

Что касается свойства конкурентности, то в этой связи достаточно вспомнить вытеснение одних языков другими вплоть до полного исчезновения первых. Таким образом, вопрос о наличии языковой эволюции принципиально решается в пользу наличия таковой как явления. Перспективным же в данной связи представляется раскрытие механизмов и скоростью эволюции естественных языков.

Литература

1. Амагов, А.М. Энтропия языка и восприятие текста / А.М. Амагов // Текст. Язык. Человек: сб. науч. трудов. – Мозырь, МГПУ им. И.П. Шамякина, 2007. – С. 22 – 27.

А.М. Амагов, Н.А. Лазарева (г. Белгород)

ПРОДУКТИВНОСТЬ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ (НА ПРИМЕРЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИТОНИМОВ (ФЛОРНИМОВ))

Английский язык имеет тысячелетнюю историю. За это время язык собрал большое количество выражений, которые были, по мнению людей, удачными, верными и красивыми. Вот так и возник особый слой языка – фразеология, совокупность устойчивых выражений, имеющих самостоятельное значение.

Фразеология является одним из самых ярких и выразительных средств языка. Недаром ее называют жемчужиной английской речи. Основными качествами фразеологических оборотов, которые придают речи образность, являются эмоциональность, метафоричность и экспрессивность.

Известный лингвист А. В. Кунин определяет фразеологические единицы как «устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением» [1].

Исследования в области фразеологии изучают обширный круг проблем, которые связаны со структурой и составом фразеологизмов, а также с особенностями их функционирования. При образовании фразеологизмов используются слова разных частей речи. Это могут быть и местоимения, и причастия, и числительные, а также прилагательные. Но главной частью речи является имя существительное, так как оно обладает наивысшей фразеобразовательной активностью [2].

Одной из наиболее частотных по количеству употребления групп существительных во фразеологизмах английского языка являются фитонимы (флоронимы).

Фразеологические единицы с компонентами – фитонимами отражают наблюдения человека за миром флоры, описывают отношение людей к окружающей природе и становятся культурным фондом английского языка. Мы отобрали 380 фразеологических единиц. Самая многочисленная группа – это группа с компонентом *rose*. Она составила более 7% от общей выборки. Роза

считается самым почитаемым цветком в Англии. Везде она ассоциируется с красотой, любовью и молодостью. Это яркий образ, которым охотно пользуются писатели и поэты. Всем известное шекспировское **a rose by any other name would smell as sweet** – *как розу ни зови – в ней аромат останется всё тот же*, впервые появилось в «Ромео и Джульетта». С розой обычно сравнивают молодую женщину. Так, фразеологизмы **English rose** – *настоящая английская леди*; **as fresh as a rose** – *свежа, как роза*, часто употребляются в качестве комплимента и чаще всего применимы по отношению к девушкам. В целом, роза ассоциируется с чем-то приятным, легким и красивым [3].

Довольно многочисленной также является группа фразеологизмов с компонентом **apple**, которая составляет 5,8% от общей выборки: **an apple of another tree** – *совсем другое дело*; **apple-pie order** – *идеальный порядок*; **to upset smb.'s apple-cart** – *навредить*. Четыре фразеологические единицы, которые относятся к данной группе, имеют библейское и мифологическое происхождения: **Adam's apple** – *адамово яблоко*; **apple of discord** – *яблоко раздора*; **the apple of one's eye** – *зеница ока*; **the apple of Sodom** – *мило, да гнило*.

Фразеологизмы с компонентом **nuts** составили 5% и большинство из них относятся к разговорному стилю или жаргону: **be nuts on smth.** – *быть знатоком*; **be nuts to smb.** – *быть по душе кому-либо*. Данный компонент также применяется для обозначения каких-либо усилий: **a hard (tough) nut** – *«крепкий орешек»*; **he who would eat the nut must first crack the shell (he that would eat the kernel must crack the nut)** – *без труда не вытащишь и рыбку из пруда* (посл.). Также есть междометные фразеологические единицы, которые содержат компонент **nuts**: **Nuts to smth.!** – *К черту!*

Фразеологические единицы с компонентом **tree**, составившие 5,3% от общей выборки, чаще всего употребляются в книжной речи: **family tree** – *родословное древо*; **to flourish like a bay tree** – *процветать*; **the tree of life** – *древо жизни*. С этим компонентом нами было также обнаружено много пословиц: **as the tree, so the fruit** – *яблоко от яблони недалеко падает*; **the tree is known by its fruit** – *дерево познается по плоду* [4].

Другие распространенные компоненты с абсолютными и относительными данными представлены в табл. 1

Таблица 1

Другие распространенные компоненты фитонимы

фитоним	количество	% от общей выборки
grass	18	4,7%
bean	17	4,5%
root	14	3,7%
bush	13	3,4%
fruit	13	3,4%

С точки зрения грамматической структуры фразеологические флоронимы подвержены той же классификации, что и лексические единицы. За основу мы взяли классификацию А.В. Кунина. Здесь он выделяет следующие группы фразеологических единиц с компонентами – флоронимами, которые представлены в табл. 2

Группы фразеологизмов с компонентами – флоронимами

группа	количество	% от общей выборки	пример
субстантивные	134	35,3%	small potatoes – мелкие лодушки; a broken reed – ненадежный человек
глагольные	126	33,1%	to drive smb. nuts – сводить кого-либо с ума; to top one's fruit – выставлять лучшее напоказ
пословицы	44	11,6%	oaks may fall when reeds stand the storm – буря валит дубы, а тростник стоит, как стоял
адъективные	27	7,1%	as cool as a cucumber – совершенно невозмутимый, спокойный; full of beans – полный жизни, энергии
адвербиальные	25	6,6%	over the walnut and wine – во время послеобеденной беседы
междометные	7	1,8%	nuts to smth.! – к черту!

Даже в таких группах используется имя существительное, хотя и не играет во фразеологизмах данных групп главной роли.

Наиболее распространенной группой фразеологизмов с компонентами – фитонимами является группа межстилевых фразеологизмов, составляющих 56,5% от общей выборки, которые успешно употребляются как в публицистическом стиле, так и в разговорном: **to come up roses** – *очень удачно сложиться*; **to gather life's roses** – *срывать цветы удовольствия*; **to spill the beans** – *выдать секрет*; **the olive brunch (leaf)** – *знак примирения* [5, 6].

Следующей группой является литературный пласт, который составляет 10,5% от общей выборки. К данной группе относятся библеизмы: **a fig leaf** – *фиговый листок*; **the flower of something** – *расцвет чего-либо*; а также авторские фразеологические единицы, а точнее шекспиризмы и поэтизмы: **primrose path** – *полная наслаждений жизнь*; **a crown of thorns** – *терновый венец*; **a thorn in the flesh** – *бельмо на глазу*; **the apple of one's eye** – *зеница ока*; **the root of all evil** – *корень зла*; **a forbidden fruit** – *запретный плод*; **to win laurels** – *пожинать лавры*.

И, наконец, последняя группа включает в себя разговорный пласт. Эта группа составляет 33% от общей выборки. Среди выражений, относящихся к пласту разговорной лексики, чаще всего встречаются бананы и орехи: **to be nuts on** – *быть знатоком*; **to be off one's nuts** – *свихнуться*; **to be (dead) nuts on**

smth. – быть сведущим в чём-либо; **banana oil** – чепуха на постном масле; **to go bananas** – рехнуться; **top banana** – большой человек [7].

Проанализировав различные сферы человеческой деятельности, в табл. 3 мы приводим данные, которые показывают обозначения, для которых чаще всего применяются фразеологизмы с компонентами – фитонимами.

Таблица 3

Фразеологизмы с фитонимами, обозначающие сферу деятельности человека

название	количество фразеологических единиц	% от общей выборки	примеры
умственных способностей	34	8,9%	<i>умный / глупый</i> : one smart apple – слишком умный, hayseed – деревенщина; <i>знающий свое дело</i> : to know one's onions – хорошо знать свое дело, to know how many beans make five – знать в чем-либо толк; <i>болван, тупица, олух</i> : banana-head – балда, тупица, potato-head – дурак; <i>неполноценный, нетрудоспособный</i> : cabbage – тугодум, vegetable – человек "овощи";
эмоционального состояния	20	5,3%	<i>потерять контроль над собой, выйти из себя, вывести из себя</i> : to go nuts – спянуть, to do one's nana – быть не в духе; <i>полный энтузиазма, энергии</i> : to feel one's oats – быть оживленным, full of beans – жизнерадостный, keen as mustard – полный энтузиазма;
эксцентричности и необычности	20	5,3%	<i>чудак</i> : fruit loop – сумасшедший, душевнобольной человек, fruitcake – сумасшедший;
оценочных выражений	13	3,4	cool beans! – круто!, (the) berries – привлекательная внешность, nuts – щеголь, peacherino/peacherine/peachero – красotka;
денег	12	3,1%	<i>деньги</i> : beans – бабло, lettuce – доллары, nut – незаконная дача денег, spinach – «зелень», доллары, for peanuts – практически бесплатно, not a bean – ни шиша.

Фразеологизмы с компонентами – фитонимами, или фразеологические флоронимы, следует описывать как с точки зрения их непосредственного функционирования в различных областях знания, так и с точки зрения их употребления в качестве фразеологических единиц, с привлечением наиболее полного описания и, по возможности, иллюстративного материала. Такие данные значительно восполнят лакуны в английской фразеологии и фразеографии, и будут способствовать дальнейшему изучению английского языка в семантическом и лексикографическом аспектах.

Литература

1. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка [Текст] / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1996. – 381 с.
2. Баранов, А.Н., Добровольский, Д.О. Аспекты теории фразеологии [Текст] / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. – М.: Знак, 2008. – 656 с.
3. Владивская, И.С. Сборник фразеологических словосочетаний и идиом разговорного английского языка [Текст] / И.С. Владивская. – М.: Русский язык, 1970. – 76 с.
4. Кунин, А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь [Текст] / А.В. Кунин. – М.: Русский язык, 1984. – 944 с.
5. Кузьмина, С.С. Русско-английский фразеологический словарь [Текст] / С.С. Кузьмина. – М.: Флинта, 2006. – 776 с.
6. Виноградов, В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография [Текст] / В.В. Виноградов. – М.: Наука, 1986. – 418 с.
7. Cambridge International Dictionary of Idioms [Текст] – Cambridge University Press, 1998. – 608 p.

Ю.И. Аничкина (г. Белгород)

МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО АРГУМЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Метафоры, используемые при обсуждении политической жизни общества, все чаще привлекают внимание специалистов, которые стремятся выяснить, как и почему рождаются эти метафоры, в какой мере они отражают социальную психологию, политические процессы и личностные качества их участников.

Политическая метафора рассматривается как ведущий способ мышления и инструмент аргументации, обладающий сильным прагматическим эффектом. Исследование метафорического арсенала позволяет выявить подсознательные установки и стремления политического лидера, является ярким показателем особенностей национального самосознания и уровня политического развития общества [1].

В современной науке формируется представление о политической метафоре как об инструменте для моделирования и оценки политических процессов, как о средстве воздействия на социальное сознание.

Использование метафор нередко оказывается для политического лидера удачным способом «выразить многое, сказав немного», тонко влиять на настроения в обществе, представлять обществу новые идеи и одновременно вызывать интерес к своим выражениям. Изучение метафорического репертуара того или иного политика помогает лучше понять подсознательные механизмы его деятельности и подлинное отношение к той или иной проблеме [1].

Ведущая роль в исследовании политической коммуникации принадлежит Джорджу Лакоффу.

Именно в книге Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Metaphors We Live by» (1980) была разработана теория, которая привнесла системность в описание метафоры как когнитивного механизма и продемонстрировала большой эвристический потенциал применения теории в практическом исследовании.