

В ходе исследования было установлено, что во всех трех языках преобладают устойчивые выражения, связанные с отрицательными эмоциями. Самым распространенным цветным компонентом является *синий*; реже всего встречается компонент *желтый*. Синий цвет в английском ассоциируется с тоской, холодом и испугом, в немецком – со злостью и неприятным удивлением, в русском – также с нестабильным эмоциональным состоянием. Например: *to feel blue* ‘грустить’, *sein blaues Wunder erleben* ‘сильно неприятно удивиться’, *посинеть от злости*.

Красный цвет во всех трех языках имеет схожее значение: смущение, стыд, обида или гнев, например: *to see red* ‘прийти в ярость’, *rot wie ein Krebs* ‘красный, как рак’, *покраснеть от злости*.

Менее частотный компонент *желтый* в английском языке встречается при описании физической или эмоциональной слабости, страха или трусости, в немецком – при описании зависти, например: *to be a yellow gut/yellow dog* ‘трусливый’, *vor Neid gelb werden* ‘позеленеть от зависти’. В русском языке единицы с компонентом *желтый*, выражающие эмоции, не обнаружены.

Компонент *зеленый* используется для выражения зависти и ревности: *be green with envy* ‘лопнуть от зависти’, *sich grün und blau ärgern* ‘позеленеть от злости’. Также *зеленый* в английском языке указывает на страх, в немецком – на антипатию, в русском – на усталость, раздражение и скуку, например: *to be green about the gills* ‘резко побледнеть от испуга’, *jdm. nicht grün sein* ‘не любить кого-либо’, *в глазах зеленеет*, *позеленеть от злости*, *тоска зеленая*.

Универсальная инстинктивная реакция человеческого организма на внешние раздражители, принадлежность исследуемых языков к одной языковой семье, а английского и немецкого еще и к одной языковой группе, являются причинами схожести отражения эмоций во фразеологизмах данных двух языков.

Н. Новик

МОДАЛЬНЫЕ ЕДИНИЦЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ ВОЗМОЖНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Ученые уже на протяжении нескольких десятилетий занимаются исследованием модальной категории возможности в медиадискурсе. Ее важность обусловлена тем, что она представляет собой одни из важнейших координат организации человеческой деятельности. Соответственно, для лингвистики приобретает особое значение установление средств актуализации данной модальной категории в медиадискурсе, так как СМИ тесно связаны с жизнью человека. Цель настоящего исследования состоит в выявлении лексических и грамматических характеристик языковых средств, репрезентирующих модальную категорию возможности в англоязычном медиадискурсе, и установлении особенностей их перевода на русский язык.

Материалом для исследования послужили аналитические статьи, отобранные из качественной прессы Великобритании: «The Times», «The Guardian», «The Independent».

Проведенный анализ показал, что ведущим средством выражения всех частных значений возможности в медийной аналитической статье на английском языке является сочетание модального глагола *can* с инфинитивом (44,4 %). Например: *But survival is not just a product of luck. We **can do** far more than we think to improve our odds of preventing and surviving...* ‘Но выживание – это не только результат удачи. Мы **можем сделать** гораздо больше, чем мы думаем, чтобы увеличить наши шансы на выживание...’ (The Times. 29.05.2008).

Помимо модального глагола *can*, значение внутренней возможности выражает сочетание модального выражения *to be able to* с инфинитивом (41,6 %), значение внешней возможности – прилагательное *possible* в функции предикатива (9 %), деонтической возможности – глагол *to allow* (5 %). Наибольшую вариативность при переводе на русский язык демонстрирует модальное выражение *to be able to* (‘суметь, быть в состоянии, мочь’ и т.д.). Например: *The Pakistani army **has been unable to contain** the militants, and has already lost around 1,000 soldiers trying* ‘Пакистанская армия **оказалась не в состоянии сдержать** боевиков и, пытаясь сделать это, уже потеряла около 1000 солдат’ (The Times. 30.06.2008).

Проведенный анализ показал, что для правильного перевода на русский язык средств, эксплицирующих модальное значение возможности, следует проанализировать не только ближайший, но и более широкий контекст, чтобы определить адекватный русский эквивалент. В целом же можно утверждать, что специфика реализации значений возможности в англоязычном медиадискурсе обусловлена не столько структурно-языковыми, сколько функционально-стилистическими факторами.

Е. Пасюкова

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК МЕМА В РАЗЛИЧНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

В последние годы в интернет-дискурсе все больше увеличивается значимость мемов как средства достижения комического эффекта и оперативной передачи актуальной информации. Мемы представляют собой особый лингвовизуальный феномен, в котором текст и изображение образуют единое целое, имеющее определенную прагматическую направленность.

Характерной чертой данного жанра является несущая определенный смысл визуализированная составляющая – фото или иллюстрация. Текст, в свою очередь, может варьироваться в соответствии с конкретной коммуникативной задачей адресанта, которая в некоторых случаях отличается от исходного замысла визуализированного компонента. Для адекватной интерпретации мемов необходимо совпадение фоновых знаний коммуникантов. Неосведомленность о некоторых реалиях может привести к коммуникативному сбою – отсутствию комического эффекта. Настоящее исследование проводилось на материале 300 мемов из англоязычного и русского сегментов Интернета.