to always win again* [5].

3. Антитеза — двухступенчатая структура, в которой противоположные объекты или идеи представлены словарными либо контекстуальными антонимами.

Пример 5: *...you're gonna get used to winning instead of getting used to losing... we always lose. We're going to always win again* [5].

4. Повторение и анафора — повторение слова или фразы в начале нескольких последующих предложений или их частей.

Пример 6: *...whether it's military, whether it's trade...* [5].

Пример 7: *People saw it. People liked it. People respected it. People like what I say* [5].

5. Эллипсис — опущение слов, необходимых для построения полной синтаксической конструкции.

Пример 8: *We don't know who they are; could be ISIS* [5].

Пример 9: *So, you see?* [5].

Данный список синтаксических языковых средств не претендует на завершенность, а лишь описывает результаты нашего исследования на данном этапе.

**Заключение.** Изучение языковых средств убеждения в политическом диалоге позволяет выяснить, что данная речевая тактика реализуется на уровне синтаксических языковых средств через использование параллельных конструкций, климакса, различного типа повторений, перечислений, эллипсиса и антитезы, или противопоставления. Помимо этого, убеждение может выражаться как вербально, так и невербально. При этом задействуются мимика, жесты, темп говорения, тон голоса, намеренное замедление и ускорение реплик, паузы.

#### Список цитируемых источников

1. *Василенко, Е. Н.* Языковые средства убеждения в политическом дискурсе : монография / Е. Н. Василенко. — Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2018. — 164 с.

2. *Кунцевич, С. Е.* Психологические аспекты политического дискурса / С. Е. Кунцевич // Вестн. МГЛУ. Сер. «Филология». — 2005. — № 4 (20). — С. 37—50.

3. *Основы социальной работы : учебник / отв. ред. П. Д. Павленок.* — М. : ИНФРА-М, 1999. — 368 с.

4. Психологическая академия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://psychology.academic.ru/>. — Дата доступа: 10.09.2019.

5. Международный интернет-портал YouTube [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.YouTube.com/>. — Дата доступа: 05.09.2019.

УДК 800

А. О. Ротьюко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

### СЕМАНТИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ, ВКЛЮЧАЮЩИХ КОМПОНЕНТЫ *BIG* И *SMALL* (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

**Введение.** Актуальность исследования обусловлена изучением особенностей языковой репрезентации размеров объектов действительности, спецификой противопоставления параметров *big* и *small* в языке, а также их употребление в языке для выражения определенных характеристик и параметров. Детализация данных параметров и представленность антинормы в структуре фразеологических единиц, которые определяют семантику устойчивых единиц, представляет значительный интерес.

Цель исследования заключается в определении специфики значения фразеологических единиц, включающих компоненты *big* и *small*, в английском языке.

Объектом изучения выступают фразеологические единицы английского языка, в состав которых входят компоненты *big* и *small*.

В качестве ведущего метода был использован метод компонентного анализа.

**Основная часть.** В ходе исследования из фразеологических словарей английского языка [1; 2] методом сплошной выборки были отобраны фразеологические единицы, включающие компоненты *big* и *small*. Далее была определена семантика данных лексических единиц, и рассмотренные фразеологические единицы были сгруппированы в соответствии со значением, которое они выражают, по ряду признаков (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Подгруппы фразеологических единиц с компонентами *big* и *small*

Семантическая подгруппа	Фразеологические единицы, %
Успех (success)	35
Черты характера человека (character traits)	27
Ситуации (situations)	22
Количество (amount)	10
Время (time)	4
Размер (size)	2

В процессе определения семантики данных лексических единиц было выявлено, что доминирующей группой являются фразеологические единицы со значением успешности (success) — 35 %.

В значении данных лексических единиц отражены следующие характеристики: успешность (70 % лексических единиц); неуспешность (30 % лексических единиц).

Все фразеологизмы, которые могут использоваться для названия успешных людей, имеют в своём составе компонент *big*: *a big cheese/wheel/fish/gun/name/noise/shot*, *big kahuna/enchilada*, *big daddy* ‘большой/успешный / наиболее влиятельный человек’. Данные сочетания выражают важность и влиятельность, относятся к человеку, занимающему высокое положение.

Лексические единицы, выражающие успешность, были подразделены на группы в соответствии с двумя признаками (таблица 2).

Т а б л и ц а 2 — Подгруппы фразеологических единиц, выражающих успешность

Семантическая подгруппа	Фразеологические единицы, %
Фразеологизмы, относящиеся к человеку	56
Фразеологизмы, относящиеся к ситуации	44

Среди фразеологизмов, выражающих ситуацию успешности, также закономерным является использование компонента *big*. Например, *a big deal* ‘большое/успешное дело’, *to play in the big leagues* ‘быть в команде высшего уровня’, *to make it big* ‘достичь успеха/славы’, *to play a big part in something* ‘быть важным в каком-либо деле’. Такие фразеологические единицы обозначают ситуации, в которых достигается успех.

В языке зачастую репрезентированы антиномии, которые можно обнаружить в реальном мире. Соответственно, нами были выявлены случаи языкового обозначения при помощи фразеологического кода не только положительных, успешных ситуаций, но и ситуаций, выражающих неуспешность (таблица 3).

Т а б л и ц а 3 — Подгруппы фразеологических единиц, выражающих неуспешность

Семантическая подгруппа	Фразеологические единицы, %
Фразеологизмы, относящиеся к человеку	40
Фразеологизмы, относящиеся к ситуации	40
Фразеологизмы, выражающие ложную успешность	20

В составе фразеологизмов, выражающих неуспешность, преобладает компонент *small* (80 %). Среди таких фразеологических единиц выделим выражения, которые можно отнести к людям, не добившимся успехов в какой-либо деятельности. Например, *small fry*, *small potatoes*, *small change* ‘человек, занимающий незначительное положение’. Такие фразеологизмы обозначают незначительность, отсутствие важной роли в каком-либо деле.

Фразеологизмы, относящиеся к ситуации, в которой человек не может добиться успеха, имеют значение неважности: *play a small part (in something)* ‘иметь незначительную роль в чём-либо’, *feel small*

‘чувствовать свою незначительность в каком-либо деле’, *to make one feel small* ‘заставить кого-либо чувствовать себя неважным/неуспешным’.

Выделяются также фразеологические выражения, выражающие ложную успешность. К примеру, *to get too big for somebody's boots* ‘представляться более успешным, чем есть на самом деле’, *too big for (one's) britches* ‘быть слишком самоуверенным в собственной значимости / переоценивать возможности человека’, *to talk big* ‘переоценивать свой успех’. Они используются в случаях, когда говорят о переоценивании своих либо чужих возможностей.

Выделяются также выражения, которыми можно назвать человека успешным только в узкой сфере либо малой группе. К таким фразеологическим единицам относят выражение *a big fish / frog in a small pond* ‘иметь большое влияние / быть успешным в незначительном деле’. В более масштабной сфере человек не будет иметь такого успеха, в таком случае данные фразеологизмы могут использоваться в значении неуспешности.

**Заключение.** Семантика фразеологических единиц, включающих компоненты *big* и *small*, является достаточно разнообразной. Для обозначения успешности в английских фразеологизмах в основном употребляется компонент *big*. Исключение составляют выражения с обозначением успешности только в узкой сфере. Можно предположить, что это связано с ассоциациями слова *big* с чем-то значительным и грандиозным. В то же время в составе фразеологизмов со значением неуспешности также употребляется компонент *big*, однако большинство выражений имеют в составе компонент *small*. При этом прослеживается употребление фразеологизмов со значением успешности/неуспешности в переносном смысле.

#### Список цитируемых источников

1. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. — Изд. 3-е, стер. — М.: Рус. яз., 2001. — 264 с.
2. Митина, И. Е. Словарь английских идиом / И. Е. Митина. — СПб.: КАРО, 2001. — 160 с.

УДК 81.271.2

И. В. Сыгина, З. И. Корзун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

### МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

**Введение.** Язык — мощное средство регуляции деятельности людей в различных сферах. Будучи орудием общения, язык, как зеркало, отражает особенности его носителей, их культуру и историю, реагирует на все изменения в обществе. Современный мир динамично развивается, вместе с ним в постоянном развитии находится язык. Все события, которые охватывают общество, влияют на живое развитие разговорной речи, получают отклик в языках мира и добавляют в лексикон человечества новые фразы и выражения. Человеческое общение — один из важнейших показателей образованности и эрудированности. От того, как будет происходить общение, зависит восприятие человека обществом, его авторитет в общественной и профессиональной деятельности. Основным элементом общения на современном этапе выступает сленг, который составляет часть разговорной лексики, обладающую существенным весом, так как является динамично меняющимся и развивающимся её компонентом, а молодежный сленг отражает значимые для культуры и социума события и изменения.

**Основная часть.** Молодёжный сленг всё чаще становится темой научных дискуссий. Такой интерес к нему объясняется тем, что он представляет собой «интереснейший лингвистический феномен», многогранное явление, которое до недавнего времени с трудом просачивалось сквозь кордоны цензуры. Сейчас, когда исследование молодёжного сленга перестало быть табу, он активно и всесторонне изучается с позиций не только лингвистики, но также социологии и психологии.

**Актуальность исследования** заключается в том, что сленг, являясь неотъемлемой частью языка, представляет собой одну из наиболее актуальных и противоречивых проблем современной лексикологии. А исследование именно молодёжного сленга отражает языковую ситуацию и номинативные потребности современного общества, являющегося неоднородной структурой, и позволяет раскрыть роль сленгизмов в расширении словарного состава любого языка в соответствии с тенденцией языковой популяризации.

Студентам, изучающим немецкий язык как иностранный, необходимо иметь в виду тот факт, что они, попав в языковую среду немецкой молодежи, владея нормами литературного немецкого языка, могут испытать языковой барьер и непонимание в отношении обычного разговорного выражения или жаргонизма. С нашей точки зрения, составной частью процесса обучения иностранным языкам на современном этапе должен выступать молодежный сленг, так как коммуникативный процесс и установление взаимопонимания, понимание подтекста и остроты высказывания зависят иногда от владения молодежной раз-