

Ларина Татьяна Андреевна

**СЕМАНТИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТАМИ-НАИМЕНОВАНИЯМИ  
ОДЕЖДЫ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

Статья посвящена семантическому анализу фразеологических единиц с компонентами-наименованиями одежды в английском и русском языках. Исследование фразеологических единиц различных языков с целью выявления их национально-культурных особенностей позволяет лучше понять психологию и мировоззрение народов. Очевиден тот факт, что элементы наименования одежды находят свое место во фразеологии английского и русского языков и являются своеобразным зеркалом, отражающим историю человечества.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2015/8-2/28.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/8-2/28.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 8 (50): в 3-х ч. Ч. II. С. 100-103. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2015/8-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/8-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

Анализ стилистических средств, используемых наиболее часто в текстах политической рекламы, показал, что стилистические фигуры и приемы помогают политикам установить эмоциональный контакт с избирателями, способствуют созданию атмосферы сотрудничества и взаимопонимания. Лингвостилистические средства активно используются для создания большей выразительности и повышения эффекта воздействия на адресата.

*Список литературы*

1. **Ахманова О. С.** Словарь лингвистических терминов. М., 1966. 608 с.
2. **Брандес М. П.** Стилистика текста. М., 2004. 416 с.
3. **Arbeit hat Vorfahrt. Deutschlandprogramm 2009** [Электронный ресурс]. URL: <http://wachtberg-fdp.de/uploads/media/fdp-wahlprogramm.pdf> (дата обращения: 07.06.2015).
4. **Bündnis 90. Die Grünen. Wahlprogramm 2009. Solidarische Modernisierung und Ökologische Verantwortung** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.google.de/#q=4.%09B%C3%BCndnis+90.+Die+Gr%C3%BCnen.+Wahlprogramm+2009+Solidarische+Modernisierung+und+%C3%96kologische+Verantwortung+> (дата обращения: 11.04.2015).
5. **Deutschlands Chancen nutzen. Wachstum, Arbeit. Sicherheit. Regierungsprogramm 2009-2013** [Электронный ресурс]. URL: [http://www.kas.de/upload/ACDP/CDU/Programme\\_Bundestag/2005-2009\\_Regierungsprogramm\\_Deutschlands-Chancen-nutzen\\_Wachstum-Arbeit-Sicherheit.pdf](http://www.kas.de/upload/ACDP/CDU/Programme_Bundestag/2005-2009_Regierungsprogramm_Deutschlands-Chancen-nutzen_Wachstum-Arbeit-Sicherheit.pdf) (дата обращения: 11.04.2015).
6. **Vertrauen in Deutschland. Das Wahlmanifest der SPD** [Электронный ресурс]. URL: [http://www.spd.de/linkableblob/1822/data/wahlmanifest\\_bundesparteitag\\_berlin\\_2005.pdf](http://www.spd.de/linkableblob/1822/data/wahlmanifest_bundesparteitag_berlin_2005.pdf) (дата обращения: 11.04.2015).

**LINGUISTIC PECULIARITIES OF THE COMMUNICATIVE ORGANIZATION  
OF THE TEXTS OF THE GERMAN POLITICAL ADVERTISING**

**Kuznetsova Lyudmila Nikolaevna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
**Bespalova Svetlana Vasil'evna**, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor  
**Vereshchagina Liliya Vasil'evna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*National Research Ogarev Mordovia State University*  
*inkuznetsova@mail.ru; bespalovasv@yahoo.de; verliliya@yandex.ru*

The research aims to describe linguo-stylistic peculiarities of the communicative organization of the texts of the German political advertising. The basic purpose of the texts of such genre is the emotional and visual influence on the conscience and behaviour of the voters during the elections. In this connection the authors examine a set of linguo-stylistic means used for the most efficient influence on the audience by the material of the small genre texts such as political posters and leaflets.

*Key words and phrases:* communicative organization of text; stylistic figures and devices; figures of quantity and quality; expressiveness and emotiveness of text; political posters and leaflets.

УДК 81'373

**Филологические науки**

*Статья посвящена семантическому анализу фразеологических единиц с компонентами-наименованиями одежды в английском и русском языках. Исследование фразеологических единиц различных языков с целью выявления их национально-культурных особенностей позволяет лучше понять психологию и мировоззрение народов. Очевиден тот факт, что элементы наименования одежды находят свое место во фразеологии английского и русского языков и являются своеобразным зеркалом, отражающим историю человечества.*

*Ключевые слова и фразы:* английская и русская языковые картины мира; фразеологическая единица; семантика; одежда.

**Ларина Татьяна Андреевна**

*Вторая Санкт-Петербургская гимназия*  
*djaazik@mail.ru*

**СЕМАНТИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТАМИ-НАИМЕНОВАНИЯМИ  
ОДЕЖДЫ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ<sup>©</sup>**

Одежда с древнейших времен и до наших дней является как бы зеркалом, в котором отражается вся история человечества. Каждая страна, каждый народ в отдельные периоды своего развития налагает свой отпечаток, свои специфические черты на одежду. Естественно, что, будучи неотъемлемой частью жизни и быта человека, наименования элементов одежды получили распространение и во фразеологии. Во фразеологии культурно-национальные особенности окружающей действительности проявляются особенно ярко. Общеизвестным представляется тот факт, что фразеологический фонд языка является носителем и источником культурно-национальной информации. Во фразеологическом фонде национальная самобытность языка получает свое яркое и непосредственное проявление [1]. Фразеологизмы с компонентами-наименованиями

одежды представляют собой многочисленный и семантически разнообразный класс в английском и русском языках. Как известно, язык называет и выражает то, что есть в культуре, а также порождает и формирует ее [3]. Следовательно, при анализе единиц языка становится возможным реконструировать фрагменты языковой картины мира. Цель данной статьи – показать, какие сферы жизнедеятельности человека видятся через призму одежды в английском и русском языках.

В качестве материала исследования использовались фразеологические единицы с компонентами-наименованиями одежды (полученные методом сплошной выборки из словарей [2; 5; 6; 7]), в которых присутствует образность. Переосмысление является одним из способов познания действительности. Более того, переосмысление играет важную роль в создании языковой картины мира [4].

В результате исследования удалось установить, что понятие «одежда» совпадает в английской и русской языковых картинах мира, под ним подразумевается то, чем покрывают тело, и то, что используют для тепла. Некоторые аксессуары, элементы одежды и обувь также рассматривались в качестве наименований одежды, так как они служат тем же целям, что и одежда, то есть покрывают тело и используются для тепла, и являются ее неотъемлемыми частями.

Английские и русские фразеологические единицы очень разнообразны и по своему содержанию охватывают многие стороны жизни человека. На основании исследования фразеологических единиц было выделено девять семантических групп, общих для обоих языков. Группы представлены в порядке уменьшения общего количества фразеологических единиц, описывающих ту или иную группу.

1. (22/17) – 22 английских и 17 русских фразеологических единиц. Тема взаимоотношений между людьми наиболее широко и разнообразно представлена в анализируемых фразеологических единицах.

Доброжелательные, мягкие отношения: *give smb the shirt off your back* – отдать последнюю рубашку; *fight with the gloves on* – проявлять мягкость; *handle smb with gloves* – обращаться с кем-либо мягко; *Touch one's hat to smb* – приветствовать. *Снимать шапку перед кем-либо* – с уважением относиться к кому-либо, приветствовать; *кланяться в пояс* – с уважением приветствовать; *снять с себя последнюю рубашку* – помочь всем, чем можешь.

Враждебные отношения: *put the boot into smb* – пинать, критиковать; *fight with the gloves off* – вести ожесточенную борьбу; *handle smb without gloves* – обращаться с кем-либо сурово; *an iron fist in a velvet glove* – непреклонность, прикрытая внешней мягкостью; *take up the glove* – принять вызов; *throw down the glove* – вызвать на дуэль; *smudge one's own shoes* – испортить свою репутацию, пытаясь облить грязью других. *Брать за шиворот* – агрессивно хватать кого-либо; *бросать перчатку* – вызывать на бой; *поднимать перчатку* – соглашаться на бой; *дать (получить) по шапке* – ударить; *рыться в чужом грязном белье* – лезть не в свое дело, *бить ниже пояса* – поступать нечестно.

Тема зависимости: *be in smb's pocket* – быть в чьих-либо руках; *have smb in one's pocket* – держать кого-либо в своих руках; *hang on smb's sleeve* – быть в полной зависимости. *Держать под сапогом* – быть в полном подчинении; *попасть под туфлю* – быть под полным контролем женщины (жены); *держат в ежовых рукавицах* – обходиться с кем-либо строго, сурово.

Другие виды отношений, не объединяемые в более или менее крупные подгруппы: *be in smb's boots* – быть на чьем-либо месте; *live in each other pocket* – быть тесно связанными друг с другом; *his hat covers his family* – одинокий человек; *be in smb's shoes* – быть в таком же положении, как и кто-либо; *fill smb's shoes* – заменить кого-либо; *put oneself in smb's shoes* – влезть в чью-либо шкуру; *give smb a wet shirt* – заставить работать до седьмого пота. *Тянуть за ворот* – настойчиво требовать; *держи карман шире* – не рассчитывать на чью-либо помощь; *два сапога пара* – о двух лицах, вполне подходящих друг к другу; *плакать в жилетку* – рассказывать о своих несчастьях в поисках сочувствия.

2. (11/13) Фразеологические единицы, имеющие в своей основе тему денег, бедности и богатства – материального положения.

Английские фразеологические единицы: *tighten one's belt* – затянуть ремень потуже; *go round with the hat* – собирать пожертвования; *be in pocket* – быть при деньгах; *an empty pocket* – безденежье; *dip into one's pocket* – раскошелиться; *hit smb's pocket* – бить по карману; *line one's pocket* – набивать карман; *lose one's shirt* – вылететь в трубу, остаться без штанов; *wait for dead man's shoes* – рассчитывать на получение наследства; *pass the hat* – пускать шапку, собирать деньги; *take the shirt off smb's back* – снять последнюю рубашку, лишиться всего материального.

Русские фразеологические единицы: *вывернуть карман* – отдать последнее; *класть в карман* – наживаться; *набивать карман* – богатеть; *толстый карман* – наличие большого количества денег; *пустой карман* – отсутствие денег; *надеяться на чей-либо карман* – надеяться на чью-либо материальную помощь; *залезть в карман* – обокрасть; *бить по карману, не по карману* – о слишком дорогой покупке; *без гроша в кармане, ветер свистит в кармане* – отсутствие денег; *трясти карманом* – разбрасываться деньгами; *остаться без штанов* – остаться без средств к существованию; *снять с кого-либо последнюю рубашку* – лишиться всего.

Для описания данной темы наиболее частыми компонентами-наименованиями элементов одежды являются слова *pocket* и *карман*. Это происходит из-за того, что деньги – показатель материального благосостояния человека – обычно хранятся в кармане.

3. (6/5) Фразеологизмы, показывающие отношение к работе: *work one's socks off* – трудиться изо всех сил; *die with one's boots on* – умереть на рабочем месте, работать до смерти; *roll one's sleeve up* – засучить рукава; *take off one's coat* – засучить рукава; *take off the gloves* – всерьез взяться за что-либо; *slip the collar* – уклоняться от обязательств. *Засучив рукава* – не жалея сил, много и усердно, старательно, энергично,

с большим энтузиазмом; *спустя рукава* – с ленцой, неохотно, небрежно; *лапти плести* – неумело делать что-либо; *не шубу шить* – делать что-то ненужное. Большинство фразеологических единиц указывают на подготовку к работе, то есть перед тем, как взяться за дело, надо *засучить рукава*, возможно, чтобы было удобнее.

4. (5/6) Фразеологические единицы, относящиеся к теме человеческих чувств и качеств, можно разделить на:

1) отрицательные: *shake in one's boots* – дрожать, как осиновый лист; *not to hear one's heart in one's boots* – трястись от страха; *lose one's shirt* – выйти из себя; *get too big for one's boots* – зазнаваться. *Сесть в калошу* – оказаться в неудобном положении; *не к шубе рукав* – о неустроенном в жизни человеке; *держаться за юбку* – не проявлять самостоятельность;

2) положительные: *keep one's shirt on* – оставаться спокойным. *Рубаха-парень* – добрый, прямодушный; *родиться в рубашке* – быть удачливым; *не лезть за словом в карман* – быть находчивым.

5. (9/1) Фразеологические единицы, указывающие на состояние рабочей занятости: *wear out the seat of one's pants* – просиживать штаны, ничего не делать; *drop the other shoe* – завершить последнее задание; *get the boot* – быть уволенным; *step into smb's boots/shoes* – занять чей-либо пост, должность; *get a bowler hat* – быть уволенным с военной службы; *wear two hats* – работать по совместительству; *be in collar* – иметь работу; *be out of collar* – не иметь работы. *Просиживать штаны* – ничего не делать.

Интересно отметить употребление компонента-наименования одежды «boot». Вероятнее всего данное употребление связано с тем, что изначально слово «boot» относилось к обуви, которую носили рабочие.

6. (7/1) В английской фразеологии довольно много фразеологических единиц, темой которых является род деятельности: *Green Beret* – зеленый берет (английские, американские десантно-диверсионные войска); *a blue coat* – моряк; *a red coat* – английский солдат; *a black coat* – священник; *a red hat* – кардинал. В русском языке: *пойти под красную шапку* – стать солдатом.

6.1. Номинация представителей той или иной идеологии: *black shirt* – фашист; *brown shirt* – нацист.

Стоит обратить внимание на то, что во фразеологических единицах обеих групп (6, 6.1) присутствуют прилагательные, обозначающие цвет элементов наименования одежды, которая характерна для представителей того или иного рода деятельности.

7. (5/2) Английские фразеологические единицы с компонентами-наименованиями одежды затрагивают тему азарта и соперничества: *go for the gloves* – безрассудно играть на скачках; *put one's shirt on smth* – поставить все на карту; *hold the belt* – занять первое место; *knock into a cocked hat* – разбить в пух и прах; *beat the pants off smb* – нанести сокрушающее поражение. В русском языке: *заткнуть за пояс* – побеждать, превосходить; *быть в кармане* – быть уверенным в чем-либо.

8. (6/1) Фразеологические единицы с компонентами-наименованиями одежды, служащие средствами выражения человеческих эмоций. В них ярко выражен эмоциональный оттенок: *where the shoe pinches* – Вот в чем загвоздка! *That's another pair of shoes!* – Это совсем другое дело! *Fit like a glove!* – Как раз то, что надо! *The cat's pajamas!* – То, что надо! *Hang on your hat!* – Осторожно! *If the cap fits, wear it.* – Не в бровь, а в глаз. *Бросать шапки вверх* – радоваться, ликовать.

9. (3/1) Тема справедливости и несправедливости также находит свое отражение во фразеологии. Важно отметить тот факт, что компонент *shoe/boot* является наиболее характерным при описании данной темы. *The boot is on the wrong foot* – приписывать вину другому; *put the shoe on the right foot* – справедливо обвинять; *put the shoe on the wrong foot* – несправедливо обвинять. В русском языке тема справедливости представлена фразеологизмом *по Сеньке шапка* – человек, который достоин не больше того, что имеет.

Возможно выделить и другие темы среди фразеологических единиц с компонентами-наименованиями одежды, но они представлены единичными примерами.

Для большего удобства количественные данные можно представить в виде таблицы (Таблица 1).

Таблица 1

| № | Тема                            | Английский язык | Русский язык |
|---|---------------------------------|-----------------|--------------|
| 1 | Взаимоотношения между людьми    | 22              | 17           |
| 2 | Материальное положение          | 11              | 13           |
| 3 | Отношение к работе              | 6               | 5            |
| 4 | Человеческие чувства и качества | 5               | 6            |
| 5 | Состояние рабочей занятости     | 9               | 1            |
| 6 | Род деятельности, идеология     | 7               | 1            |
| 7 | Азарт и соперничество           | 5               | 2            |
| 8 | Эмоции                          | 6               | 1            |
| 9 | Справедливость                  | 3               | 1            |

Таким образом, можно сделать вывод, что через призму одежды в английской и русской языковых картинах мира видятся разнообразные сферы жизнедеятельности человека, его характер, чувства, эмоции, отношения, социальные позиции, внешний вид и многое другое. Чаще всего фразеологические единицы с компонентами-наименованиями одежды используются для описания таких тем, как: взаимоотношения между людьми, бедность/богатство, работа, чувства и качества человека. То есть через призму одежды, которая является неотъемлемой частью человеческой жизни, видятся и описываются самые важные стороны жизни человека.

*Список литературы*

1. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Л.: Изд-во ЛГУ, 1963. 208 с.
2. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. 4-е изд-е. М.: Русский язык, 1984. 944 с.
3. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. М.: Индрик, 2005. 1038 с.
4. Предисловие // Метафора в языке и тексте / отв. ред. В. Н. Телия. М.: Наука, 1988. 176 с.
5. Фразеологический словарь русского языка / ред. А. И. Молотков. М.: Русский язык, 1978. 543 с.
6. Longman Dictionary of English Language and Culture. 3<sup>th</sup>, new ed. Harlow: Longman, 2005. 1620 p.
7. Macmillan English Dictionary. 2<sup>nd</sup> new ed. Oxford: Macmillan Education, 2007. 1748 p.

**SEMANTICS OF THE PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COMPONENTS-CLOTHING NAMES IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES****Larina Tat'yana Andreevna***The Second Saint-Petersburg Gymnasium  
djaazik@mail.ru*

The article is devoted to the semantic analysis of the phraseological units with the components-clothing names in the English and Russian languages. The study of the phraseological units of the different languages with a view to identify their national and cultural specifics allows better understanding the psychology and world outlook of the peoples. Evidently, the elements-clothing names are represented in the phraseology of the English and Russian languages; they are a kind of mirror reproducing the history of mankind.

*Key words and phrases:* English and Russian linguistic pictures of the world; phraseological unit; semantics; clothing.

УДК 81'1:378

**Педагогические науки**

*В статье рассматривается вопрос о формировании коммуникативной компетенции студентов гуманитарных направлений в процессе обучения немецкому языку. Автор обосновывает целесообразность и эффективность поэтапной работы с аутентичным текстом, включающей предтекстовые задания, а также послетекстовые задания коммуникативной направленности, отвечающие задачам каждого этапа.*

*Ключевые слова и фразы:* коммуникативная компетенция; предтекстовые задания; послетекстовые задания; аутентичный текст; адаптированный текст; образовательный процесс.

**Логинова Елена Александровна**, к. пед. н., доцент*Тюменский государственный университет  
eloinowa@mail.ru***ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ГУМАНИТАРНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В ОБУЧЕНИИ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ НА ОСНОВЕ АУТЕНТИЧНОГО ТЕКСТА** ©

Формирование коммуникативной компетенции является основной и ведущей целью обучения иностранному языку. По определению В. В. Сафоновой, коммуникативная компетенция – это совокупность языковой, речевой и социокультурной составляющих [5, с. 8].

Цель работы – теоретическое обоснование и реализация формирования коммуникативной компетенции студентов гуманитарных направлений при обучении немецкому языку на основе текста в образовательном процессе вуза.

Предмет исследования – аутентичный текст как средство формирования коммуникативной компетенции при обучении студентов гуманитарных направлений немецкому языку.

Задачи исследования:

1) отобрать эффективные методы в формировании коммуникативной компетенции студентов на основе аутентичного текста;

2) разработать комплекс заданий для реализации формирования коммуникативной компетенции студентов гуманитарных направлений при обучении немецкому языку на основе текста.

Согласно федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования (ФГОС ВО) студенты должны уметь читать с пониманием несложные аутентичные тексты, быть способными устанавливать контакт с носителями языка, соблюдать при этом правила речевого этикета.

Рассмотрим отличие аутентичного текста от адаптированного. «Аутентичный» (от греч. *authentikos* – подлинный) – действительный, подлинный; соответствующий подлинному [2, с. 1320].

«Адаптированный текст, облегченный текст литературно-художественного и другого произведения, приспособленный для малоподготовленных читателей или детей» [1, с. 187].

Однако каждый преподаватель должен помнить, что аутентичность текста «сработает» в том случае, если он сможет создать аутентичную социальную ситуацию на занятии в условиях «искусственной» среды через «аутентичность» учебных заданий, обеспечивающих одновременно «аутентичность» их восприятия [4, с. 13].