

Закрывают синонимический глагольный ряд номинанты “to cherish” (дорожить) и “to admire” (преклоняться, любоваться) с частотностью употребления 70 и 50 раз соответственно:

“Cherish the joy

You keep bringing it into my life” (“Cherish” Madonna) [5].

“Much as I admire your strategy

I’m afraid it just won’t work with me” (“Johnny” Gilla) [4].

В ходе анализа англоязычных песенных текстов было найдено существенное количество номинантов эмоции “Love” в форме **субстантивированных прилагательных и причастий**. Часто встречаемыми лексемами можно считать “dear” и “honey” (милый, дорогой) — 60 употреблений. Например:

“Don’t forget me, Martha my dear” (“Martha my dear” The Beatles) [4].

“Honey honey, nearly kill me, a-ha, honey honey

I’d heard about you before” (“Honey honey” ABBA) [3].

К той же категории лексем можно отнести лексему “darling” (дорогуша) — 40 употреблений:

“And if I cannot have you, no one can, you’re my darling” (“My darling” Eminem) [4].

Лексему “sweetheart” (милая, любимая) не раз упоминал в своих песенных произведениях популярный американский рэпер Канье Уэст. Показательным примером является песня “Flashing lights”:

“I know it’s been a while sweetheart

I know it was foul” [5].

Завершают синонимический ряд субстантивированных прилагательных и причастий эмоции “Love” лексемы “beloved” (любимый, возлюбленный) и “dearest” (дорогой) — 15 и 10 упоминаний соответственно:

“He Hath Come To The Bosom Of His Beloved” (“Goldwing” Billie Eilish) [5].

“Oh, so dearest one, if you should leave me

And my life would be through” (“Bésame mucho” The Beatles) [5].

Заключение. В результате проведенного анализа было установлено, что в 77 % случаев эмоция “Love” эксплицируется путём использования синонимического ряда глаголов (*to like, to admire, to adore, to cherish, to care for, to enjoy*). Далее процентное соотношение сложилось следующим образом: синонимические номинанты в форме субстантивированных прилагательных и причастий занимают 17 % от общего количества номинантов и представлены такими лексемами, как *darling, dear, beloved, honey, dearest, sweetheart*, а синонимические номинанты в форме имен существительных (*affection, attachment, passion, romance, endearment, love affair*) — лишь 6 %. Соответственно, можно сделать вывод о том, что любовь — это прежде всего эмоция, подразумевающая действие, процесс, побуждающий к совершению тех или иных поступков, а песенный дискурс можно считать мощным побуждающим двигателем коммуникации эмоций и идей от автора к слушателю.

Список цитируемых источников

1. Гайназарова, А. А. Понятия «текст» и «дискурс» в современном языкознании / А. А. Гайназарова, Ф. Г. Фаткуллина // Актуальные проблемы русской и сопоставительной филологии: теория и практика. — Уфа : РИЦ БашГУ, 2016. — С. 136—139.
2. Литвинов, П. П. Англо-русский и русско-английский синонимический словарь с тематической классификацией. Продвинутый английский через синонимию : учеб. пособие для самообразования / П. П. Литвинов — М. : Яхонт-А, 2002. — 384 с.
3. Онлайн словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://context.reverso.net>. — Дата доступа: 20.09.2022.
4. Тексты и переводы англоязычных песен [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.lyrics.com>. — Дата доступа: 22.09.2022.
5. Тексты и переводы англоязычных песен [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://en.lyrsense.com>. — Дата доступа: 22.09.2022.

УДК 81.271.2

А. И. Зайковская, З. И. Корзун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ КАК ВЫРАЖЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Введение. Немецкий и русский языки имеют тысячелетнюю историю. За это время в них накопилось большое количество выражений, которые люди нашли удачными, меткими и красивыми. В итоге возник особый слой языка — фразеология как совокупность устойчивых выражений, имеющих самостоятельное значение. Фразеология немецкого и русского языков стала объектом всестороннего рассмотрения: в грамматическом, лексическом, семантическом и стилистическом аспектах, а также объектом исследования в области культуры речи. Разумное использование фразеологизмов делает речь более идиоматичной, с помощью фразеологических выражений усиливается эстетический аспект языка. «С помощью идиом, как с помощью различных оттенков цветов, информационный аспект языка дополняется чувственно-интуитивным описанием нашего мира, нашей жизни» [1, с. 25].

Основная часть. Речевая деятельность любого человека зависит от многих составляющих, ключевой из которых выступает его психологическое состояние, которое определяется как «психическое состояние, основанное на испытываемых человеком чувствах и эмоциях, таких как радость, печаль, любовь и др.» [1, с. 26]. Р. С. Немов отмечает, что «в данном случае речь идет об эмоциональном состоянии языковой личности» [2, с. 327].

Как справедливо отмечает К. Ю. Щербаков, «несмотря на то, что конкретные эмоции — это субъективные психологические состояния, эмоциональность как категория обусловлена этнопсихологией и является составной частью культурного синдрома. Лишь надежно установленные языковые универсалии могут дать серьезную основу для анализа концептуальных систем, закрепленных в языке, и для объяснения значений, закодированных в языках» [3, с. 58].

Данное исследование направлено на сопоставительный анализ пословиц и поговорок как выражение психологических особенностей языковой личности во фразеологических системах немецкого и русского языков с целью определения особенностей национальной картины мира представителей двух лингвокультур. Эмпирическим материалом исследования послужили пословицы и поговорки, фразеологизмы (161 в русском языке и 62 в немецком соответственно), в которых вербализуется эмоциональное состояние языковой личности.

Методом классификаций нами определены 10 семантических групп (СГ), имеющих в своем значении общую интегральную сему «психологическое (эмоциональное) состояние языковой личности». Что касается классификации эмоций, то мы придерживаемся мнения большинства ученых, которые делят эмоции на три класса: положительные, отрицательные и амбивалентные. К основным положительным эмоциям мы относим эмоции восторга, восхищения, любви, влюбленности, обожания, спокойствия, облегчения, удовольствия, наслаждения. Среди отрицательных эмоций мы выделяем гнев, раздражение, возмущение, недовольство, страх, ужас, стыд, смущение, огорчение, досаду, тревогу, волнение, беспокойство, страдание, тоску. Амбивалентными эмоциями являются удивление, равнодушие, спокойствие, жалость, сочувствие.

Как показал анализ языкового материала, наиболее многочисленными по составу оказались подгруппы фразеологизмов, наделенные отрицательными оценочными коннотациями как в русском (страх — 39 %, гнев — 21 %, стыд — 12 %, страдание — 8 %, презрение — 6 %, вина — 4 % соответственно), так и в немецком языке (гнев — 14 %, страдание — 12 %, страх — 9 %, презрение — 9 %, вина — 9 %, стыд — 5 %, отвращение — 2 %), в которых частотность вербализации психологического состояния существенно отличается. С нашей точки зрения, это обусловлено с одной стороны тем, что поле отрицательной оценки в языке шире и разнообразнее спектра оценки положительной, с другой стороны — особенностями психики человека, относительно спокойно и сдержанно реагирующего на то, что соответствует норме, и более эмоционально на то, что эту норму нарушает.

Вместе с тем следует отметить, что во фразеологических единицах исследуемых языков отражены положительные и амбивалентные эмоции: в русском языке (радость — 6 %, гордость — 4 %, интерес — 4 %), в немецком языке (радость — 19 %, гордость — 12 %, интерес — 9 %).

Рассмотрев фразеологизмы с эмоциональной стороны, перейдем к их анализу со стороны стилистических свойств. Отдельные слова и фразеологизмы, показывающие психологическое состояние языковой личности, характеризуются различными стилистическими свойствами. Проведенное исследование показало, что фразеологизмы с данной коннотацией можно разделить на 3 группы: *книжные, разговорные и просторечные*.

Для полного и объективного анализа стилистической стороны фразеологизмов необходимо было определить частотность того или иного стиля. Наиболее показательными в этом плане, на наш взгляд, являются ФЕ разговорного стиля, например: «*Устраивать / устроить сцену (сцены)*», отражающая гнев по отношению к кому-либо из-за чего-либо, «*Глаза разгорелись*» — интерес, «*Как осиновый лист дрожать (задрожать), трястись (затрястись)*» — страх из-за чего-либо, кого-либо, «*Без зазрения совести*» — отсутствие стыда, „*sich einen Ast lachen*“. Менее представленными являются просторечные и книжные фразеологизмы, например: «*Ни гроша не стоить*», «*Шарашкина контора*», «*Бабы сказки*», «*На злобу дня*», „*Etwas satt haben/sein*“.

Вышеизложенное доказывает, что во фразеологическом фонде исследуемых языков преобладают ФЕ разговорного стиля и просторечные фразеологизмы с отрицательной коннотацией, что обусловлено психикой человека и характером эмоций. Общепризнанным является утверждение, что радость мы принимаем как должное, способствующее человеческой деятельности, и только частично хотим что-то исправить в проявлении этого эмоционального состояния. Представители обеих лингвокультур подчеркивают важность радости, которая наполняет сердце: «*Сердце без радости, что дом пустой*», „*Geteilte Freude ist doppelte Freude, geteilter Schmerz ist halber Schmerz*“. В жизни не одни только радости, за радостью идет горе: «*Где радость, тут и горе; где горе, там и радость*», „*Keine Freude ohne Leid*“.

Однако русские призывают смеяться не над другими, а над собой: «*Нет лучше шутки, чем (как) над собой*». Человек весел, если за его душой нет никаких аморальных поступков, что доказывает важность оставаться в любой жизненной ситуации честным человеком: «*Чистая совесть душу веселит*». Когда у человека радость, вокруг него много друзей; в беде же друзья часто покидают потерпевшего: «*В радости сыщут, а в горести забудут*». В русских пословицах утверждается, что радость, в отличие от горя, достается немногим: «*Нужда (беда, горе) семерых задавила, а радость одному досталась*».

Для всех превыше всего правда, и суд бессилен перед ней: «*Правда суда не боится*». В пословицах утверждается, что нужно опасаться не того, кто прям и откровенен, а того, кто скрытен и действует исподтишка: «*Не той собаки бойся, что громко лает, а той, что исподтишка хватает*». Опасность отступает, если человек действует не в одиночку: «*То не страх, что вместе, а сунься-ка один*»; «*Друг за друга держаться — ничего не бояться*». Пословицы учат не бояться предстоящих опасностей, которые могут оказаться не такими уж

страшными, и лихо утверждают: «*Не так страшен чёрт, как его малюют*». Переживший много несчастий, трудностей, опасностей становится осторожен и боится даже того, что не таит в себе опасности: «*Пуганая ворона (и) куста боится*», „*Gebanntes Kind fürchtet das Feuer*“. Не боится тот, у кого ничего нет, ему нечего терять: «*Голый — что святой: беды не боится*». Боятся богатые, им страшно, воры могут украсть их богатство.

В экспериментальной психологии страх квалифицируется как отрицательная эмоция, переживание которой дискомфортно для человека. Можно предположить, что именно двумя факторами (собственно психологическим и социальным) объясняется стремление человека справиться со страхом, преодолеть его. Однако следует отличать «страх-боязнь», имеющий под собой реальное основание, от метафизического ужаса человека перед бытием в целом: «*На всякую беду страха не напасешься*»; «*Не страшишь, да и не хвалишь*».

Прямым номинантом выражения эмоций является гнев, т. е. чувство сильного негодования, возмущения; состояние раздражения, озлобления. Гнев, имея важный мотивационный компонент в сочетании со страхом, становится наиболее интенсивным и страстным: «*Не давай воли языку во пиру, во беседе, а сердцу в гнев*», „*jmdn. zur Weißglut bringen/reizen*“.

Заключение. В результате проведенного исследования нами выявлено, что эмоции представляют собой обширный пласт лексики, представленной в пословицах и поговорках. Это свидетельствует о важности переживаний и чувств для людей, эмоциональных по своей природе. Доминирующими в них оказались наименования отрицательных эмоций, которые по частотности намного опережают обозначения положительных переживаний, что связано с более острой эмоциональной реакцией людей на отрицательные явления.

Список цитируемых источников

1. *Луговая, Н. В.* Национально-культурные особенности фразеологических единиц сферы психоэмоционального состояния человека: дис. ... канд. фил. наук : 10.02.19 / Н. В. Луговая. — Южн. Федер. ун-т. — Краснодар, 2007. — С. 24—26.
2. *Немов, Р. С.* Психология : учебник для студентов высших пед. заведений : в 3 кн. / Р. С. Немов. — 4-е изд. — М. : Владос, 2003. — 688 с.
3. *Шанский, Н. М.* Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. — М. : [б. и.], 1985. — С. 58—59.

УДК 81-22

Е. В. Каменко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ВЫБОР» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Введение. Выбор — это фундаментальное человеческое свойство, с которым связана вся сознательная жизнь человека. Выбор является духовно-практическим процессом, в ходе которого сознание личности избирательно отдает предпочтение одним ценностям и нормам и отвергает другие [1, с. 29]. Почти вся человеческая жизнь связана и зависит от выбора, и это отражается в истории и культуре. Поэтому, мы считаем, что концепт «выбор» имеет важное значение для изучения и исследования.

Хотя значительное внимание уделяется изучению концептов, но концепт «выбор» является неизученным при всей важности выбора в жизни человека. Одни ученые полагают, что причина кроется в элементарности и неделимости его строения и абстрактности; другие считают, что проблема заключается в неоднородности структурно-композиционной организации концептов, характера «вызываемых» ими образов, а также принципов сочетаемости и способов комбинирования между собой. Этим обусловлена актуальность данной работы.

Основная часть. Понятие «концепт». Как наука, лингвокультурология тесно связана с лингвистикой и культурологией. Одним из ключевых понятий данной науки является концепт.

Одно из наиболее существенных различий между словом и концептом связано с их внутренним содержанием. Внутреннее содержание слова — это его семантика и коннотации, то есть совокупность сем, лексико-семантических вариантов, эмоциональная, стилистическая или экспрессивная окрашенность, оценочность и т. д. Внутреннее содержание концепта — представляет собой своего рода совокупность смыслов, организация которых сильно отличается от структуризации сем и лексико-семантических вариантов слова. Концепт приближен к ментальному миру человека, к истории и культуре, поэтому имеет специфический характер. Концепт расширяет значение слова, оставляя возможности для домыслов и фантазий и создания эмоциональной ауры слова.

Концепт является и более широкой категорией, чем понятие. Ю. С. Степанов считает, что «концепты представляют собой коллективное наследие в сознании народа, его духовную культуру. Именно коллективное сознание является хранителем констант, то есть концептов, существующих постоянно или очень долгое время» [2, с. 40]. В. А. Маслова трактует концепты как обусловленные культурой основные элементы картины мира, которые обладают значимостью и для языковой личности, и для лингвокультурного сообщества. К ключевым культурным концептам автор относит такие абстрактные имена, как воля, грех, родина, совесть, судьба и т. п. [3, с. 51].