

УДК 81-23

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ДРУЖБА» (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Богемова О.В., к.ф.н., доц., Груздева А.Ю., студ.

Псковский государственный университет, г. Псков, Российская Федерация

Наука паремиология занимается изучением и классификацией паремий – устойчивых фразеологических единиц, обладающих поучительным характером. К числу паремий относятся такие единицы языка, как пословицы и поговорки, девизы и слоганы, веллеризмы и афоризмы, загадки и крылатые фразы, главной задачей которых является образное словесное отображение многовекового опыта народа, особенностей его общественного и бытового уклада, а также менталитета и мировоззрения. Пословицы и поговорки любого языка представляют собой продукты языкового народного сознания как материализация опыта. Наиболее яркими отличительными чертами пословично-поговорочных изречений является назидательный характер и отображение многовекового опыта людей. По причине того, что данные единицы языка представляют собой меткие и запоминающиеся выражения, их форма была максимально сохранена до наших дней.

В настоящее время существует несколько классификаций пословиц и поговорок:

- 1) алфавитная классификация, основанная на принципе размещения в алфавитном порядке (была применена в сборниках Н. И. Толстого и И. В. Федосова);
- 2) классификация по опорным словам, в основе которой лежит распределение паремий по узловым словам (отражена в работах А. М. Жигулева, В. М. Мокиенко и Т. Г. Никитиной);
- 3) монографическая классификация, базирующаяся на объединении пословиц и поговорок по месту или времени их собирания;
- 4) генетическая классификация, в соответствии с которой материал распределяется по происхождению (так был создан словарь В. М. Мокиенко);
- 5) тематическая классификация, основанная на членении паремий по темам высказывания (применена в работах В. И. Даля, А. С. Спирина, В. И. Зимина).

Опираясь на последний вид классификации, мы провели сравнительно-сопоставительный анализ пословиц и поговорок тематической группы «Дружба».

Исследование показало, что большая часть русских пословиц и поговорок имеет соответствующий аналог на иностранном языке, например:

1. Хороший друг в лицо ругает, а за глаза хвалит. – He is a good friend that speaks well of us behind our backs;
2. Не имей сто рублей, а имей сто друзей. – A friend in court is better than a penny in purse;
3. Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты. – A man is known by the company he keeps.
4. Гусь свинье не товарищ. – A goose is no playmate to a pig.

Ряд пословиц и поговорок данной тематической группы не имеет однозначного эквивалента в одном из сопоставляемых языков, например:

Безэквивалентные английские пословицы и поговорки	Безэквивалентные русские пословицы и поговорки
1. Friendship increases in visiting friends, but in visiting them seldom. 2. Little intermeddling makes good friends. 3. A friend's eye is a good mirror.	1. Вяжись лычко с лычком, ремешок с ремешком. 2. И всяк тебе друг, да не вдруг. 3. Не узнавай друга в три дня, узнай в три года.

В пословицах и поговорках обеих проанализированных языковых культурах содержится призыв к настоящей и преданной дружбе, которая познается в трудной ситуации, например: Друг познается в беде. – A friend in need is a friend indeed.

Основные понятия, включаемые в состав паремий и английского, и русского языков, отражают такие качества, как готовность прийти на помощь, благодетельность, родство душ, надежность.

В результате выполненного исследования можно отметить, что, несмотря на разные картины мира русского и английского народов, пословицы и поговорки несут в себе общий нравственный закон и говорят о ценности дружбы.

Список использованных источников

1. Даль, В. И. Пословицы русского народа / В. И. Даль – М. : ННН : ЭКСМО, 2003. – 616 с.
2. Кузьмин, С. С. Русско-английский словарь пословиц и поговорок / С. С. Кузьмин, Н. Л. Шадрин. – СПб.: МИК / Лань, 1996. – 352 с.
3. Модестов, В. С. Английские пословицы и поговорки и их русские соответствия / В. С. Модестов. – М. : Рус. яз. – Медиа, 2005. – 468 с.
4. Сидоркова, Г. Д. Прагматика паремий: пословицы и поговорки как речевые действия : монография / Г. Д. Сидоркова – М-во образования Рос. Федерации. Кубан. гос. ун-т. - Краснодар : Кубан. гос. ун-т, 1999. – 249 с.

УДК 659.123.1

ОРГАНИЗАЦИЯ СЛОГАНОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Нипарко А.А., студ, Воробьева О.И., к.ф.н, доц.

*Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий,
г. Могилев, Беларусь*

Жизнь современного общества невозможно представить без рекламы. Управляя сознанием и манипулируя людьми, реклама создаёт положительный и доверительный имидж для рекламируемого продукта, тем самым как бы заставляя покупателя активно действовать, то есть активно покупать. Целью данной работы является выявление способов организации слоганов англоязычной рекламы продуктов питания, поскольку реклама предприятий пищевой промышленности занимает ведущее положение в мировом информационном потоке современности.