

собственным трудом’, *jemand steht in Arbeit und Brot* ‘кто-л. зарабатывает себе на жизнь’, *Nach getaner Arbeit ist gut Ruhem* ‘Сделал дело – гуляй смело’; *Wie die Arbeit, so der Lohn* ‘Что посеешь, то и пожнешь’; *Wer nicht arbeitet, soll auch nicht essen* ‘Кто не работает, тот не ест’. Работа характеризует человека, например: *Arbeit ist der Bürgers Zierde* ‘Человека красит труд’.

Таким образом, английский концепт «work» имеет более широкий спектр значений и включает в себя даже развлечения. В сравнении с ним немецкий концепт «Arbeit» сконцентрирован на тяготах и необходимости труда как средстве поддержания и улучшения качества жизни.

С. Козарь

ВНЕШНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В ЗЕРКАЛЕ АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Фразеология – живая, развивающаяся и по сей день, ветвь лингвистики. Знакомство с ней позволяет глубже понять историю народа, его отношение к человеческим достоинствам и недостаткам, специфику мировоззрения. То, как люди оценивают себя и окружающих, явления и события жизни, а также мир в целом, – все это находит отражение в языке народа и представляет для нас огромный интерес.

Объектом нашего исследования являются фразеологические единицы английского языка, характеризующие внешность человека. В целях данного исследования мы обратились к фразеологическим словарям английского и русского языков. Наше обращение к русскому языку неслучайно, так как именно при сравнении явлений двух языков мы можем лучше понять национальную специфику и самобытность того или иного лингвистического явления.

В результате анализа русских и английских ФЕ мы сгруппировали выражения об отдельных особенностях внешности, а также сделали определенные выводы о том, как носители русского и английского языков относятся к внешности в целом.

1. Итак, посмотрим на **портрет человека** в зеркале английского и русского языков. **О привлекательной внешности:** *as pretty as a picture; look like a million dollars* – как картинка; *писаная красавица*. **О полном человеке, «в теле»:** *a mountain of flesh; as fat as a pig* – *лопаться от (с) жипу; поперек себя в толще; в дверь не проходит*. **О румянном:** *as red as a cherry (rose)* – *кровь с молоком*. **О бледном:** *as white as a sheet; as pale as a ghost* – *кровинки в лице не осталось; бледный как смерть, как мертвец*. **О человеке высокого роста:** *ringtail snorter (высокий парень)*. **О невысоком, маленького роста:** *knee-high to a duck; Tom Thumb* – *от горшка два вершка; короче воробьиного носа; с ноготок*.

2. Рассмотрим **оценку внешности и отношение к ней** в русском и английском языках. Интересно, что в обеих культурах существует большое количество суждений о внешности, зачастую противоположных друг другу по смыслу. Так,

например, носители как англоязычной, так и русскоязычной культур полагают, что: **Красота важна:** *Fine feathers make fine birds.* – *Аленький цветок бросается в глазок. На алый цветок летит мотылек.* **Внешности доверять нельзя:** *All that glitters is not gold; Beauty is only skin deep.* – *...а по уму провозжают; С лица воды не пить; Не всё то золото, что блестит.*

А. Косарь

ОККАЗИОНАЛИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕЧАТНОМ ДИСКУРСЕ

Окказионализм – это экспрессивная единица речи, обладающая свойствами невоспроизводимости, производности, контекстуальной связности, номинативной факультативности. В теории окказиональности выделяют фонетические, лексические, грамматические (морфологические), семантические окказионализмы и окказиональные сочетания слов. Окказионализмы широко используются в печатном медиадискурсе, так как для них характерна высокая степень экспрессивности и содержательности. В результате анализа 70 статей таких изданий, как «The Guardian», «The New York Times», «Foreign Policy», нами было идентифицировано 24 окказионализма. Из них 7 было выявлено в названиях статей.

В заголовке *100 days: Living in Obamaland* (The Guardian, 28 April 2009), *Obamaland* – это лексический окказионализм, образованный от фамилии бывшего президента США Барака Обамы и элемента – *land*, широко распространенного в географических названиях. При образовании окказионализма *the commander-in-bleach* в названии статьи *Trump the commander-in-bleach has been stripped of all feeling* (The Guardian, 29 April 2020) была использована подмена одного из компонентов существительного *commander-in-chief* для создания намека на бесчувственность президента как побочного действия антибактериальных средств.

Одним из способов образования окказионализмов является прибавление к лексической единице характерных для языка морфем (суффиксов или префиксов): например, *pre-cash normality* (префикс ‘pre-’). *Another recent crisis, the 2008 financial crash, was resolved in a way that meant banks and financial institutions were restored to pre-crash normality, at great public cost, while government spending on public services across the world was slashed* (The Guardian, 31 March 2020). Путем суффиксации от фамилии президента США Дональда Трампа был образован неологизм *Trumpish*. *We need protest - not only to oppose Yiannopoulos' odious views but as an alternative to the Trumpish dystopia he exemplifies* (The Guardian, 10 October 2017). От этой же фамилии образован окказионализм *Trump-leaning*. *Though responses mostly hewed to partisan lines, the team saw significant movement among Trump-leaning voters away from the president when presented with critical commentary from a conservative messenger* (The New York Times, 28 April 2020).