

свече): *Не строй кунцы, не запрашалі цябе на свята і ніколі не паклічуць, вымышляеш!* (г. Дуброўна);

3) указваюць на залішняю гаварлівасць:

як груганнё нагергетаць ‘многа нагаварыў неразборліва і гучна’: “*А зараз раскажы, каб я зразумела, – сказала бабуля ўнуку, – а то нагергетаў як груганнё*” (в. Паўночнае Гняздзілава Докшыцкі раён);

крыкса воксаўская ‘пра таго, хто вельмі гучна размаўляе’: *Ці ўвечары, ці рана – усё не сціхае гэтая крыкса восаўская. Не зоймецца нічым* (в. Псуя, в. Ластавічы, в. Шыпы Глыбоцкі раён);

4) апісваюць вельмі дрэннага чалавека:

чартом свістаць ‘падманваць, дрэнна сябе паводзіць’: *Гэты хлопец чартом свісча, яму нельга верыць, ды і звязвацца з ім не трэба* (в. Паўночнае Гняздзілава Докшыцкі раён).

Заклучэнне. Такім чынам, матэрыял даследавання паказвае, што маральныя якасці прадстаўлены чатырма групамі, самай шматлікай па колькасці з’яўляецца група, у якой фразеалагічныя адзінкі апісваюць адносіны да працы. Усе прааналізаваныя фразеалагізмы ілюструюць адмоўныя рысы чалавека, намі не былі зафіксаваны выразы са станоўчай канатацыяй. У складзе фразеалагізмаў, што характарызуюць маральныя нормы і прынцыпы, у якасці кампанентаў ужываюцца адзінкі флоры і фаўны (кукурузны, хрэн, бульбоўнік, груганнё), словы, не зафіксаваныя ў сучаснай беларускай мове (лацугі, кунцы, крыкса).

1. Рэгіянальны слоўнік Віцебшчыны : у 2 ч. / Л. І. Злобін (рэд.) [і інш.]. — Віцебск : УА “ВДУ імя П. М. Машэрава” 2012. — Ч. 1. — 304 с. — Рэжым звароту: <https://rep.vsu.by/bitstream/123456789/14704/1/ГотовоеЧ.1.pdf>. — Дата звароту: 19.03.2023.

2. Рэгіянальны слоўнік Віцебшчыны : у 2 ч. / склад. : Г. К. Семянькова, Т. А. Грачыха, А. С. Дзядова [і інш.] ; пад рэд. А. С. Дзядовой. — Віцебск : ВДУ імя П. М. Машэрава, 2014. — Ч. 2. — 358 с. — Рэжым звароту : <https://rep.vsu.by/handle/123456789/14042>. — Дата звароту : 19.03.2023.

3. Слоўнік фразеалагізмаў беларускай мовы : у 2 т. / І. Я. Лепешаў. — Мінск : БелЭН. — Т. 1 : А – Л. — 2008. — 672 с.

4. Слоўнік фразеалагізмаў беларускай мовы : у 2 т. / І. Я. Лепешаў. — Мінск : БелЭН. — Т. 2 : М – Я. — 2008. — 704 с.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТАЛОНОВ УСПЕШНОСТИ В СРАВНИТЕЛЬНЫХ ОБОРОТАХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Чернякова М.Н.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Лапушинская Н.О., канд. филол. наук

Для современного этапа развития человеческого общества характерно стремление к достижению определенных целей, что репрезентируется через понятие успеха и успешности. При этом важно отметить многоаспектность и комплексность данного понятия, которое может иметь как индивидуальное (успешность для конкретного индивида), так и коллективное (успешность в понимании общества) значение. Успешность вербализируется через разные языковые средства, одним из которых выступает сравнение. Сравнение представляет собой один из важных приемов человеческого познания окружающей действительности, логического мышления. В лингвистике на основе сравнения формируется такая единица, как сравнительный оборот. Для репрезентации успешности используются различные эталоны. Актуальность нашего исследования определяется тем, что понятие успешности может коррелировать с разными понятиями, обусловленными ценностными ориентирами индивида или общества. В связи с этим представляется необходимым выделить и описать те эталоны, которые в немецкой лингвокультуре используются для реализации понятия успешности. В рамках данной работы мы ставим перед собой цель установить и описать языковые средства репрезентации эталонов успешности человека в сравнительных оборотах немецкого языка.

Материал и методы. Языковым материалом исследования является корпус сравнительных конструкций немецкого языка, включающий 50 единиц, отобранных методом сплошной выборки из корпуса современного немецкого языка [1], в которых актуализируется семантика успешности человека. Для достижения поставленной цели данный языковой материал исследуется с помощью аналитико-описательного метода, включающего приемы сравнения, обобщения, метода комплексного анализа каждого сравнительного оборота в единстве формы и содержания, метода контекстуального анализа, элементов статистического анализа.

Результаты и их обсуждение. Предпринятое исследование осуществлено в рамках антропологической парадигмы в лингвистике, «которая предполагает перенесение в центр внимания лингвистических исследований человеческий фактор в языке и языковой фактор в человеке» [2, с. 14]. В результате комплексного (семантического и структурного) анализа корпуса исследуемых сравнительных конструкций немецкого языка были выделены на основе семантического дифференциального признака следующие группы языковых средств репрезентации эталонов успешности человека, употребляемых немцами в данных сравнительных оборотах:

1. Доминирующей группой в корпусе фактического материала выступили имена собственные (известных в разных областях людей: исторических личностей, популярных актеров, художников, писателей, спортсменов, политиков, блогеров, бизнесменов и т. п., а также литературных героев и мифологических персонажей). Данная группа эталонов фигурирует в 35 исследуемых языковых единицах, что составило 70 % от общего количества проанализированных сравнительных оборотов:

so bekannt wie Plutarch ‘так же известен, как Плутарх’; *so bekannt wie Goya* ‘известный, как Гойя’; *so bekannt wie Goethe und Schiller* ‘так же известный, как Гёте и Шиллер’; *so bekannt wie Tolkien* ‘так же известен, как Толкин’; *so bekannt wie Michael Schumacher* ‘известный как Михаэль Шумахер’; *so erfolgreich wie Christian Lell* ‘успешный как Кристиан Лель’; *so bekannt / berühmt wie die Kardashians* ‘известен, как Кардашьян’; *so reich wie Bill Gates* ‘богат как Билл Гейтс’; *so reich wie Zuckerberg und Buffett zusammen* ‘богат, как Цукерберг и Баффет вместе взятые’; *so charmant wie Don Juan* ‘очарователен, как Дон Жуан’; *so bekannt wie Orpheus in der Unterwelt* ‘известен, как Орфей в подземном мире’.

2. Вторым по репрезентативности эталоном успешности в рассматриваемых сравнительных оборотах выступила временная референция (9 единиц, или 18 %). В этом случае в качестве эталона, маркирующего успешность, выступает указание на то, что человек не имел подобного успеха, известности и богатства никогда ранее или в долгосрочной перспективе в прошлом. Таким образом, временная перспектива в таких сравнительных оборотах в немецком языке всегда направлена на прошлое: *so bekannt wie noch nie* ‘известный как никогда’; *so bekannt wie nie zuvor* ‘известный как никогда ранее’; *so erfolgreich wie nie zuvor in ihrer Karriere* ‘успешный как никогда в своей карьере’; *so erfolgreich wie seit Jahren nicht* ‘успешный как никогда в течение многих лет’; *so reich wie noch nie* ‘богатый как никогда ранее’; *so reich wie niemals zuvor* ‘богатый как никогда ранее’.

3. Далее по частотности идут наименования занимаемой должности, положения в обществе (4 единицы, или 8 %). В приведенных ниже сравнительных оборотах в качестве эталона успешности функционируют наименования позиций, передающихся по наследству (*король*, *шейх*), выборная должность (*мэр города*, *канцлер*): *so reich wie der König* ‘богат, как король’; *so reich wie ein Scheich* ‘богат, как шейх’; *bekannt wie der Bürgermeister* ‘известен, как мэр’; *so bekannt wie die Kanzlerin* ‘известный, как канцлер’.

4. Имена религиозных персонажей также встречаются среди эталонов успешности человека. В немецких сравнительных оборотах выявлено лишь одно такое: *Иисус (Христос)* (2 единицы, или 4 %): *so berühmt wie Jesus Christus* ‘так же знаменит, как Иисус Христос’; *so berühmt wie Jesus* ‘так же знаменит, как Иисус’.

Заключение. Согласно результатам предпринятого исследования, в качестве эталонов успешности человека в сравнительных оборотах немецкого языка выступают следующие языковые средства: имена религиозных персонажей, имена собственные (исторических лиц, известных актеров, героев произведений), наименование занимаемой должности, положения в обществе как эталон успешности человека, а также временная референция. Доминирование в корпусе фактического материала продемонстрировали имена собственные известных в разных областях людей, литературных и мифологических персонажей (70 %).

В соответствии с полученными результатами семантического анализа исследуемых сравнительных оборотов успешность соотносится в немецкой лингвокультуре с такими понятиями (семантическими дифференциальными признаками), как известность, популярность у противоположного пола и благосостояние (богатство).

Практическая значимость полученных в ходе выполненного исследования результатов видится в потенциальной возможности их применения в вузовской практике преподавания ряда лингвистических учебных дисциплин: когнитивная лингвистика, лексикология немецкого языка, стилистика немецкого языка, а также в ходе дальнейших научных изысканий по данной и смежной тематиках.

1. Корпус современного немецкого языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.dwds.de/>. – Дата доступа : 24.03.2023.

2. Оксенчук, А. Е. Образ человека в русской языковой картине мира (на материале соматической фразеологии) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / БГУ. – Минск, 1998. – 20 с. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/24654> (дата обращения: 24.04.2023).

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ЛИЧНЫХ И ПРИТЯЖАТЕЛЬНЫХ МЕСТОИМЕНИЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Чжан Цзэчунь,

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

Научный руководитель – Климкович О.А., канд. филол. наук, доцент

Среди различных частей речи местоимения играют важную роль в коммуникации, поскольку выполняют анафорическую и дейктическую функции. Способность местоимений замещать существительные, прилагательные и числительные определяет высокую частотность их употребления во всех языках.

Цель данной статьи – рассмотреть особенности использования распространенных форм местоимений в русском и китайском языках и выявить некоторые причины, определяющие сложности употребления русских местоимений китайскими студентами. Актуальность работы определяется возможностью использования полученных результатов при обучении русскому языку китайских студентов. Как отмечает С. М. Яковлев, студенты «используют лингвистические знания, полученные при изучении родного языка» [3, с. 37].

Материал и методы. Материалом для исследования послужили данные словарей, письменные работы студентов, обучающихся по системе 3+3 на 3-м курсе художественно-графического и педагогического факультетов, ответы на вопросы предложенной анкеты. Общие число респондентов составило 60 человек. Для характеристики материала использовались описательный метод, метод сравнения и аналитический метод.

Результаты и их обсуждение. В русском и китайском языках используются сходные разряды местоимений, среди которых наиболее распространенными являются личные, притяжательные и указательные.

Система личных местоимений русского и китайского языка имеет серьезные отличия, связанные 1) с возможностью склонения русских местоимений; 2) с разграничением местоимений 3-его лица по роду.