

животных главная роль отводится *волку* (*jeune loup* ‘молодой карьерист’, *crier au loup* ‘кричать об опасности’; *воўчае лыка* ‘воўчая ягада’, *воўчае мяса* ‘выказванне незадаволеннасці канём, сабакам’); *лисе* (*agir en renard* ‘хитрить, лукавить’; *tirer au renard* ‘отлынивать от работы’; *падшыты лісіцай* ‘вельмі хітры і лжывы’; *злавіць лісіцу* ‘неасцярожна прапаліць вопратку пры агні’), *заяцу* (*prendre le lièvre au collet* ‘идти прямо к цели’; ‘*гнаўца за двума зайцамі*’ брацца адразу за дзве справы’).

Во фразеологизмах с зоонимами во французском и белорусском языках чаще всего отражены отрицательные человеческие качества (упрямство, глупость, непостоянство, неблагодарность, злость и т.д.), реже положительные (хорошая физическая подготовка, верность). Например, за ослом закреплены такие качества, как глупость и упрямство, за собакой – верность и преданность, за кошкой – независимость и т.д.

И. Цветков

РЕЧЕВОЙ АКТ КОМПЛИМЕНТА (на материале французского языка)

Первоначально из латинского языка старофранцузским и староиспанским был заимствован глагол *complēre* со значением ‘наполнять’, ‘внушать’, ‘выполнять’ и др. В испанском языке возникло существительное *complimiento* ‘выполнение’, ‘исполнение’. Учитывая склонность испанцев к преувеличениям, похвале и лести, слово *complimiento* стало отождествляться с проявлением вежливости и уважения к другим, начало использоваться, в основном, в придворном церемониале. При дворе Людовика XIV комплимент был обязательной формой придворного этикета. В начале XVIII века слово «комплимент» впервые появилось в бумагах Петра I, а затем вошло в лексический состав русского языка. Благодаря введению Петром I новых светских форм развлечений широкое распространение получили правила хорошего тона. Именно в связи с этим в 1708 году была издана книга «Приклады, како пишутся комплименты разныя». В современных источниках встречается следующее определение: «Комплимент – особая форма похвалы, выражение одобрения, уважения, признания или восхищения; любезные, приятные слова».

Комплимент рассматривается как одна из многочисленных речевых тактик, целью которой являлось установление контакта и поддержание добрых отношений. Главной задачей комплимента является не столько незатейливое восхищение качествами или достоинствами адресата, сколько намеренное. В отличие от таких первичных жанров, как угроза, ссора, которые рассматриваются в области конфликтологии, комплимент относится к области контактологии, характеризуется стремлением оказать любезность или польстить кому-либо. Прибегая к речевому действию угрозы, говорящий игнорирует этикет, а используя комплименты в общении, применяет речевые этикетные нормы.

Приоритетным объектом комплиментации и оценки для французского языка является талант и гениальность (кулинарный талант, ораторский талант, талант учителя, танцора, фотографа и т.д.): *Un succès garanti! Un génie! Un génie! Un génie!* ‘Гарантированный успех! Гений! Гений! Гений!’. Для разговорного французского языка характерной является краткая степень развернутости комплимента *T’es un génie!* Информационно полные, последовательные комплиментарные высказывания предпочтительны во время выступлений перед аудиторией, произнесений тостов, речей благодарности. *Je lis votre dernier roman. J’adore! Je suis une fan de l’inspecteur Dorwell. J’ai lu tous vos livres.* ‘Я читаю ваш последний роман. Я в восторге! Я фан инспектора Дорвелля. Я прочел все ваши книги’. С точки зрения психологической самоидентификации у французов в равной степени развито личностное начало человека, стремление к индивидуализму, и, следовательно, часты комплименты в собственный адрес. Например: *Vous êtes sûr? – Aussi certain que j’suis Aldo Las Vegas, le sherif de l’univers, ma poule!* ‘Вы уверены?’ – ‘Уверен, как и в том, что я – Альдо Лас Вегас, шериф вселенной, моя цыпочка!’

О. Юдина

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ УРБАНОНИМОВ (на примере названий станций метрополитена)

Термин *урбаноним* возник на базе двух латинских основ *urbanus* ‘городской’ + *onim* ‘имя’. К числу урбанонимов можно отнести целый ряд терминов, характеризующих элементы внутригородских объектов – это *хоронимы* (собственные имена части территории города), *агоронимы* (названия площадей), *годонимы* (названия улиц) и др. Особое место среди урбанонимов занимают названия станций метро. При анализе урбанонимов остановимся на аспекте их структурной организации на примере названий станций Минского, Московского и Петербургского метрополитенов.

В целом урбаноним может быть разным по компонентному составу. В ходе анализа названий станций метро мы разделили их на три группы: простые (*Минская, Купаловская, Курская*), сложные (*Первомайская, Петровско-Разумовская*) и составные (*Улица 1905 года, Площадь Ленина*). Соотношение простых, сложных и составных названий станций метро во всех трех городах, выбранных для анализа, примерно одинаково и составляет 6:1:3 соответственно.

При более детальном анализе выяснилось, что большинство станций с простыми названиями носят фамилии важных исторических личностей (*Фрунзенская, Зорге, Пушкинская* и т.д.) и событий (*Октябрьская, Пролетарская*) либо же взяли свое название от местных объектов (названий районов, бывших деревень и проч.: *Петровщина, Спасская, Автово* и т.п.) или других городов (*Московская в Минске, Бухарестская в Петербурге*).