

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «ОДЕЖДА» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*Плющиков И.А.,*

*студент 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

Научный руководитель – Сивицкая С.И., ст. преподаватель

Фразеологические единицы несут в себе информацию о культурных особенностях народа, аспектов его исторического развития, которые выражаются в языковой системе. Углубленное изучение устойчивых выражений позволяет раскрыть уникальность системы языка, а также традиционную, материальную и духовную культуру народа, говорящего на этом языке. Одежда является необходимой составляющей человеческого мира и, неудивительно, что именно эта сфера породила целый пласт выражений в фразеологии, которые активно используются в языке. Таким образом, изучение данной фразеологической группы представляет огромную важность как с лингвистической, так и с культурологической точки зрения.

Цель исследования заключается в выявлении семантических особенностей фразеологизмов с компонентом «одежда» в английском языке.

**Материал и методы.** Материалом исследования стали наиболее распространенные английские пословицы и поговорки, выделенные из различных фразеологических словарей. В работе использовались метод сплошной выборки, систематизации, описательный и сравнительно-сопоставительный методы.

**Результаты и их обсуждение.** При исследовании фразеологических единиц с компонентом «одежда» мы исходим из понимания системного характера той или иной группы лексики. В современном языкознании анализ такого рода основывается на методе систематизации лексики по тематическим группам, что дает возможность установить связь между изучаемыми единицами, выявить особенности их употребления.

В ходе исследования английские фразеологические единицы с компонентом «одежда» были зафиксированы и распределены, исходя из их значения, по тематическим группам «характер человека», «межличностные отношения», «поведение и действия человека», представленным в таблице 1.

Таблица 1 – Английские фразеологизмы с названиями предметов одежды, распределенные по тематическим группам

Тематическая группа	Английский фразеологизм	Дословный перевод	Значение
Характер человека	a wolf in sheep's clothing	волк в овечьей одежде	коварный и жестокий человек
	big girl's shirt	рубашка большой девочки	женоподобный мужчина, нытик
	to be a stuffed shirt	набитая рубашка	быть слишком важным, «надутым индюком»
Межличностные отношения	to wear the pants in one's family	носить брюки в семье	быть главным в семье
	good clothes open all doors	хорошая одежда открывает все двери	внешний вид влияет на репутацию
	emperor's new clothes	новое платье короля	нечто очевидное, что не хочет признавать общество
Поведение и действия человека	to lose one's shirt	потерять рубашку	растратить почти все деньги
	to trail one's coat	волочить чье-то пальто	держаться вызывающе, лезть в драку
	to have ants in one's pants	иметь муравьев в штанах	нервничать, беспокоиться

Все устойчивые выражения, представленные в тематических группах «характер человека», «межличностные отношения», «поведение и действия человека», связаны с жизнедеятельностью человека. Также можно отметить, что часть фразеологических единиц имеют эквивалент со схожей образной формой. Например, «*a wolf in sheep's clothing*» имеет русское соответствие «волк в овечьей шкуре», а фразеологизм «*good clothes open all doors*» имеет схожее устойчивое выражение «по одежке встречают – по уму провожают», которое имеет компонент «одежда». Выражение «*emperor's new clothes*» основано на произведении Ганса Христиана Андерсена «Новое платье короля» и имеет в русском языке выражение с аналогичной этимологией «А король-то – голый!», однако утратило компонент «одежда».

Также анализ значений устойчивых единиц в представленных тематических группах позволяет сделать некоторые выводы. Так, в группе «характер человека» и «поведение и действия человека» все выявленные фразеологизмы имеют пейоративное коннотативное значение. В них говорится как о пороках человека: коварстве, слабости, претенциозности и др., так и просто ситуациях, которые можно считать негативным опытом человеческой деятельности.

Хотелось бы отметить, что устойчивые выражения из тематической группы «межличностные отношения» отражают особенности английской лингвокультуры. Фразеологическая единица «*to wear the pants in one's family*» отражает гендерные предубеждения определенного общества. Брюки долгое время считались элементом исключительно мужского гардероба и до сих пор ассоциируются с мужчинами. В большинстве патриархальных обществ именно мужчина считается главой семьи и эта социальная роль стала отождествляться и с его характерной одеждой. Именно поэтому, человек, вне зависимости от гендерной идентичности, который начинает проявлять доминантное (что ассоциируется с маскулинной социальной ролью) поведение, в метафорическом смысле начинает «носить штаны». Фразеологическая единица «*good clothes open all doors*» относится другим социальным предубеждениям. Ранее одежда была маркером социального происхождения и люди, которые обладали дорогой, изысканной одеждой, пользовались большим уважением, чем те, кто пренебрегал хорошей одеждой, ведь достойную одежду раньше могли позволить лишь определенные слои населения. Таким образом, в данных фразеологизмах закрепились определенные социокультурные реалии.

**Заключение.** Подводя итоги, следует отметить, что в английском языке, фразеологизмы имеют огромную общественную и культурную ценность, поскольку они обобщают и отражают общечеловеческий опыт. В данной работе проведена систематизация фразеологизмов с компонентом «одежда», а также выделены различные особенности их значения. Установлено, устойчивые выражения репрезентируют как негативный опыт человеческой деятельности, так и позитивный. Следует отметить, что фразеологизмы – это факт не только языка, но и часть культуры, их можно считать народным опытом, закрепленным в языке.

1. Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь / лит. ред. М.Д. Литвинова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз., 1984 – 944 с.

2. Литвинов, П.П. 3500 английских фразеологизмов и устойчивых словосочетаний / П.П. Литвинов. – М.: Астрель, 2007. – 285 с.

3. Siefiring, J. The Oxford Dictionary of Idioms / J. Siefiring. – N. Y.: Oxford University Press Inc., 2004. – 340 p.