

ring, be all hat and no cattle, black hat (or white hat). ФЕ с компонентом *cap* (5 % от общего числа ФЕ) являются одной из наименьших групп: *cap in hand, set your cap at*.

Довольно многочисленной является группа с компонентом *shoe* (12,8 %). В одних устойчивых единицах компонент показывает на нечто совершенно непохожее, новое, загадочное: *another pair of shoes, be in another person's shoes, where the shoe pinches, wait for the other shoe to drop*, в других – указывает на некие заметные признаки: *if the shoe fits, wear it*. Синонимичным компонентом является *boots* (7,7 %), который обладает скорее отрицательной коннотацией: *the boot is on the other foot, die with your boots on, get the boot*.

Большинство ФЕ с компонентом *pants* (10 %) относятся к разговорному стилю или жаргону: *beat the pants off, by the seat of your pants, scare (or bore etc.) the pants off someone, wearing (or in) short pants*. Компонент *trousers* (2,5 %), наоборот, означает господство – *wear the trousers*.

ФЕ с компонентом *shirt* также достаточно частотны среди фразеологизмов современного английского языка (10 %). Данный компонент, с одной стороны, указывает на спокойствие: *keep your shirt on, put your shirt on*, с другой – связан с потерей чего-либо: *lose your, the shirt off your back*.

Довольно многочисленны ФЕ с компонентом *sleeve* (10 %). Можно предположить, что он несет игривые коннотации: *have an ace up your sleeve, laugh up your sleeve, up your sleeve, wear your heart on your sleeve*.

ФЕ с компонентом *belt* также составляют 10 % от общего числа: *below the belt, belt and braces, tighten your belt, under your belt*. Большинство ФЕ с компонентом *pocket* (их доля – те же 10 %) связаны с деньгами: *have deep pockets, in someone's pocket, out of pocket, pay out of pocket*. Компонент *glove* встречается только в 2 случаях (5 %): *fit like a glove, the gloves are off*.

Итак, наиболее востребованными в английской лингвокультуре оказались ФЕ с компонентами *hat, shoe*, наименее – с компонентами *trousers, cap* и *glove*.

Е. Слепнёва

СОВРЕМЕННЫЙ МОТИВАЦИОННЫЙ ДИСКУРС: ЭМОТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ АВТОРА

В настоящее время одной из наиболее распространенных форм научно-популярного дискурса является коучинг. Он существует в письменной и устной формах и порождает различные типы текста: литература для тренингов и семинаров, консультаций, мотивационные речи и видео. Одна из главных задач адресанта – передача эмоционального настроения адресату или адресатам.

Цель исследования – выявление средств эмоционального воздействия автора на адресата, выявление роли эмотивной компетенции адресанта.

В ходе анализа были исследованы русскоязычные ролики коучера, пользующиеся большой популярностью на YouTube (10,582,942 просмотров).

Нами выявлены фонетические, лексические, морфологические, синтаксические и стилистические средства эмоционального воздействия.

Лексический фон мотивационного дискурса создает эмоционально-оценочная лексика (62 контекста), отмечены диминутивы, единицы разговорной, бранной лексики. Вопреки нашим ожиданиям, не задействованы, сленгизмы, поэтизмы, окказионализмы.

Мотивационный дискурс характеризует особая фонетика, в частности, просодия, резко отличающаяся от литературной. Тон коучера перманентно падает и повышается, динамичны громкость, темп, что способствует эмоциональности текста и контрастирует с монотонностью интонационного рисунка русской литературной речи. Аффектация, а также аллитерации, ассонансы создают эмоциональную заряженность дискурса: *В этом мире нет ничего более могущественного, чем передом сознания.*

Мотивационный дискурс стилистически многообразен: коучер прибегает к гиперболизации (34 контекста), генерализации (6 контекстов), градации (1 контекст), использует рефрен (9 контекстов), прибегает к аллюзиям (2 случая). Отметим активное использование метафор (34 контекста): *Прикосновения к состоянию, когда ты прорываешься сквозь вязкость быта и хоть краем глаза, но ты видишь истинного себя, когда ты с головой погружаешься в болото своих страхов и ввязываешься с ними в бой, чтобы продолжать движение.*

Морфология весьма специфична. Обилие местоимений (193 вхождения) в сочетании с личными формами глаголов (71 вхождение) подчеркивает лично-ориентированный подход автора: *Если ты чего-то хочешь от жизни, если хочешь изменить себя, если хочешь заполучить что-то, дотянуться до каких-то вершин...* Особую роль играют частицы.

Мы выделяем следующие синтаксические средства: 1) эмотивно-побудительные высказывания: *Хватит уже прожигать жизнь* и др. (17 единиц); 2) эмотивно-вопросительные косвенные высказывания: *Зачем они взбираются на эти вершины гор?* (9 единиц); 3) эмотивно-оценочные высказывания: *Да, это невероятно сложно. Но оно того стоит!* (3 единицы). Кроме того, в тексте использовался синтаксический параллелизм (3 контекста).

Коучинг сегодня стремительно набирает популярность в интернет-пространстве. Однако за высокой эмоциональной заразительностью текстов часто трудно распознать их истинный посыл, что повышает уязвимость адресатов перед идеями коучеров.

В. Шаченок

КОНЦЕПТ «НОМЕ» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ СЛЕНГА

Данная работа посвящена изучению концепта «home / дом» в представлении носителей английского сленга. Ученые считают, что «home» относится к важнейшим культурным концептам, что обуславливает актуальность нашей работы.