

Мысль = **Gedanke, der; -ns, -:** умная, новая, разумная, заманчивая, интересная, ясная, привычная *M. = ein kluger, neuer, vernünftiger, verlockender, interessanter, einleuchtender, gewohnter G.*; *M. осеняет, приходит, рождается = ein G. taucht auf; ein G. kommt.*; *M принадлежит ему = der G. ist von ihm ausgegangen*; *M. подхватить, иметь, преследовать = aufgreifen, aufnehmen, einen Gedanken fassen, haben, einem Gedanken nachjagen*; *его M причудливы = seine Gedanken gehen seltsame Wege*; *что-то останется только M. (не станет явью) = etw. bleibt nur G. (wird nicht Wirklichkeit)*; *иметь что-то только в M. = etw. ist nur in Gedanken vorhanden*; *мучиться M = von einem Gedanken gepeinigt sein*; *следовать своим M. = seinen Gedanken nachgehen*; *остаться наедине со своими M. = sich seinen Gedanken überlassen*; *собраться с M = seine Gedanken konzentrieren, sammeln, zusammennehmen*; *упорядочить, изложить, развивать M. = ordnen, darlegen, entwickeln*; *соглашаться с чьей-то M. = auf jmds. Gedanken eingehen*; *читать чьи-то M у кого-то на лице = jmdm. die Gedanken vom Gesicht ablesen*; *на M. запрета нет, мыслить не запретишь = Gedanken sind zollfrei*; *Das Band, die Gedanken zu binden, soll man noch finden u др.*

Итак, эффективность данного лексикографического метода, на наш взгляд, определяется очевидным логическим основанием. Он полностью соответствует самому лингвокогнитивному процессу динамики формирования и развития семантической структуры слов, их свойств, качеств и признаков.

Литература

1. Дорошевский, В. Элементы лексикологии и семиотики / В. Дорошевский. – М.: Прогресс, 1973. – 285 с.
2. Карпицкий, Н.Н. Трансцендентальное предчувствие как феномен человеческой субъективности [Электронный ресурс] / Н.Н. Карпицкий. – Режим доступа: <http://hpsy.ru>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Новосёлов, М.М. Абстракция в лабиринтах познания / М.М. Новоселов. – М.: Идея-Пресс, 2010 – 410 с.
4. Теслинов, А.Г. Концептуальное мышление как конструктивная философия. [Электронный ресурс] / А.Г. Теслинов – Режим доступа: <http://www.teslinov.ru/public/tekushee/index.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
5. Spitzmüller, J. Semantik / J. Spitzmüller // Studienbuch Linguistik. – Max Niemeyer Verlag Tübingen, 2004. – S. 153-192.

References

1. Doroshevskii, V. Elements of Lexicology and Semiotics. – Moscow: Progress, 1973. P. 285.
2. Karpitskii, N.N. Transcendental Presentiment as Phenomenon of Human Subjectivity. URL: <http://hpsy.ru>.
3. Novoselov, M.M. Abstraction in Knowledge Labyrinths. – Moscow: Ideya-Press, 2010. Pp. 153-192.
4. Teslinov, A.G. Conceptual Thinking as Constructive Philosophy. URL: <http://www.teslinov.ru/public/tekushee/index.html>.
5. Spitzmüller, J. Semantics. – Max Niemeyer Verlag Tübingen, 2004. Pp.153-192.

VOCABULAIRE DES FRANÇAIS D'AUJOURD'HUI: PRÉFÉRENCES PHRASÉOLOGIQUES

Arkadiy Sédykh

Belgorod, Russie
Université de recherches de Belgorod
sedykh@bsu.edu.ru

Les observations des discours français de ces dernières décennies montrent que les Français ont repris goût à l'utilisation des expressions figées. Ce phénomène ne

concerne pas seulement les médias, les discours institutionnels et artistiques, mais aussi le discours quotidien des Français.

Afin d'identifier les paramètres dominants du discours idiomatique contemporain, *Le Point* a mené une enquête auprès de plus de 1000 répondants pour qui le français est la langue maternelle. Les expressions les plus couramment employées ont été réparties comme suit: *Les chiens ne font pas des chats* (32%); *Ne pas être sorti de l'auberge* (20%); *Se faire l'avocat du diable* (16%); *Donner de la confiture aux cochons* (16%); *Jeter l'argent par les fenêtres* (13%); *Mentir comme un arracheur de dents* (14%); *Mettre du beurre dans les épinards* (13%) [Le Point 2014, hors serie].

Dans l'espace phraséologique français d'aujourd'hui on peut dégager un certain nombre de groupes thématiques dominants: mythologie, religion, physiologie, zoomorphisme, toponymie:

Mythologie: *La corne d'abondance*; *Se croire sorti de la cuisse de Jupiter*. Religion: *Être aux anges*; *On lui donnerait le bon Dieu sans confession*. Corps humain: *Avoir le coeur sur la main*; *Couper les cheveux en quatre*. Faune: *Être le dindon de la farce*; *Tuer un âne à coups de figues molles*. Géographie: *La perfide Albion*; *Ce n'est pas le Pérou*.

En tant que perspectives d'étude, on peut présenter en termes généraux les degrés de l'activité phraséologique dans certains types de discours français.

Discours institutionnel.

Les hommes politiques français se tournent souvent vers des utilisations de la phraséologie expressive pour exprimer la joie ou la foi en un avenir radieux. Dans la plupart des cas ils emploient des expressions neutres et positives, en s'adressant souvent à eux-mêmes à la troisième personne. Il est à ajouter aussi l'emploi des constructions anaphoriques et des mots-clés réitérés, des néologismes: *Valls a pris le taureau par les cornes* (Jean-Christophe Cambadélis); *Le conducteur qui a versé sa voiture dans le fossé* (François Mitterrand); *Un chef c'est fait pour cheffer* (Jacques Chirac) [Top 25 2014].

Le discours institutionnel des présidents français et des personnalités politiques de la République française dispose d'un ensemble de composants standard inhérents à tout discours politique (le pragmatique du pouvoir, la communication théâtrale, la souplesse des moyens et méthodes d'influence). Dans le même temps, chaque président se reconnaît à travers un matériel linguistique récurrent: phraséologie, structures syntaxiques et rhétoriques, tics de langage.

Discours médiatique.

À l'heure actuelle, la presse française a une place spéciale dans l'espace mondiale de l'information. Les médias français ne couvrent pas seulement des problèmes intérieurs de la France, mais ils touchent aussi le domaine des relations étrangères et, par conséquent, restent toujours en contact avec d'autres langues. Ce processus favorise l'interaction active des mots et des phrases, l'émergence et la propagation de la nouvelle phraséologie: *faire du foin*; *aller avec tout*; *pacte anti-crise*.

Discours de l'entreprise française.

L'étude du discours des hommes d'affaires français a permis de mettre en relief de différents les types de phraséologie:

a) idiomes (*faire son beurre; cela fait bouillir la marmite; mettre du foin dans ses bottes; coûter les yeux de la tête*).

b) idiomes terminologiques (il s'agit des concepts terminologiques spéciaux, des catégories qui ont des qualités phraséologiques particulières, dont la structure sémantique est dominée par le sème conceptuel abstrait, qui établit la définition exacte du terme): *voyage en étoile; être sous le coup de onze heures*.

c) phraséomatismes (expressions figées avec une valeur transposée partielle): *mettre à la porte; régler son compte à qn; apporter une boîte de chocolats*.

d) idiomes comparatifs: *des économies de bout de chandelle; action de père de famille*.

Une des façons répandues pour structurer le discours idiomatique français moderne est l'utilisation de la phraséologie tronquée ou déformée. En voici quelques-unes:

Mettre des bâtons dans l'aile → Mettre des bâtons dans les roues.

Prendre une année sympathique → Prendre une année sabbatique.

Si je ne m'amuse → Si je ne m'abuse.

Faute de vivres, on mange des merles → Faute de grives, on mange des merles.

Le bouquet de misère → le bouc émissaire.

Avoir un objet chétif → Avoir un objectif.

On voit que presque toutes les unités phraséologiques jouent sur la ressemblance phonétique des mots: sympathique ↔ sabbatique; m'amuse ↔ m'abuse; bouquet misère ↔ bouc émissaire; objet chétif ↔ objectif. L'effet comique est atteint par le croisement (transposition) de la sémantique de l'expression originale et la tournure nouvelle: la septième année devient une année agréable, le bouc émissaire est transformé en un pauvre bouquet, le but est divisé en deux vocables difficilement compatibles.

Evoquons une des expressions les plus vivaces du discours français idiomatique: *Fier comme Artaban* (synonyme de «fierté poussée à l'extrême», voire d'«arrogance»). Cette locution proverbial est le «champion» des transformations: *fier comme un p'tit banc; fier comme d'Artagnan; fier comme un char-à-bancs; faire comme l'appât blanc; fier comme bar-tabac ou Bartabas; fier comme un caban; fier comme herr Trabant*. Selon Alain Rey cette expression a traversé des siècles et reste toujours d'actualité dans le discours français moderne [Rey 1989].

Ainsi, la typologie du discours phraséologique français repose sur la diversification communicationnelle et culturelle des outils de formation et de création. La créativité phraséologique des Français est un phénomène mystérieux qui reste insuffisamment étudié. Notre objectif n'est pas d'avancer une théorie de l'innovation phraséologique. Nous nous proposons plutôt de considérer le matériel de cet article en tant qu'approche d'un problème d'examen discursif et culturel des unités phraséologiques en vue d'essayer d'expliquer comment une expression inédite peut s'intégrer dans le système lexico-grammatical de la langue nationale.

Bibliographie

1. Les expressions préférées des Français. Le Point – Hors-série, avril-mai 2014. – P.: Éditions de l'Opportun, 2014. – 82 p.

2. Mazars E.T. Quelques expressions et locutions figées en langue commerciale, 1993 Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://paremia2.site11.com/pdf/P2-32.pdf>

3. Rey A. Dictionnaire des expressions françaises. – P.: Éd. Le Robert, 1989.

4. Top 25 des meilleures punchlines de Jacques Chirac, 2014 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.topito.com/top-phrase-citation-chirac>.

УДК 822. 111-32

РОЛЬ ЭТИМОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ ПРИ РАСКРЫТИИ ЗНАЧЕНИЙ СОБСТВЕННЫХ ИМЕН В РОМАНЕ БАРРИ АНСВОРТА «МОРАЛИТЕ»

Тимошилова Т.М.

доцент кафедры английского языка и методики преподавания, кандидат филологических наук, доцент
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, Россия
timoshilova@yandex.ru

Вальчук Т.Г.

старший преподаватель
кафедры английского языка и методики преподавания
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, Россия
valchuk@bsu.edu.ru

Аннотация

Статья рассматривает роль личных имен в художественной литературе, раскрываемых с помощью использования этимологического словаря. Затрагиваются социальные, лингвокультурные особенности личных имен, зависящих от таких факторов как культура, личностные ценности, отношение к людям и обществу. В современном романе Барри Ансворта «Моралите» анализируется профессиональная, религиозная, культурная идентичность личных имен.

Ключевые слова: идентичность, лингвокультурный, собственные имена, современный британский роман, Барри Ансворт, «Моралите».

THE SIGNIFICANCE OF THE ETYMOLOGICAL DICTIONARY IN ANALYZING PERSONAL NAMES IN 'MORALITY PLAY' BY BARRY UNSWORTH

Timoshilova T.M.

Associate Professor of Department of English Language and Methods
of Teaching, PhD in Philology, Associate Professor
Belgorod State National Research University
Belgorod, Russia
timoshilova@yandex.ru

Valchuk T.G.

Senior Lecturer
of Department of English Language and Methods of Teaching
Belgorod State National Research University
Belgorod, Russia
valchuk@bsu.edu.ru

Abstract

The article deals with the significance of the etymological dictionary in analyzing personal names in fiction. It touches social, linguocultural features of individual's names which depend on many factors such as belonging to a definite culture, individual's values, attitudes towards people, society. The professional,