ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Реализация категории эмотивности во фразеологическом фонде английского языка с компонентом зоонимом**

основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика»

Исполнитель:

Обучающийся 3 курса

Образовательной программы

«Теория перевода и межъязыковая коммуникация»

Профиль «Английский язык»

очно-заочной формы обучения

Савенкова Яна Олеговна

Научный руководитель:

к.ф.н., доц. Китаева Е. М.

Рецензент:

к.п.н., ст. преп. Сеничкина О.А.

Санкт-Петербург

2018

Оглавление

[Введение 3](#_Toc514851002)

[Глава 1. Теоретические аспекты категории эмотивности 5](#_Toc514851003)

[1.1 Определение понятия «категория» в лингвистике 5](#_Toc514851004)

[1.2 Эмотивность как языковая категория 8](#_Toc514851005)

[1.3 Основные средства выражения категории эмотивности 12](#_Toc514851006)

[1.3.1. Средства морфологического уровня 12](#_Toc514851007)

[1.3.2 Средства грамматического уровня 13](#_Toc514851008)

[1.3.3 Средства лексического уровня 17](#_Toc514851009)

[1.3.4 Средства стилистического уровня 20](#_Toc514851010)

[1.4 Определение фразеологической единицы и ее признаки 23](#_Toc514851011)

[Выводы к 1 главе 26](#_Toc514851012)

[Глава 2. Эмотивный аспект во фразеологических единицах с компонентом-зоонимом 27](#_Toc514851013)

[2.1 Реализация категории эмотивности на морфологическом уровне 27](#_Toc514851014)

[2.2 Реализация категории эмотивности на грамматическом уровне 29](#_Toc514851015)

[2.3 Реализация категории эмотивности на лексическом уровне 32](#_Toc514851016)

[2.4 Реализация категории эмотивности на стилистическом уровне 36](#_Toc514851017)

[2.5 Эмотивная нагрузка компонента-зоонима 42](#_Toc514851018)

[Выводы ко 2 главе 44](#_Toc514851019)

[Заключение 46](#_Toc514851020)

[Список использованной литературы 48](#_Toc514851021)

[Приложение 51](#_Toc514851022)

# Введение

Фразеология является важной и неотъемлемой частью любого языка, фразеологические единицы представляют собой яркие и выразительные средства языка. Английский язык богат фразеологическими единицами с компонентом-зоонимом, так как животные всегда окружали человека, являлись непосредственной частью его жизни и становились олицетворением качеств, которые человек хотел бы иметь, или от которых стремился избавиться. Через сравнение с животными человек изучал окружающий его мир и постигал самого себя в этом мире.

Многие фразеологические единицы связаны с выражением эмоций человека. Компонент-зоонимом в составе фразеологических единиц способен не только описать качества и характеристики человека, но и выразить большой спектр чувств и эмоций, испытываемых человеком. Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом, неся в себе субъективно-оценочно коннотацию, могут выполнять эмотивную функцию.

Целью данной работы является выявление способов реализации категории эмотивности во фразеологизмах английского языка с компонентом- зоонимом.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

* дать определение понятиям «эмотивность» и «фразеологическая единица»;
* описать основные способы реализации категории эмотивности;
* осуществить выборку фразеологических единиц с компонентом-зоонимом;
* провести анализ фразеологических единиц с компонентом-зоонимом;
* сделать вывод о частотности и эффективности использования различных способов выражения категории эмотивности во фразеологических единицах с компонентом-зоонимом.

Материалом для данной работы послужили английские фразеологические единицы с компонентом-зоонимом, отобранные методом сплошной выборки из «Большого англо-русского фразеологического словаря» А.В. Кунина объемом 945 страниц.

Структура работы: данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения. В первой главе раскрывается понятие «эмотивности» и «фразеологической единицы» в лингвистике, описываются основные способы реализации категории эмотивности. Во второй главе проводится анализ фразеологических единиц с компонентом- зоонимом с целью выявления способов выражения категории эмотивности.

В ходе исследования были взяты за основу точки зрения таких лингвистов, как А.В. Кунин, В.В. Виноградов, Н.Н. Амосова, И. В. Арнольд, В.П. Жуков, В.И. Шаховского и других.

# Глава 1. Теоретические аспекты категории эмотивности

В последнее время можно наблюдать возрастающий интерес лингвистики к проблеме эмоций в языке. Многие научные дисциплины занимаются изучением эмоций и чувственной области человека. С точки зрения лингвистики исследование эмотивности отвечает современному антропоцентрическому подходу к изучению языка, который в центр анализа ставит человека с его переживаниями, чувствами и потребностями.

## 1.1 Определение понятия «категория» в лингвистике

Многие гуманитарные науки стремятся определить сущность категорий, выявить основания для формирования их структуры и содержания. Каждая наука имеет собственный подход к определению «категории». В лингвистике подход к определению понятия «категория» менялся в зависимости от целевых установок и доминирующих взглядов на природу языка в конкретный исторический период в целом, а также от того, какая функция языка или сама его структура отказывались в большей степени в поле зрения исследователей (Болдырев 2005).

В рамках традиционной и структурной лингвистики «категория» определяется как любая группа языковых элементов, которые выделяются на основании наличия некоторого общего признака. Этот признак является основой разделения обширной совокупности однородных языковых на определенное количество непересекающихся классов, члены которых характеризуются одним и тем же значением данного признака (например, категория одушевленности/неодушевленности) (Щерба 1957).

В середине XX века в традиционной и структурной лингвистике большое внимание стало уделяться проблеме понятийных категорий. С одной стороны, это было связано с поиском универсалий, с другой же стороны, с желанием изучать языки не только в рамках традиционного подхода – от формы к содержанию, но и от содержания к форме. Понятийные категории рассматривались как концептуальные структуры, которые отражали содержательную категоризацию. Данная категоризация была связана с отражением предметов, свойств, отношений объективной действительности, не зависящие от особенностей отдельных языков (Гурочкина 2003).

Понятийная категория представляет собой всякое понятие, существующее в сознании человека, и которое может быть передано средствами языка. Так как понятийные категории применимы ко все всем языкам, то их также называют универсальными категориями. Однако в каждом конкретном языке они получают разную языковую реализацию и могут иметь специфические черты выражения, что рассматривается учеными как проявление национальной специфики отдельных языков.

Многие ученые и исследователи отмечают двойственную природу понятийных категорий. Так, с одной стороны, понятийные категории являются результатом отражения в мышлении предметов и их свойств, отношений между явлениями и предметами реального мира, что составляет так называемый денотативно-содержательный аспект. С другой стороны, данные категории выражаются посредством разнообразных языковых средств, которыми обладает язык на конкретном этапе своего исторического развития, что составляет формально-языковой аспект. Между денотативно-содержательным и формально-языковыми планами отсутствует прямое соответствие. То или иное явление реальной действительности и определенные языковые средства его выражения соотносятся между собой не непосредственно, а опосредовано (Кацнельсон, 1965).

Для традиционной лингвистики одной из главных задач была проблема определения и описания грамматических категорий. Большинство исследователей рассматривали грамматическую категорию как систему противопоставленных друг другу рядов грамматических форм с однородными значениями, обладающими одним и тем же набором обязательных признаков. Из чего можно сделать вывод, что границы категории строго определены и все члены категории равноправны по своей значимости (КСКТ 1996).

Выделение грамматических категорий предполагает группировку языковых элементов разных уровней, выполняющих схожие семантические функции, в виде поля с центром и периферией. При таком подходе в качестве центра рассматривается элемент, являющийся семантически инвариантным относительно других элементов поля. Остальные элементы поля образуют периферию главного элемента (Алефиренко 2004).

Для того чтобы говорить, что язык обладает конкретной грамматической категорией, необходимо, чтобы в данном языке существовал ряд форм, объединенных общим значением, чтобы внутри этого объединения имелось противопоставление, а также чтобы противопоставленные значения имели формальное выражение.

Формирование и последующее стремительное развитие коммуникативной лингвистики привело к тому, что ученые стали обращать внимание на аспекты человеческого фактора, выражаемые в языке, такие как, фоновые знания, значимость получаемой информации для участников коммуникации и другие. Это отражает значительные характеристики процесса коммуникации как сложного феномена и позволяет выделять различного рода коммуникативные категории, к которым можно отнести экспрессивность, толерантность, вежливость. Суть коммуникативных категорий заключается в единстве коммуникативно значимого содержания и комплексе лингвистических и экстралингвистических средств их выражения.

Коммуникативные категории составляют и регулируют процесс общения, влияют на характер коммуникации и на выбор языковых средств участниками общения. Под категорией коммуникативного плана понимается такая категория, которая в общем виде отражает концепты, которые регулируют знания человека об процессе общения, о нормах и правилах осуществления данного процесса. В общем все коммуникативные категории непосредственно описывают и реализуют правила и способы осуществления речевой деятельности (Кобрина 1999).

Коммуникативные категории несут в себе информацию о том, что носитель языка вкладывает в категоризуемое явление, что он включает в состав данного явления, а также как носитель языка «вписывает» данную категорию в состав других коммуникативных и некоммуникативных мыслительных категорий. Некоторые из коммуникативных категорий передают общее понимание человека об общении, другие – представление о его речи (Стернин 2003).

## 1.2 Эмотивность как языковая категория

«Язык как особого рода инстинкт тесно связан с эмоциями человека, которые тоже являются биологическими инстинктами» (Арнольд 2004, 13). Эмоции являются специфичной формой отражения и познания действительности, так как человек при выражении эмоций является и объектом, и субъектом познания. Таким образом, эмоции реализуют определенные мотивы человека, оказывают воздействие на адресата и, с другой стороны, интерпретируются адресатом.

На языковом уровне эмоции получают лингвистическое выражение и реализуются через эмотивную лексику. Активное развитие таких отраслей языкознания, как коммуникативная лингвистика, гендерная лингвистика, анализ дискурса и их потребность в представлениях об эмотивных характеристиках языковых единиц способствовали увеличению интереса к изучению эмоций, как одной из форм отражения действительности. В связи с этим в 80-е годы XX века в рамках различных лингвистических направлений началось последовательное создание теории эмотивности языковых единиц (Костомаров 2014).

Лингвисты и филологи занимаются изучением обширного спектра эмоций и чувств с позиции языковых средств, которые используются для непосредственного выражения чувств, эмоций и эмоциональной оценки, а также для воздействия на эмоциональное состояние слушателя или читателя. В связи с этим на стыке психологии и традиционной лингвистики как научная дисциплина сформировалась лингвистика эмоций (эмотиология). Лингвистика эмоций занимается исследованием связей между эмоциями и языком. Она являлась сферой научных интересов многих ученых-лингвистов таких, как И. В. Арнольд, В. И. Шаховский, Ю. С. Степанов, Л. Г. Бабенко (Ионова 2004).

В.И. Шаховский говорит о том, что эмоции, являясь одним из важнейших аспектов сущности и деятельности человека, вызывают интерес к способам их репрезентации в языке. Также ученый обращает внимание на то, что проблема эмотивности является актуальной в связи с проблемами языка, культуры и эмоционального мышления. Автор добавляет, что поскольку эмотивность речи выражает психическое состояние говорящего, обуславливающее его эмоциональное отношение к предмету и ситуации общения, у эмоциональности имеется и психолингвистический аспект (Шаховский 1998).

Стоит отметить, что в настоящее время эмотивность мало изучена. Недостаточное количество фундаментальных работ по данному вопросу приводит к разнобою в эмотивной терминологии, а также к значительному расхождению в трактовках основных понятий лингвистики эмоций и непосредственно самого термина «эмотивность». Среди ученых представлены следующие определения эмотивности.

Так А.В. Кунин считает, что эмотивность – это эмоциональность в языковом преломлении, т.е. чувственная оценка объекта, выражение языковыми или речевыми средствами чувств, настроений, переживаний человека» (Кунин 1986).

По мнению В.И. Шаховского, эмотивность - это языковая категория, представляющая собой имманентно присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики, отраженные в семантике языковых единиц социальные и индивидуальные эмоции (Шаховский 1987).

Немного другой позиции придерживается Л.А. Пиотровская, которая считает, что эмотивность – это своего рода функция языковых единиц выражать эмоциональное отношение говорящего к объективной действительности (Пиотровская 1994).

Часто термины толкуются заново, не ссылаясь на автора, который в своих трудах уже представил определение того или иного термина, более того каждое определение в той или иной степени дополняют друг друга.

Расходятся мнения ученых и относительно широты трактовки определения эмотивности. Такие исследователи, как Л.Г. Бабенко, Е.М. Галкина-Федорук, И.И. Квасюк, широко трактуют и категорию эмотивности, и эмотивную лексику. Они считают, что категория эмотивности включает в себя как названия эмоций, так и чистые эмотивы. Другие исследователи, такие как М. Вольф, И.В. Арнольд, Н.А. Лукьянова, В.И. Шаховский отдают предпочтение узкой трактовке. Сторонники узкой трактовки не включают в состав эмотивов слова, которые называют чувства и эмоции, так как, по их мнению, данная группа слов только несет мысль о переживание, но прямо не выражает его.

В.И. Шаховский относит эмотивность к функционально-семантическим категориям. Доказывая данную точку зрения, автор отмечает, что что эмотивность является функционально-семантической категорией, поскольку обладает всеми ее признаками, такими как общность семантической функции – выражение эмоций, взаимодействие лексических и грамматических элементов (Шаховский 1988).

Как функционально-семантическая категория, категория эмотивности служит для внешней трансляции носителями языка (языковыми личностями) своего эмоционального состояния и отношения к миру, а также обладает парадигматичностью на лексико-семантическом уровне (Шаховский 1987).

Методологический аспект категории эмотивности заключается в том, что она может служить ключом к анализу внутренней формы слова (языка), а через нее – ключом к анализу человека. Лингвистика эмоций исходит из положения, что человек является активным отражающим субъектом, его язык – средством отражения, а эмоции – формой отражения оценочного отношения к миру, то есть формой его семантической интерпретации. С этой точки зрения, эмоции человека являются ведущим компонентом так называемого человеческого фактора в языке (Шаховский 1988).

В.И. Шаховским была представлена теория эмотивности, главными ее положениями являются (Шаховский 1987):

* эмотивность всегда отражает субъективное отношение говорящих, но она базируется на понятийных признаках денотата, выступающих в качестве стимула для эмоциональности говорящего;
* эмоциональное отношение всегда неразрывно связано с оценкой, характером понимания реальной действительности и является важной составной частью языковой модальности;
* у человека не может быть эмоций, не связанных с мышлением, для него характерно эмоциональное мышление.

В своих работах В.И. Шаховский приводит наиболее распространенную точку зрения на разграничение таких понятий, как «эмоциональность» и «эмотивность». По его мнению, эмоциональность связана с психологической характеристикой человека, с состоянием его эмоциональной сферы, в то время как эмотивность является свойством языковых средств, которые используются для выражения эмоций в речевом акте, а также способны произвести эмоциональный эффект на слушателя или читателя. Соответственно, эмоциональность - это категория психологии, которая на языковом уровне трансформируются в эмотивность.

Также, по мнению В.И. Шаховского, эмотивное значение слова не является отражением эмоций только данного говорящего. Оно не индивидуально, а представляет собой обобщенное отражение социальной эмоции. И в этом отношении оно так же имеет социальный характер, как и индикативное значение, и соотносимо с адекватными эмоциями любого носителя языка.

Стоит отметить, что и на сегодняшний день интерес к проблеме отражения эмоций в лингвистике только возрастает, появляется все большее количество работ, публикаций, диссертаций по данной теме.

## 1.3 Основные средства выражения категории эмотивности

В репрезентации категории эмотивности участвуют языковые средства всех языковых уровней. По мнению В.И. Шаховского, категория эмотивности представлена во всех языках на всех уровнях его системы и предстает в фонетическом, лексическом, фразеологическом, словообразовательном, морфологическом, синтаксическом, стилистическом, сверхфразовом, текстовом, гипер-, мега-, межтекстовом статусах. Для анализа выражения категории эмотивности во фразеологизмах с компонентом-зоонимом мы рассмотрим следующие уровни: морфологический, грамматический, лексический и стилистический уровни.

### 1.3.1. Средства морфологического уровня

Морфологический уровень имеет определенный потенциал для выражения эмоций. Самым распространенным способом выражения эмотивности на морфологическом уровне лингвисты считают аффиксацию. Среди аффиксов, способных выражать эмотивную оценку, можно выделить следующие:

* суффиксы –ie, –y, придающие слову уменьшительно-ласкательный оттенок;
* префиксы super-, hyper-, over-, способствующие проявлению экспрессии усилению эмоционального выражения;
* суффиксы -ard/-art, -aster,-ster,- eer, -ling, несущие в себе отрицательную оценку;
* суффиксы -kin, -let, являющиеся уменьшительными и уменьшительно-ласкательными и несущие в себе положительно-оценочный компонент значений;
* суффикс -ish, несущий в себе значение уменьшительного, пренебрежительного отношения, а также ослабляющий выражаемое качество. Добавление cуффикса -ish к именным основам образует прилагательные с отрицательной оценкой.
* суффиксы -ful и -ous, имеющие интенсифицирующий компонент значения.

На морфологическом уровне категории эмотивности может быть выражена с помощью сравнительной степени прилагательного. Аффиксы и сравнительная степень прилагательного привносят в семантику слов различные оттенки оценочности, эмоциональности, интенсивности, функционально-стилистической окрашенности и образности. Эти оттенки, в свою очередь, усиливают восприятие слов и оказывают влияние на эмоциональное состояние человека.

### 1.3.2 Средства грамматического уровня

Грамматические средства, как и средства морфологического уровня, имеют эмотивный потенциал и могут передавать различные эмоции говорящего, а также определенным способом воздействовать на эмоциональное состояние собеседника. К грамматическим средствам выражения категории эмотивности относятся модальные глаголы, инверсия, императив, а также эмфатическое употребление глагола do.

Одним из средств грамматического уровня являются модальные глаголы. Как известно, модальность выражает различные виды отношения высказывания к действительности, а также разные виды субъективной оценки сообщаемого. Модальность имеет непосредственное отношение к эмоциональному элементу коммуникации, так как она отражает эмоциональное отношение говорящего к действительности, а также выражает различные виды субъективной оценки. Так как английский язык имеет более широкую и разнообразную систему средств модальности, то носителям русского языка зачастую бывает нелегко различить значения очень близких по семантике модальных глаголов.

В данной работе будут рассматриваться основные модальные глаголы и выражения, а именно:

* must - have(got) to

Как правило, с помощью этих глаголов в английском языке выражается долженствование. Несмотря на то, что во многих случаях эти глаголы могут заменять друг друга, между ними все же существует некоторое различие. Так глагол «must» выражает желания и чувства говорящего, он несет в себе личностное начало, в то время как глагол «have(got) to» лишен эмоций и выражает долженствование, которое обусловлено внешними условиями, существующими предписаниями и правилами, а не исходит от говорящего.

* mustn’t - needn’t

Данная пара глаголов выражает такое же личностно-эмоциональное начало как пара глаголов must - have(got) to, но несет в себе негативный оттенок.

* should/ought to и had better

Помимо глагола «must» для выражения совета в английском языке используются такие модальные глаголы, как «should/ought to» и «had better». Несмотря на то, что данные глаголы являются синонимами, эмоциональный компонент позволяет выделить определенную разницу между ними. Глагол «had better» содержит эмоциональный элемент и выражает более настойчивый совет, который относится к определенной ситуации, при этом может содержать предупреждение об опасности или вероятности возникновения трудностей и проблем, если адресат не последует совету говорящего.

* shall, will, would

С помощью данных глаголов можно оказывать различное эмоциональное воздействие на адресата, например, угрозу, приказ, уверенность, при нетрадиционном употреблении глагола «shall» (не с местоимениями первого лица). Глаголы «will/would» могут содержать оттенок критики или недовольства чем-либо поведением, также они могут выражать негативное отношение к привычкам или поведению других людей.

* can/could

Кроме возможности совершения действия глагол «сan» также может выражать удивление, сомнение или недоверие; глагол «could» способен передавать те же значения, но в менее категоричной форме. Как правило, в данных значениях глаголы «can» и «could» употребляются в отрицательных, реже вопросительных предложениях. Также глагол «сould» часто используется для выражения удивления и гнева.

Стоит отметить, что модальные глаголы «should», «ought to», «might», «could» при употреблении с перфектным инфинитивом могут выражать сожаление, раздражение, упрек, критику, порицание относительно совершенных или не совершенных в прошлом действий.

Еще одним средством грамматического уровня является инверсия. Как известно, английский язык отличается прямым порядком слов, но в некоторых случаях данный порядок может нарушаться. В большинстве случаев данное нарушение допускается для выражения различных оценок, отношений и состояний, а также для подчеркивания эмоционального состояние субъекта.

Чаще всего инверсионный порядок слов относится к наречию образа действия, которое, как правило, должно стоять после дополнения или глагола. Однако для подчеркивания эмоционального состояния субъекта, наречие образа действия может менять свою позицию в словосочетании или предложении, нарушая традиционные правила порядка слов. В таком случае, наречия находятся между подлежащим и глагольным сказуемым, а также в начале предложений или словосочетаний.

В целях выражения эмоций может меняться положение наречий «still» и «already». Так согласно правилам английской грамматики, наречие «still» ставится после глагола «to be», однако при его употреблении перед этим глаголом, информация, передаваемая словосочетанием или предложением, получает дополнительный эмоциональный оттенок.

Похожим примером передачи эмоций могут служить наречия, которые выражают частотность действия, такие наречия, как «always», «never», «often», «seldom». В случае, если они употребляются не после вспомогательных глаголов, как того требуют правила грамматики, а перед ними, происходит усиление значения глагола.

Категория эмотивности может быть выражена с помощью императивных конструкций. Такие структуры сами по себе являются высоко эмоциональными, так как оказывают сильное воздействие на адресата. Более того эмоции, передаваемые с помощью императива, являются более ощутимыми по сравнению с утвердительным предложением.

Эмфатическое употребление глагола «do» является грамматическим средством реализации категории эмотивности. Под эмфатическим употреблением глагола «do» понимается избыточное использование данного вспомогательного глагола в повелительных и утвердительных предложениях, а также словосочетаниях. Глагол «do» играет роль грамматического интенсификатора, он усиливает действие, выраженное основным глаголом. Использование данного вспомогательного глагола обладает ярко выраженным эмоциональным потенциалом, а также подчеркивает действие, о котором идет речь. Усилительное «do» влечет за собой концентрацию внимания на определённой части словосочетания или предложения, а также привносит элемент усиления (эмфазы). Словосочетания и предложения с эмфатическим «do» неразрывно связаны с различными эмоциями говорящего, такими как недовольство, гнев, усталость и другие.

### 1.3.3 Средства лексического уровня

Лексические средства являются одним из основных способов выражения категории эмотивности. Согласно ряду исследований лингвистов, в лексический состав языка входит два вида слов, которые в той или иной мере передают человеческие эмоции и эмоциональные проявления. В.Г. Гак рассматривает эти два вида слов, как слова, которые выражают эмоции и слова, которые сообщают о них. В.И. Шаховский, в свою очередь, определяет эти типы слов как эмотивную лексику и лексику эмоций. Как правило, данные категории различаются в зависимости от содержания эмотивного элемента в смысловом значении слов.

Как уже говорилось, мнения ученых относительно широты трактовки эмотивной лексики расходятся. Некоторые ученые относят к эмотивной лексике как чистые эмотивы, так и названия эмоций, другие же ученые исключают из эмотивной лексики слова, которые называют чувства и эмоции. В данной работе будут проанализированы все виды эмотивной лексики, способные быть маркерами эмоций. За основу анализа будет взята классификация В.И. Шаховского, который выделяет эмотивную лексику и лексику эмоций (Шаховский 1987).

Эмотивная лексика подразделяется на слова-аффективы и слова-коннотативы. Слова-аффективы непосредственно выражают эмоциональное состояние говорящего. По определению В.И. Шаховского, аффективом является эмотив, значение которого для данного слова является единственным способом обозначения отраженной эмоции, без ее называния. Главное отличие аффективной лексики состоит в том, что в отличие от других эмотивных слов, она не описывает эмоции, а непосредственно указывает на эмоциональное состояние субъекта. Аффективом является такая лексическая единица, которая эмотивна всегда в связи с расположением ее эмотивного компонента в самом ядре семантики языковой единицы, а не в ее периферийной зоне. Как правило к аффективам относят междометия, бранные слова и ругательства. Данные лексемы служат для непосредственной передачи эмоций (Шаховский 1987).

Главное место в группе слов-аффективов занимают междометия. Междометия являются единственной частью речи, главная функция которой заключается в нерасчлененном выражении эмоциональных и эмоционально-волевых реакций на окружающую действительность. Наиболее характерным положением междометий в речи является начало предложений, тем самым можно предположить, что междометия, являясь непроизвольной реакцией говорящего, играют роль своеобразного инструмента эмоциональной речи. В английском языке можно встретить такие междометия, как «ah», «alas», «eh», «hmm», «oh», «uh», «um» и другие. Семантическая опустошенность междометий (они не называют чувства и эмоции, а непосредственно выражают их) позволяет рассматривать данный класс слов, как один из объективных признаков эмоционального возбуждения субъекта.

К другой подгруппе эмотивной лексики относятся слова-коннотативы. Эмотивный элемент значения коннотативов сопутствует основному логико-предметному значению. Данная группа слов выражает эмоциональное отношение к предмету номинации в целом или его признакам. По сравнению с аффективами, коннотативы характеризуются большей осознанностью выражаемых эмоций. К коннотативам, как правило, относят разговорную лексику, цветообозначения, архаизмы, эмоционально-оценочные прилагательные, лексические интенсификаторы (Шаховский 1987).

Прием цветообозначения заключается в идеи, что цвет способен выражать и передавать чувства и эмоции. Цвет, являясь важнейшим признаком окружающего мира, может выполнять две функции: во-первых, цвет позволяет выражать эмоциональное или информационное значение, а, во-вторых, может оказывать как психическое, так и эмоциональное воздействие на состояние человека.

Под архаизмами понимаются слова, которые вышли из активного употребления, но сохранились в пассивном словаре и в большинстве своём понятны носителям языка. Использование архаизмов в речи связано с психологической и эмоциональной стороной личности человека, благодаря архаизмам в уме человека возникает определенный ряд воспоминаний, ассоциаций и эмоций.

Одной из основных функций разговорной лексики является эмотивная функция. И.В. Арнольд подразделяет разговорную лексику на фамильярно-разговорную, литературно-разговорную и профессиональную. Согласно классификации И.В. Арнольд, к разговорной лексике можно отнести: фразовые глаголы, ласкательные слова, вульгаризмы, сокращения, а также профессиональный жаргон (то есть определенные понятия, явления и процессы, которые связаны с той или иной профессиональной деятельностью). Разговорный слой лексики характеризуется определенной эмоциональной окраской, иногда крайне значительной (Арнольд 2002).

Под интенсификаторами в языке понимается группа наречий, главной функцией которых является усиление семантики единиц языка, с которыми они связаны синтаксически. Данная группа наречий показывает, что качество или признак, выраженные единицей языка, имеет меньшую или большую степень выраженности относительно ожидаемого стандарта. Примерами интенсификаторов могут служить такие наречия, как «terribly», «awesomely», «pretty», «so», «such» и другие. Интенсификаторы повышают уровень эмоциональности высказывания. С одной стороны, они позволяют говорящему адекватно выразить мысль о своем эмоциональном состоянии, с другой стороны, они дают возможность показать эмоциональное отношение к сообщению.

Эмоционально-оценочные прилагательные обладают самостоятельным эмоциональным значением и выражают эмоциональность и субъективность оценки говорящего. К данной группе прилагательных можно отнести такие прилагательные, как «wonderful», «admirable», «splendid», «awful», «terrible» и другие. Оценка, выражаемая такими прилагательными, в основном носит субъективный характер, так как в основе такой оценки лежит индивидуальное восприятие качества предмета или явления. Данной группе прилагательных присуща авторская эмоциональная характеристика. Более того субъективная оценка, выражаемая эмоционально-оценочными прилагательными, характеризуется определенной силой эмоционального воздействия. Подобные прилагательные выражают субъективное усиление качества.

В научной литературе к лексике эмоций относят лексику, которая не выражает эмоции, а называет их. Лексика эмоций содержит в своей семантике идею об эмоциях, то есть выполняет номинативную функцию. Ее отличие от эмоциональной лексики состоит в том, что она включает в себя слова, предметно-логическое значение которых составляют понятия об эмоциях (слова типа «anger», «love»). Лексика эмоций нацелена на объективацию эмоций в языке (Шаховский 1987).

Однако лексика эмоций вызывает споры среди лингвистов, так как не все лингвисты считают, что она имеет отношение к эмоциональной лексике. Например, такие лингвисты, как В.И. Шаховский, Л.А. Пиотровская, Э.А. Вайгла, не рассматривают лексику эмоций как полноправную составляющую эмоциональной лексики. В данной работе лексика эмоций будет рассмотрена, так как в лексике, называющей эмоции, эмотивные смыслы эксплицитны, более стабильны и устойчивы и являются непосредственными знаками эмоций.

### 1.3.4 Средства стилистического уровня

Средства стилистического уровня являются одними из наиболее богатых и выразительных приемов речи. Средства данного уровня служат для передачи слов и выражений в переносном значении, придают образность, выразительность и эмоциональную окраску словам и выражениям. Более того стилистические средства могут передавать настроение говорящего, а также позволяют усилить эмоциональный эффект высказывания. К средствам стилистического уровня относятся метафора, сравнение, гипербола, антитеза, персонификация, риторический вопрос, риторическое восклицание, повтор.

Стоит отметить особое значение метафор и сравнений, вербализованных в тексте в роли коннотативов. Их функция состоит в том, чтобы подчеркнуть или усилить какой-либо признак. Принято считать, что по сравнению с метафорой, сравнение является более эксплицитным, и его легче распознать в тексте, благодаря таким маркерам как «as», «like». Сравнения могут употребляться как для создания новых ассоциативных образов и связей, так и для укрепления уже существующих. В качестве единиц сравнения выступают ментальные концепции и образы, которые объединяют в себе полный набор характеристик и признаков.

Метафора, в свою очередь, представляет свернутое, имплицитное сравнение. Н. Д. Арутюнова отмечает, что «метафора не только формирует представление об объекте, она также предопределяет способ и стиль мышления» и «согласуется с экспрессивно-эмоциональной функцией практической речи». Метафора вызывает эмоции через обращение к ассоциациям и образному мышлению (Арутюнова 1990).

Под гиперболой понимается прием намеренного, образного, нереального преувеличения какого-либо признака, предмета, явления или действия, который одновременно служит как для усиления меры признака, так и для передачи индивидуального эмоционального и эстетического восприятия этого признака. Под фразеологическими единицами, построенными на гиперболе, понимаются фразеологизмы, прототипы которых представляют собой намеренное искажение реальности. В рамках реализации механизма гиперболы противопоставляются две далеко стоящие друг от друга меры признака – реальная и преувеличенная.

Прием персонификации заключается в наделении растений и животных, а также неодушевленных предметов и явлений человеческими свойствами, представление их в лицах. Стоит отметить, что многие исследователи отождествляют персонификацию и олицетворение.

Такая стилистическая фигура, как антитеза, основана на смысловом противопоставлении сравниваемых понятий. Антитеза дает возможность автору подчеркнуть несовместимость явлений, качеств, признаков. Языковые единицы, которые составляют основу антитезы, наиболее точно и полно реализуют свои экспрессивные возможности, помогаю говорящему выразить свои эмоции, а также привлечь внимание адресата.

Роль использования повторов, как средства выражения эмоций, достаточно важна, и данная фигура речи является характерной для эмоционального воздействия речи. Для повторов свойствена усилительно-выделительная функция, они позволяют говорящему эмфатически выделить информацию. Использование повторов является чертой, присущей эмоциональной речи.

Все виды повторов выполняют эмотивно-экспрессивную функцию, которая состоит в избыточности повтора в номинативном плане, при этом ничего не добавляя к предметно-логической информации. С помощью повторов могут быть переданы различные эмоции, такие как досада, гнев, удивление, раздражение, тревогу, беспокойство, сомнение, сожаление и другие.

Риторические вопросы и восклицания употребляются для усиления выразительности, эмоциональности, а также для привлечения внимания к тому или иному явлению, предмету, объекту. Риторический вопрос - это фигура речи, в которой в форме вопроса содержится утверждение. Он не требует ответа, а используется для усиления эмоциональности и привлечения внимания. В риторическом вопросе можно наблюдать противоречие между формой, то есть вопросительной структурой, и содержанием, значением сообщения. Использование риторического вопроса в большинстве случаев связано с выражением различных эмоционально-экспрессивных значений. Риторическое восклицание - это фигура речи, в которой в форме восклицания содержится утверждение. Такие восклицания усиливают выражение тех или иных чувств.

## 1.4 Определение фразеологической единицы и ее признаки

Английский язык имеет тысячелетнюю историю. За этот период в нем накопилось большое количество выражений, которые люди нашли удачными, меткими и красивыми. Так и возник особый слой языка – фразеология. Благодаря фразеологическим выражениям, которые не переводятся дословно, а воспринимаются переосмыслено, происходит усиление эстетической стороны языка. Фразеология - это сокровищница языка. Во фразеологизмах находит отражение история народа, своеобразие его быта и культуры.

Термин «фразеология» имеет греческое происхождение и образован от двух греческих слов: phrasis – «выражение, оборот речи» и logos – «учение». Фразеология – наука, изучающая устойчивые образные сочетания слов с обобщенно-целостным значением в их современном состоянии и историческом развитии (Алефиренко 2004).

Крупнейший специалист по фразеологии английского языка А.В. Кунин давал следующее определение фразеологии: «Фразеология - это наука о фразеологических единицах (фразеологизмах), т.е. об устойчивых сочетаниях слов с осложненной семантикой, не образующихся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний» (Кунин 1996).

За последние десятилетия фразеология переросла рамки одного из разделов лексикологии и превратилась в самостоятельную лингвистическую дисциплину, имеющую свой объект и методы его исследования, а изучение фразеологического состава языка стало более разнонаправленным и интенсивным. Объектом изучения фразеологии являются фразеологические обороты, называемые еще фразеологическими единицами или фразеологизмами (Makkai 1972).

Существует несколько различных подходов к определению понятия «фразеологизм». А.В. Кунин дает следующее определение: «Фразеологические единицы, или идиомы - это раздельнооформленные единицы языка с полностью или частично переосмысленными значениями» (Кунин 1996).

Н.Н. Амосова дает гораздо более развёрнутое определение фразеологизма как «устойчивого словесного комплекса, противопоставляемого свободным синтаксическим словосочетаниям как готовое языковое образование, не создаваемое, а лишь воспроизводимое в речи». (Амосова 1963).

Академик В.В. Виноградов фразеологическими единицами считает такие устойчивые сочетания слов, которые, употребляясь в языке, не вновь образуются в процессе речи, а выступают как «готовые выражения», «неразложимые целые единицы», «эквиваленты слов» (Виноградов 1977).

В данной же работе мы будем пользоваться следующим определением: «Фразеологическая единица – устойчивое сочетание слов с целостным и переносно-образным значением, непосредственно не вытекающим из суммы значений его лексических компонентов» (Алефиренко 2008).

Особые признаки фразеологических единиц обнаруживаются при сопоставлении фразеологизмов со смежными единицами: словами или свободными сочетаниями слов (словосочетания или предложения). Такое сравнение объясняется самой природой фразеологизма: компоненты, образующие фразеологическую единицу, являются отдельными словами; фразеологическая единица функционирует в речи подобно слову; по структуре фразеологические единицы соотносимы со словосочетаниями или предложениями. Можно выделить следующие основные признаки, присущие фразеологической единице:

* устойчивость (Жуков 1978)

Устойчивость фразеологической единицы - это семантическая слитность и неразложимость компонентов фразеологической единицы. Как правило, фразеологизмы постоянны по структуре и составу, то есть в их состав входят определенные слова, которые располагаются в определенном порядке. Связь между компонентами жестка, и невозможно заменить компонент фразеологизма, не разрушив при это смысл всей фразы.

* воспроизводимость (Жуков 1978)

Фразеологизмы обладают свойством воспроизводимости, которое состоит в том, что фразеологические единицы не образуются в процессе речи говорящего, а извлекаются из памяти готовым блоком и воспроизводятся «как готовые целостные единицы». То есть фразеологические обороты существуют в языке как набор готовых, уже созданных ранее языковых образований, которые нужно запомнить так же, как мы запоминаем слова. Именно этим свойством фразеологизмы отличаются от свободных сочетаний слов.

* раздельнооформленность (Кунин 1972)

Раздельнооформленность фразеологической единицы определятся тем, что в состав фразеологизма входят, как минимум, два словесных компонента. Каждый из этих компонентов грамматически оформлен как самостоятельная единица, то есть имеет свое окончание и ударение.

* образность (Ахманова 1966)

Образность фразеологической единицы обозначает то, что многие фразеологизмы не просто называют признаки, предметы и явление, но также имеют определенный образ. Как правило, это относится к фразеологизмам, значения которых образовались в результате сопоставления и сходства двух явление, то есть на основе языковой метафоры.

* идиоматичность (Кунин 1972)

Данное свойство фразеологизма проявляется в том, что его семантически нерасчленимое значение нельзя вывести из значений составляющих его компонентов, взятых в отдельности, и не совпадает с ними. Из-за этого появляется невозможность точного перевода фразеологической единицы на другие языки.

# Выводы к 1 главе

Язык и эмоции непосредственно связаны между собой, поэтому способы репрезентации эмоций в языке вызывают пристальный интерес лингвистов. В связи с неослабевающей заинтересованностью ученых сформировалась лингвистика эмоций (эмотиология), которая занимается исследованием связей между эмоциями и языком.

Стоит отметить о необходимости разграничивать понятие «эмотивность» и «эмоциональность». Эмоциональность относится к понятиям психологии, эмотивность, в свою очередь, является свойством языковых средств.

Категория эмотивности может быть выражена средствами разных языковых уровней. На морфологическом уровне категория эмотивности может быть представлена различными аффиксами и сравнительной степенью прилагательного; на грамматическом уровне - модальными глаголами, инверсией, императивом, эмфатическим употреблением глагола «do»; на лексическом уровне – междометиями, бранными словами, ругательствами, разговорной лексикой, цветообозначениями, архаизмами, эмоционально-оценочными прилагательными, лексическими интенсификаторами; на стилистическом уровне – риторическими вопросами, риторическими восклицаниями, повторами, метафорой, сравнением, персонификацией, антитезой, гиперболой.

Фразеологическая единица – это устойчивое сочетание слов с целостным значением, которое напрямую не вытекает из суммы значений его лексических компонентов. Фразеологизм обладает определенным набором присущим только ему признакам, такими как идиоматичность, образность, воспроизводимость, устойчивость, которые и отличают фразеологические сочетания от слов и свободных сочетаний, также фразеологические единицы не создаются вновь в процессе речи говорящего, а выступают уже как «готовые выражения».

# Глава 2. Эмотивный аспект во фразеологических единицах с компонентом- зоонимом

Для проведения анализа было выбрано 195 названий животных, птиц и насекомых. Далее из «Большого англо-русского фразеологического словаря» А.В. Кунина было отобрано 362 фразеологизма с компонентом-зоонимом, состоящих из выбранных птиц и животных. Стоит отметить, что из 195 названий животных, 126 в составе фразеологизмов встречено не было. В основном к таким животным относятся названия экзотических видов таких как «muskrat», «gibbon», «sloth» и других. Из 69 названий животных, которые встречаются во фразеологизмах, наиболее частотным является животное «cat» - 50 примеров фразеологических единиц, «dog» встретилось 49 раз и «horse» - 25 раз. Название животного «pig» встретилось 14 раз, «wolf» - 13 раз, «duck», «sheep» – 12 раз, «cock» и «lion» - по 10 раз, «cow» - 9 раз и «bull», «goose» и «hare» - по 8 раз.

## 2.1 Реализация категории эмотивности на морфологическом уровне

Во фразеологических единицах категория эмотивности может раскрываться на морфологическом уровне языка. Проанализировав отобранные фразеологизмы с компонентом-зоонимом, было обнаружено восемь примеров, где данная категория представлена на морфологическом уровне. Однако небольшое количество (восемь примеров из 362 представленных фразеологических единиц) позволяется сделать вывод, что данный способ не является частотным для выражения эмоций и отношения говорящего.

Среди фразеологизмов с репрезентацией категории эмотивности на морфологическом уровне было выявлено четыре примера, где данная категория выражается через степень сравнения прилагательного. Стоит отметить, что во всех четырех случаях передача категории эмотивности осуществлена с помощью сравнительной степени прилагательного, а превосходная степень не используется.

Примерами фразеологических единиц с категорией эмотивности, выраженной с помощью прилагательного в сравнительной степени, являются:

1. it is *easier* for a camel to go through the eye of a needle than for a rich man to enter into the kingdom of God;
2. a living dog is *better* than a dead lion;
3. be *lower* than a snake.

В первом и во втором примерах прилагательные в сравнительной степени «easier» и «better» позволяют сравнивать и сопоставлять между собой явления, описываемые во фразеологизмах. Сравнительная степень показывает разницу в отношении говорящего относительно двух феноменов «a camel to go through the eye of a needle» и «a rich man to enter into the kingdom of God», а также «living dog» и «dead lion». Использование сравнительной степени дает возможность говорящему показать свою эмоциональную оценку в отношении описываемых явлений; выразить, что он считает, более легким, как в первом случае, или какой вариант для него является лучше, как во втором примере.

В третьем примере отсутствует сопоставление двух предметов, однако, прилагательное в сравнительной степени «lower», находясь в прямой связи с существительным, делает возможным реализовать категорию эмотивности. Использование сравнительной степени прилагательного «lower» по отношению к существительному «snake» позволяет говорящему выразить резко негативное отношение в сторону человека, относительного которого данный фразеологизм используется.

Помимо сравнительных степеней прилагательного эмотивной силой могут обладать и аффиксы. Среди аффиксов, описанных в первой в главе, в выбранных фразеологических единицах встречается только суффикс «-ful», имеющий интенсифицирующий компонент значения.

Среди анализируемых единиц было выявлено четыре фразеологизма с суффиксом «-ful». Примерами могут служить такие фразеологические единицы, как:

1. as *gracefu*l as a swan;
2. *playful* as a kitten;
3. *scornful* dogs will eat dirty puddings.

Суффикс «-ful», обозначая «наполненность» каким-либо качеством, дает характеристику и отражает оценку того или иного объекта или явления. Например, фразеологизм «as graceful as a swan» обозначает, что человек «полон» грации как лебедь, а фразеологизм «playful as a kitten», что человек «полон» игривости как котенок.

Тем не менее стоит заметить, что в трех примерах из четырех категория эмотивности выражена не только с помощью морфологических средств, а именно суффикса «-ful», но и с помощью других языковых средств, таких как сравнительной конструкции «as…as» или «as a…». Такое сочетание помогает создать более яркий и выразительный образ, а также более четко и ясно передать эмоции и отношение говорящего. Например, во фразеологизме «as graceful as a swan», сочетание суффикса «-ful» и сравнительной степени «as…as» позволяет говорящему выразить свое восхищение и восторг относительно объекта описания.

## 2.2 Реализация категории эмотивности на грамматическом уровне

Наряду с морфологическим уровнем эмотивными потенциалом обладает и грамматический уровень. Грамматические средства, имея непосредственную связь с эмоциональным элементом коммуникации, способны сообщать различные эмоции говорящего, а также определённым образом воздействовать на эмоциональное состояние собеседника. В 362 анализируемых фразеологизмах с компонентом-зоонимом фразеологические единицы с категорией эмотивности, выраженной на грамматическом уровне, встречаются 24 раза.

Как было отмечено в первой главе, к грамматическим средствам выражения категории эмотивности относятся модальные глаголы, инверсия, императив, эмфатическое употребление глагола «do». В анализируемых фразеологизмах примеров с использованием эмфатического употребления глагола «do» не встретилось. Из представленных средств самым частотным средством грамматического уровня явились фразеологизмы с императивом в составе, а самым редко встречающимся – инверсия.

Модальные глаголы являются одним из грамматических средств, способных передавать ту или иную эмоциональную оценку, а также отношение говорящего к действительности. Однако стоит отметить, что не все модальные глаголы, являющиеся частью анализируемых фразеологических единиц, выступают в роли средства реализации категории эмотивности. Только 12 единиц из 23 фразеологизмов с модальным глаголом в составе имеют эмотивный потенциал. В представленных фразеологических единицах с компонентом зоонимом модальный глагол «will» встретился 9 раз, «cannot» - 6 раз, «can» - 4 раза, «must» и «would not» - по 2 раза, модальные глаголы «must not», «should», «could», «would», «had better», «shall» не встретились ни одного раза.

Примерами фразеологических единиц с модальным глаголом, несущих в себе эмотивные возможности, являются:

1. he that lies down with dogs *must* rise up with fleas;
2. one *must* howl with the wolves;
3. one *wouldn’t* hurt a fly.

В первом и во втором примерах модальный глагол «must» вносит негативный оттенок во фразеологические единицы. Фразеологизм «he that lies down with dogs *must* rise up with fleas», обладая отрицательным оттенком, может выражать такие негативные эмоции как досаду, раздражение и недовольство говорящего по отношению к сложившейся ситуации или явлению, а фразеологизм «one *must* howl with the wolves» - такие эмоции, как разочарование, презрение. Также оба фразеологизма выражают настороженность говорящего и несут в себе оттенок циничности. Во фразеологизме «one *wouldn’t* hurt a fly» модальный глагол «wouldn’t» наоборот привносит положительную окраску и оценку, выражая одобрение, симпатию и расположенность к человеку.

Одним из средств грамматического уровня является использование императива. Императивные высказывания являются высоко эмоциональными по причине того, что оказывают сильное воздействие и непосредственный импульс на эмоции адресата. В анализируемых фразеологических единица было выявлено 9 примеров использования императива. Примерами фразеологических единиц с использованием императива являются:

1. *beware* of silent dog and still water;
2. *let* sleeping dog lie;
3. first *catch* your hare.

Императив в данных примерах выражает нравоучение, наставление в сторону адресата дружелюбия интерес. Говорящий, в свою очередь, может выражать чувства обеспокоенности и озабоченности по отношению к адресату.

Стоит добавить, что, проанализировав отобранные фразеологизмы с компонентом зоонимом, помимо грамматических средств, описанных в первой главе, также были выделено такое средство, как усилительная конструкция «it is…that».

Примерами фразеологизмов с усилительной конструкцией являются:

1. *it is* a good horse *that* never stumbles;
2. *it is* a small flock *that* has not a black sheep;

Усилительная конструкция, так же, как и другие грамматические средства, позволяет говорящему акцентировать внимания на эмоциях, которые он хочет выразить, а также помогает усилить эмоциональный эффект в отношении говорящего.

## Реализация категории эмотивности на лексическом уровне

Лексика языка располагает значительным потенциалом для передачи эмоций говорящего, поэтому средства лексического уровня активно используются для выражения категории эмотивности во фразеологизмах с компонентом зоонимом. В анализируемых фразеологизмах было отмечено 39 примеров с выражением категории эмотивности на лексическом уровне. Такая частотность использования позволяет сделать вывод об эффективности использования средств данного уровня для выражения эмоций.

Как было отмечено в первой главе, в лексической системе языка выделяют два типа слов, с помощью которых возможно выражение эмоций в языке, - эмотивная лексика и лексика эмоций. К эмотивным словам, в свою очередь, относятся междометия, бранные слова и ругательства, разговорная лексика, цветообозначения, архаизмы, эмоционально-оценочные прилагательные и лексические интенсификаторы.

Среди анализируемых фразеологизмов примеров с употреблением междометий, бранных слов, жаргонизмов, ругательств и эмоционально-оценочных прилагательных представлено не было.

Были встречены примеры с использованием разговорной лексики, к которой относятся фразовые глаголы, вульгаризмы, сокращения, а также профессиональный жаргон. Так как разговорная лексика употребляется в условиях непринужденного разговора, без ограничений условностями и обстоятельствами, то фразеологизмы с разговорной лексикой в составе отличаются эмоциональностью и выразительностью. Разговорные слова часто отличаются эмоциональной окрашенностью, например, иронической или шутливой.

В исследуемых фразеологизмах было выявлены примеры, которые относятся к разговорному классу лексики. Наиболее частотными способами выражения разговорной лексики явились фразовые глаголы в составе фразеологизмов (6 примеров). Примерами таких фразеологических единиц являются:

1. *bring on* your bears;
2. feel like smth. the cat has *brought in*;
3. the dogs bark, but the caravan *goes on*.

В первом примере фразовый глагол «bring on» передает эмоциональную непоколебимость и устойчивость говорящего, а также уверенность в собственных силах. Во фразеологизме «feel like smth. the cat has brought in», фразовый глагол «bring in» в сочетании со предлогом «like» выражает неловкость, эмоциональную слабость и уязвимость говорящего, а фразовый глагол «go on» в третьем примере - эмоциональную стабильность, сдержанность и невозмутимость говорящего.

Еще одним лексическим средством является прием цветообозначения. Данный прием может использоваться для передачи эмоционального состояния говорящего, а также его переживаний. Среди отобранных фразеологизмов с компонентом зоонимом прием цветообозначения встречается 7 раз, при чем слово «black» - 4 раза, являясь самым частотным, «white» - 2 раза, «grey» - 1 раз. Также во фразеологизмах два раза встречались цвета «red» и «yellow», но примеры с данным цветом не несут в себе эмотивную нагрузку, поэтому не будут рассматриваться.

Примерами фразеологизмов с цветообозначением являются такие, как:

1. the *black* dog is on one’s back;
2. a *black* sheep;
3. a *white* crow.

Во фразеологизме «the black dog is on one’s back» слово «black» помогает говорящему передать такие эмоции, как грусть, уныние и тоску, так как черный цвет, как правило, несет в себе оттенок чего-то негативно и мрачного. Во примерах «a black sheep» и «a white crow» цвета «black» и «white» вносят негативный и положительный оттенок во фразеологические единицы соответственно. Однако в данных примерах прием цветообозначения используется в сочетании с метафорой, и такая комбинация заключается в сравнении одного класса животных «sheep» и «crow» со свойствами, то есть цветами, которые не свойственны для них. Объединение цветообозначения и метафоры усиливает эмоциональную оценку высказывания и помогает выразить негативные эмоции говорящего с помощью фразеологизма «a black sheep» и положительные эмоции с помощью фразеологизма «a white crow».

В исследуемых фразеологических единицах было найдено два примера с лексическим интенсификатором в составе, а именно с наречием «so». Данными примерами являются:

1. as the old cock crows, *so* doth the young;
2. the lion is not *so* fierce as he is painted.

Употребление интенсификатора дает возможность говорящему более точно и ярко выразить свое отношение и эмоции. Так в первом примере наречие «so» позволяет говорящему выражать негативные эмоции и отрицательное отношение к субъекту высказывания, привнося при этом назидательный характер во фразеологическую единицу. Также стоит отметить употребление архаичного слова «doth» в первом примере. Фразеологизм «the lion is not so fierce as he is painted» передает эмоциональное спокойствие и непоколебимость говорящего.

Несмотря на то, что в анализируемых фразеологизмах не встретились эмоционально-оценочные прилагательные, был выделен ряд фразеологических единиц, где категория эмотивности, передана с помощью оценочных прилагательных (10 примеров). Уже заложенная в данные прилагательные оценка дает говорящему возможность выразить свое отношение к объекту, событию или явлению, и непосредственно передать свои эмоции. Среди фразеологизмов с оценочным прилагательным можно выделить следующие примеры:

1. a *clever* dog;
2. a *dull* dog;
3. a cock is *valiant* on his own dunghill.

Фразеологизмы «clever dog» и «dull dog» можно противопоставить между собой. В первом случае прилагательное содержит положительную оценку и передает соответствующие эмоции говорящего, во втором же случае отрицательно заряженное прилагательное передает негативные эмоции говорящего. Также данные фразеологизмы относятся к разговорному стилю, следовательно, используя данные выражения в речи, человек непосредственно реализует свои эмоции. Во фразеологической единице a «cock is valiant on his own dunghill» прилагательное «valiant» имеет положительную коннотацию, но используясь в данном фразеологизме с долей иронии, дает возможность говорящему выразить насмешку и издевку в отношении объекта высказывания.

В отобранных фразеологизмах помимо примеров с эмотивной лексикой, встречаются фразеологические единицы с лексикой эмоций в составе. В виду того, что данная лексика только называет эмоции, не все ученые относят данный тип слов к лексике, способной передать эмоции говорящего. В данной работе данный слой лексики будет проанализирован, чтобы понять способна ли она передавать эмоции. Примерами фразеологических единиц с лексикой эмоций являются:

1. who’s *afraid* of the big bad wolf?;
2. the scalded dog *fears* cold water;
3. all cats *love* fish but *fear* to wet their paws.

Во фразеологизме «who’s afraidof the big bad wolf?», слово «afraid» несет в себе значение переживаний и беспокойства, но так как в данном фразеологизме слово «afraid» используется в сочетании с риторическим вопросом, то с помощью данного фразеологизма говорящий может выразить свою эмоциональную уверенность и твердость.

Глагол «fear» во фразеологизме «the scalded dog fears cold water» отражает эмоциональное отношение к прошлому и передает негативные эмоции говорящего, такие как опасение, осторожность, переживание и мнительность. Глагол «love» в противопоставлении с глаголом «fear» в третьем примере передает сомнения, волнение и неуверенность говорящего.

## Реализация категории эмотивности на стилистическом уровне

Помимо морфологического, грамматического и лексического уровней, не последнюю роль в реализации категории эмотивности играет стилистический уровень. Стилистические средства не только создают определённые образы и оказывают необходимый эффект на адресата, но также помогают выразить эмоции и отношение автора к тому или иному объекту, явлению, событию. Стилистические приемы отличаются частотностью употребления и находят отражение в 203 анализируемых фразеологических единицах.

В первой главе были выделены такие средства стилистического уровня как повтор, сравнение, риторическое восклицание, риторический вопрос, персонификация, метафора, антитеза и гипербола. Из представленных средств самым частотным средством стилистического уровня явился прием метафоры, а самым редко встречающимся – риторическое восклицание. Такой прием как персонификация представлен не был.

Риторические вопросы и риторические восклицания используются в качестве стилистических средств. Данные приемы, являясь яркими и выразительными средствами, выражают прямую эмоциональную оценку говорящего в отношении предмета или явления, а также оказывают намеренное воздействие на слушающего. Проанализировав выбранные фразеологические единицы с компонентом-зоонимом, было выявлено семь примеров риторических вопросов и три примера риторического восклицания.

Примерами фразеологических единиц, выступающим в роли риторических вопросов, являются:

1. *are you there with your bears?;*
2. *has the cat got your tongue?;*
3. *what can you have of a cat but her skin?.*

Опираясь на представленные примеры, можно сделать вывод, что фразеологизм в форме риторического вопроса непосредственно выступает в роли реализации категории эмотивности. Риторические вопросы, являясь эмоциональным усилителем, напрямую передают положительные или отрицательные эмоции говорящего. Например, выше представленные примеры, несут в себе негативный оттенок, выражая раздражение, недовольство, возмущение говорящего.

Примерами риторических восклицаний являются:

1. *dog my cats!;*
2. *stiffen the crows!;*
3. *fine day for the ducks!.*

Риторические восклицания, в свою очередь, имеют схожие черты с междометиями. Как и междометия, риторические восклицания являются непосредственной реакцией говорящего на окружающую действительность. А значит можно сделать вывод, что они несут в себе прямую оценку говорящего, отражая спектр испытываемых эмоций. Так, например, фразеологизм «stiffen the crows!» выражает досаду и удивление, а фразеологизм «dog my cats!» может выражать удивление и изумление, как с положительным, так и с отрицательным оттенком.

Другим стилистическим средством выражения категории эмотивности является прием повтора. В исследуемых фразеологизмах с компонентом зоонимом было найдено семь примеров с использованием данного приема. Примерами фразеологических единиц с повтором в составе являются:

1. if you *sell* the cow, you *sell* her milk too;
2. *dog* does not eat *dog*;
3. *love* me, *love* my dog.

Повторы придают фразеологизмам дополнительную эмоциональную информацию, помогая говорящему акцентировать внимание на главной мысли или идее высказывания. Так, например, повтор слова «sell» во фразеологизме «if you sell the cow, you sell her milk too» в одной ситуации помогает человеку выразить поучение или наставление, а в другой - показать эмоции сожаления, огорчения, раскаяния относительно какого-либо события или явления. Фразеологическая единица «dog does not eat dog» имеет фразеологизм с синонимичным смыслом - «hawks will not pick hawk’s eyes out», в котором также встречается прием повтора. Повтор слов «dog» и «hawk» в данных фразеологизмах помогает говорящему выразить твердую уверенность и убежденность в идеях, содержащихся во фразеологизмах.

Стоит отметить, что во фразеологической единице «love me, love my dog» помимо повтора слова «love», используется повелительное наклонение, что усиливает эмоциональный потенциал фразеологической единицы. Комбинация приема повтора с повелительным наклонением во фразеологизме «love me, love my dog» выступает в роли эмфазы и выражает раздражение, возмущение, недовольство говорящего.

Одним из наиболее частотным способом выражения категории эмотивности на стилистическом уровне стал прием сравнения. В 362 анализируемых фразеологизмов сравнение встречается в 55 фразеологических единицах. Такое частое использование данного приема позволяется утверждать, что сравнение является одним из наиболее эффективных и ярких способов выражения категории эмотивности. Данный факт не является удивительным, так как с помощью данного приема говорящему удается не только перенести характерные черты животного на определенный объект, отражая его характеристику, но также выразить свое эмоциональное состояние.

Во фразеологизмах с использованием сравнения встречается использование как лексемы «as», так и лексемы «like», в таких конструкциях, как «as + прилагательное + as + название животного», «прилагательное + as + название животного» и «глагол + like + название животного».

Примерами фразеологизмов с лексемой «as», являются:

1. *as busy as hen* with one chick;
2. *as bold as a lion*;
3. *as happy as a possum* up a gum-tree.

Во фразеологизме «as bold as a lion», сравнивая храбрость человека с храбростью льва с помощью конструкции «as…as», говорящий выражает свои положительные эмоции, такие как восхищение и восторг в отношении человека. «As happy as a possum up a gum-tree» является фразеологизмом с положительной коннотацией, позволяя говорящему выразить такие эмоции, как счастье и радость. С помощью сравнения во фразеологической единице «as busy as hen with one chick» говорящий выражает обеспокоенность или даже раздражение в отношении объекта высказывания.

Среди фразеологизмов с лексемой «like» встречаются такие, как:

1. *like a cat* on hot bricks;
2. *look like the cat* after it had eaten the canary;
3. *like a dog* with two tails.

С помощью таких фразеологизмов как «look like the cat after it had eaten the canary» и «like a dog with two tails», в которых в качестве сравнения предстают животные с предметами и явлениями, доставляющие удовольствие, человек может выразить свое довольство ситуацией, а также чувство радости и удовлетворения. Во фразеологической единице «like a cat on hot bricks» напротив происходит сравнение с животным с негативным элементом, тем самым помогая выразить отрицательные эмоции, такие как волнение и переживание.

Наиболее частотным способом выражения категории эмотивности на стилистическом уровне стала метафора. Являясь одним из наиболее ярких используемых средств стилистического уровня, удачно подобранная метафора помогает говорящему не только выразить свое отношение и эмоции, но вы вызвать определенный отклик и реакцию, а также, порождая множество ассоциаций, воздействовать на чувства и подсознание слушающего. В анализируемых фразеологизмах с компонентом зоонимом было выявлено 118 примеров с использованием метафоры. Примерами таких фразеологических единиц являются:

1. *take the bull by the horns;*
2. *an eager beaver;*
3. *a dog in a the manger.*

Во фразеологизме «take the bull by the horns» используется представление о быке, как о сильном и свирепом животном. Данная фразеологическая единица, отражая представление о неотложном решении проблем как о схватке с быком, дает возможность говорящему выразить уважение и восхищение в отношении решительности субъекта высказывания.

Во фразеологизме «an eager beaver», говорящий сравнивает человека с образом бобра, известного своим трудолюбием, при этом использую прилагательное с положительной коннотацией «eager». Применяя данный фразеологизм в отношении человека, говорящий выражает свои эмоции симпатии и благосклонного отношения. Во фразеологизме «a dog in a the manger» происходит сопоставление поведение человека и собаки. Используя данный фразеологизм, человек выражает свое нелестное отношение в адрес субъекта, негативные эмоции, такие как неодобрение и упрек.

Антитеза, как резкое противопоставление понятий и образов, придает большую яркость фразеологизму, помогая усилить выразительность речи, подчеркнуть главную идею и усилить эмоциональное содержание высказывания. В используемых фразеологизмах было выделено 13 примеров с использованием антитезы. Стоит отметить, что в некоторых фразеологических единицах антитеза основана на лексической антонимии, при использовании таких пар антонимов, как «good» - «bad», «small» - «big» и «old» и «young», а также противопоставление с использованием союза «but». Примерами фразеологических единиц с использованием антитезы являются:

1. you cannot *sell the cow and drink the milk*;
2. one man *may steal a horse* while another *may not look over a hedge*;
3. *strain at a gnat* and *swallow the camel*.

Во фразеологизме «you cannot sell the cow and drink the milk противопоставление «sell the milk» и «drink the milk» дает возможность говорящему выразить наставление и поучение. Противопоставление во втором примере помогает выразить говорящему в той или иной мере эмоции разочарования и неудовлетворённости относительно той или иной ситуации. Во фразеологизме «strain at a gnat and swallow the camel», помимо приема противопоставления, можно выделить использование метафоры (сравнение «чего-то незначительного» с «gnat» и «важного» с «camel»), а также гиперболы («swallow the camel»). Такая комбинация стилистических средств акцентирует внимание на главной идее фразеологизма и дает возможность говорящему выразить порицание, осуждение и неодобрение в сторону субъекта, в отношении которого используется данная фразеологическая единица.

Еще одним средством стилистического уровня является гипербола. Благодаря использованию гиперболы удается подчеркнуть главную мысль или идею фразеологической единицы, а также усилить выразительность фразеологической единицы и придать ей эмфатический характер. Говорящий может не только выразить свое отношение и эмоции, но и усилить впечатление, подчеркнуть положительные или отрицательные качества, описываемого лица или предмета.

В исследуемых фразеологизмах было выявлено 4 примера с использованием гиперболы, среди них такие, как:

1. *hares may pull dead lions by the beard*;
2. when *pigs fly*;
3. have *butterflies in one’s stomach*.

Наделяя животных нереальными, преувеличенными качествами и используя парадоксальные идеи во фразеологизмах «hares may pull dead lions by the beard» и «when pigs fly», говорящий придает ироничность высказыванию, выражая свою насмешливость и ехидность. В примере «have butterflies in one’s stomach» гипербола (butterflies in stomach), сочетаясь с метафорой, помогает говорящему выразить эмоциональное беспокойство, тревогу, переживание относительно той или иной ситуации.

## 2.5 Эмотивная нагрузка компонента-зоонима

Проанализировав отобранные фразеологические единицы, было отмечено, что компонент зооним может привносить как положительную, так и отрицательную оценку в значение фразеологизма. К фразеологическим единицам с положительной коннотацией можно отнести такие, как:

1. as brisk as a bee;
2. have the wolf by the ears;
3. as graceful as a swan;

Среди фразеологических единиц с отрицательной оценкой можно выделить такие, как:

1. a dull dog;
2. dance like an elephant;
3. a cat-a-dog existence.

Стоит отметить, что зооним «bear», «bull», «cock», «cow», «sheep», «wolf», «pig», «rat» в большинстве примеров несут в себе негативную оценку. Например, «as cross as a bear», «a bull in a china shop», «like a rat in a trap».

Зоонимы «butterfly», «goat» и «hen» во всех отобранных примерах несут в себе отрицательную оценку: Например, «light as a butterfly», «act the (giddy) goat», «as busy as hen with one chick». Зоонимы «lark», «swan», «lion», напротив, в большинстве представленных примерах несут в себе положительную оценку. Например, «cheerful as a lark», «as graceful as a swan», «as bold as a lion».

Самыми частотными явились зоонимы «cat» и «dog». Каждый из этих зоонимов может привносить как положительную, так и отрицательную оценку. Зооним «cat», представленный в 50 фразеологических единицах, в 25 несет отрицательную коннотацию, и только 6 - положительную. К фразеологизмам с отрицательным значением относятся, такие как,

1. feel like smth. the cat has brought in;
2. a gay cat;
3. teach the cat the way to kirn;

с положительной:

1. the cat’s meow;
2. a cat with nine lives;
3. when the cat’s away, the mice will play.

Зооним «dog», встречаясь в 49 фразеологических единицах, в 24 случаях имеет отрицательную коннотацию:

1. a dead dog;
2. a dirty dog;
3. two dogs over one bone seldom agree.

Положительную оценку имеют 9 фразеологических единиц с компонентом-зоонимом «dog»:

1. a clever dog;
2. every dog has his day;
3. like a dog with two tails.

Компоненты-зоонимы используются с целью показать положительные или отрицательные качества человека, посредством уподобления человека животному. Например, для описания таких положительных черт, как трудолюбие, работоспособность человека используются фразеологизмы «an eager beaver» и «a willing horse», для жизнерадостности - «cheerful as a lark», для описания интеллектуальных способностей – «clever dog». Для описания отрицательных характеристик человека употребляются такие фразеологизмы, как «a dull dog» при описании скучного и нудного человека, «as tricky as a monkey» – хитрого человека, «as proud as peacock» - горделивого и тщеславного человека.

# Выводы ко 2 главе

Проанализировав 362 фразеологические единицы с компонентом зоонимом в составе, можно сделать вывод, что категория эмотивности может быть реализована средствами разных языковых уровней, морфологического, грамматического, лексического и стилистического. Однако, стоит отметить, что в анализируемых фразеологизмах приемы данных уровней встречаются с разной частотностью.

Также стоит отметить, что не все фразеологизмы с компонентом зоонимом передают эмоции говорящего. Был выделен ряд фразеологизмов, где категория эмотивности не представлена, а фразеологические единицы просто обозначают предметы или явления. Было выявлено 111 примеров фразеологических единиц, где категория эмотивности не реализована. Например, такие фразеологизмы, как «the red cock will crow in his house», «a cat in the meal», «skin the cat» и другие.

Самыми частотными приёмами, использованными в анализируемых фразеологических единицах, явились средства стилистического уровня. Приемы данного уровня встретились в 203 примерах фразеологических единиц из 251, где была реализована категория эмотивности. Самым частотным приемом стилистического уровня явилась метафора. Средства лексического уровня встретились в 39 фразеологических единиц, грамматического уровня - в 24, а средства морфологического уровня встретились в анализируемых фразеологизмах 8 раз.

Такая частотность использования стилистических средств позволяется сделать вывод, что такие способы, как метафора, сравнение, антитеза и другие, являются наиболее яркими и эффективными для выражения эмоций говорящего, а также для оказания эмоционального действия на адресата. Морфологические средства, в свою очередь, являются малопродуктивными и редко используются во фразеологизмах для передачи тех или иных эмоций.

Было выделено достаточно большое количество примеров фразеологических единиц, где категория эмотивности выражена сразу на нескольких уровнях. В анализируемых фразеологизмах встретилось 27 случаев сочетания средств нескольких языковых уровней. Например, «as the old cock crows, so doth the young», где мы можем наблюдать сочетание грамматического (примем инверсии – «doth the young»), лексического (использование устаревшего слова «doth» и лексического интенсификатора «so») и стилистического уровней (антитеза «old» - «young»); во фразеологизме «all cats love fish but fear to wet their paws» можно наблюдать сочетание лексического уровня (лексика эмоций – слова «love» и «fear») и стилистического (антитеза – «love but fear»); в фразеологизме «it is a small flock that has not a black sheep» - грамматического (усилительная конструкция «it is…that»), лексического (цветообозначение «black») и стилистического (метафора «black sheep»).

# Заключение

Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом способны не только отражать предметный мир, но и реализовывать эмотивную функцию, которая связана с эмоциями и желаниями, отношением человека к окружающему миру, его эмоциональным состоянием и переживаниями.

В процессе работы было отмечено, что единого определения понятий «эмотивнось» и «фразеологическая единица» не существует, так как мнения лингвистов на этот счет расходятся. В работе были представлены несколько подходов к определению этих понятий, выдвигаемых различными исследователями и учеными.

В работе также были рассмотрены основные признаки, присущие фразеологической единице, такие как, устойчивость, воспроизводимость, раздельнооформленность образность и идиоматичность. Были описаны средства морфологического, грамматического, лексического и стилистического уровней, с помощью которых категория эмотивности может выражаться во фразеологизмах.

Из отобранных 362 фразеологических единиц с компонентом-зоонимом, категория эмотивности реализуется в 69% рассмотренных случаях, в 31% фразеологизмов категория эмотивности не представлена. Данный факт позволяется сделать вывод, что фразеологические единицы с компонентом-зоонимом являются эффективным средством для выражения эмоций и отношений человека.

Самым распространённым стал стилистический уровень. Средства данного уровня встречаются в 80% фразеологических единиц с компонентом - зоонимом с реализацией категории эмотивности. Реже всего встретились средства морфологического уровня. Использование аффиксаций встретилось в 3% фразеологических единиц с выражением категории эмотивности. Средства лексического уровня встретились в 15% примеров, грамматического – в 9%, сочетание нескольких языковых уровней встретилось в 11% фразеологических единиц с компонентом - зоонимом с реализацией категории эмотивности.

Данная статистика позволяет сделать вывод, что средства стилистического уровня являются наиболее эффективными и результативными для выражения эмоций человека. Средства морфологического уровня, напротив, является малопродуктивными для реализации категории эмотивности.

Самым часто используемым средством явилась метафора, данный стилистический прием встретился в 47% фразеологических единиц с компонентом-зоонимом, где реализована категория эмотивности. Такой прием, как сравнение, встретился в 22% примерах, антитеза – в 6%.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что средства морфологического, грамматического, лексического и стилистического языковых уровней встречаются во фразеологических единицах с компонентом-зоонимом. Однако частотность использования данных средств неравномерна. Самыми продуктивными для выражения категории эмотивности стали средства стилистического уровня, а самым эффективным средством реализации категории эмотивности стала метафора.

# Список использованной литературы

1. Алефиренко Н.Ф. Теория языка. Вводный курс. – М.: Академия, 2004. – 368 с
2. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. – Л.: ЛГУ, 1978. – 208 с.
3. Арутюнова Н.Д. Теория метафоры. Сборник. — М.: Прогресс, 1990. — 512 с
4. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. –М.: Флинта: Наука, 2012. – 351 с.
5. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
6. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
7. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: Избранные труды. - М.: Наука, 1977. – 312 с.
8. Жуков В.П. Семантика фразеологических оборотов. – М.: Просвещение, 1978. – 159с.
9. Иванова Е.В. Мир в английских и русских пословицах. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – 280 с.
10. Кацнельсон С.Д. Содержание слова, значение и обозначение. – М., Л.: Наука, 1965. – 109 с.
11. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996. (КСКТ)
12. Кунин, А. В. Английская фразеология: Теоретический курс. – М.: Высшая школа, 1972. – 344 с.
13. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М.: Высшая школа, 1996 – 488 с.
14. Логан П. Смит Фразеология английского языка (English Idioms). М.: Учпедгиз, 1959. – 207 с.
15. Пиотровская Л. А. Эмотивные высказывания как объект лингвистического исследования (на материале русского и чешского языков) – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1994. – 146 с.
16. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, 1985. – 170 с.
17. Филимонова О. Е. Язык эмоций в английском тексте. Когнитивный и коммуникативный аспекты. СПб., 2001. – 259 с.
18. Шаховский В.И. Значение и эмотивная валентность единиц языка и речи  / В.И. Шаховский // Вопросы языкознания. – 1984. – № 6.
19. Шаховский В. И. Эмотивная семантика слова как коммуникативная сущность. – Волгоград: Волгр. пед. ин-т, 1998. – 349с.
20. Шаховский, В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. – Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1987. – 190 с.
21. Щерба Л. В. О служебном и самостоятельном значении грамматики как учебного предмета. – М.: Учпедгиз, 1957. – 188с
22. Болдырев Н.Н. Категории как форма репрезентации знаний в языке // Концептуальное пространство языка. Тамбов, 2005. С. 15-39
23. Герасименко И. Е., Тютрина О. М. Эмотивность как лингвистическая категория // Молодой ученый. – 2016. — №13.2. – С. 23-25.
24. Гурочкина А.Г. Понятийные категории vs грамматические категории // Грамматические категории и единицы: синтагматический аспект. Владимир, 2003. С. 63-65.
25. Ионова С.В. Лингвистика эмоций: основные проблемы, результаты и перспективы // Язык и эмоции: личностные смыслы и доминанты в речевой деятельности. Сб. науч. труд. – Волгоград: ВГПУ, ЦОП «Центр», 2004. – С.5.
26. Исхакова З.З. Некоторые аффективы в мужских и женских текстах (на материале английского языка) // Вестник Башкирск. ун-та. 2009. №2. С. 418–420.
27. Кобрина O.A. Языковые категории и их типы // Филология и культура: Материалы IV Международной научной конференции (Тамбов, 16-18 апреля 2003 г.) / Тамбов: Изд-во ТГУ, 2003. – С. 306-308
28. Озюменко B.И. Грамматическое выражение эмоций в английском языке // Вестник РУДН. Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания». 2005—2006. № 1(3—4). С. 172—180.
29. Пиотровская Л.А. Эмотивность как языковая категория // Вестник Санкт-Петербургского университета. 1993. Сер.2. Вып.2 (№ 9)
30. Романов Д.А. Языковая репрезентация эмоций: уровни, функционирования и системы исследований (на материале русского языка): автореф. дис. …док. филолог. наук: – Белгород, 2004.
31. Тишкина Д.А. Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в английском и русском языках: сопоставительный анализ: автореф. дис. … канд. филолог. наук. – Казань, 2008.
32. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 1984. – 944с.
33. Makkai A. Idiom structure in English. The Hague: Mouton, 1972. – 371 p.

# Приложение

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фразеологизм | Уровень | Прием |
| 1. draw the badger | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. are you there with your bears? | Стилистический | Риторический вопрос |
| 1. bring on your bears – | Лексический | Разговорная лексика; bring on – фразовый глагол |
| 1. catch the bear before you sell his skin | Грамматический | Императив |
| 1. as cross as a bear | Стилистический | Сравнение |
| 1. take a bear by the tooth | Стилистический | Метафора |
| 1. a bee in one’s bonnet – навязчивая идея, мания, заскок | Стилистический | Метафора |
| 1. as brisk as a bee | Стилистический | Сравнение |
| 1. Presidential bee | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. an eager beaver | Стилистический | Метафора |
| 1. put a bug in smb’s ear | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as snug as a bug in a rug | Стилистический | Сравнение |
| 1. like a bull at a gate | Стилистический | Сравнение |
| 1. bellow (or roar) like a bull | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a bull in a china shop | Стилистический | Метафора |
| 1. bull of Bashan | Стилистический | Метафора |
| 1. an Irish bull | Стилистический | Метафора |
| 1. shoot the bull | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. take the bull by the horns | Стилистический | Метафора |
| 1. trust smb. as far as one can throw a bull by the tail | Стилистический + грамматический | Сравнение + модальный глагол |
| 1. have butterflies in one’s stomach | Стилистический | Гипербола |
| 1. light as a butterfly | Стилистический | Сравнение |
| 1. a social butterfly | Стилистический | Метафора |
| 1. the fatted calf | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. the golden calf | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. worship the golden calf | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. it is easier for a camel to go through the eye of a needle than | Морфологический | Сравнительная степень прилагательного |
| 1. able to make a cat speaking | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. all cats are grey in the dark | Лексический | Цветообозначение |
| 1. all cats love fish but fear to wet their paws | Лексический + грамматический | Лексика эмоций + антитеза |
| 1. bell the cat | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. the cat among the pigeons | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. the cat did it | Стилистический | Метафора |
| 1. has the cat got your tongue? | Стилистический | Риторический вопрос |
| 1. a cat has nine lives | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a cat in gloves catches no mice | Стилистический | Метафора |
| 1. a cat in the meal | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. the cat is out of the bag | нет реализации категории эмотивности |  |
| 1. a cat may look at a king | Стилистический | Метафора |
| 1. the cat shuts its eyes when stealing | Стилистический | Метафора |
| 1. the cat’s meow | Стилистический | Метафора |
| 1. a cat with nine lives | Стилистический | Метафора |
| 1. a copy cat | Стилистический | Метафора |
| 1. dog my cats! | Стилистический | Риторическое восклицание |
| 1. enough to make a cat laugh | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a fat cat | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. feel like smth. the cat has brought in | Лексический +стилистический | Разговорная лексика, bring in – фразовый глагол + сравнение |
| 1. a gay cat | Стилистический | Метафора |
| 1. grin like a Cheshire cat | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. have as many lives as cat | Стилистический | Сравнение |
| 1. it is pouring cats and dogs | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. Kilkenny cats | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. let the cat out of the bag | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. like a cat in a strange garret | Стилистический | Сравнение |
| 1. like a cat on hot bricks | Стилистический | Сравнение |
| 1. like a scalded cat | Стилистический | Метафора |
| 1. look like smth. the cat has brought in – | Лексический +стилистический | Разговорная лексика, bring in – фразовый глагол + сравнение |
| 1. look like the cat after it had eaten the | Стилистический | Сравнение |
| 1. as nervous as a cat – очень нервный | Стилистический | Сравнение |
| 1. an old cat | Стилистический | Метафора |
| 1. play cat and mouse with smb. | Стилистический | Метафора |
| 1. put a cat among the canaries | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. see how the cat jumps | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. shoot the cat | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a single cat | Стилистический | Метафора |
| 1. skin the cat | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a tame cat | Стилистический | Метафора |
| 1. teach the cat the way to kirn | Стилистический | Метафора |
| 1. that cat won’t jump | Стилистический | Метафора |
| 1. there are more ways than one to kill a cat | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as weak as a cat | Стилистический | Сравнение |
| 1. what can you have of a cat but her skin? | Стилистический | Риторический вопрос |
| 1. when the cat’s away, the mice will play | Стилистический | Метафора |
| 1. whip the cat | Стилистический | Метафора |
| 1. wild cat | Стилистический | Метафора |
| 1. you cannot swing a cat | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a cat-a-dog existence | Стилистический | Метафора |
| 1. a slick chick | Стилистический | Метафора |
| 1. to be no chicken | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. count one’s chicken before they are hatched | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. get it where the chicken got the axe | Стилистический | Метафора |
| 1. don’t count your chickens before they are hatched | Грамматический | Императив |
| 1. a spring chicken | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as tame as a chicken | Стилистический | Сравнение |
| 1. that’s my chicken | Стилистический | Метафора |
| 1. as the old cock crows, so doth the young | Лексический + грамматический + стилистический | сравнение + устаревшее слово + инверсия + антитеза + интенсификатор |
| 1. a cock is valiant on his own dunghill | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. cock of the roost | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. the cock of the school | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a fighting cock | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. jump at smth. like a cock at a grosser | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. live like a fighting cock | Стилистический | Сравнение |
| 1. the red cock will crow in his house | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. that cock won’t fight | Стилистический | Метафора |
| 1. the cow knows not what her tail is worth until she has lost it | Стилистический | Метафора |
| 1. a fair cow | Стилистический | Метафора |
| 1. if you sell the cow, you sell her milk too | Стилистический | Повтор |
| 1. a milking cow | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a sacred cow | Стилистический | Метафора |
| 1. salt the cow to catch the calf | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. till the cows come home | Стилистический | Метафора |
| 1. when the cows come home | Стилистический | Метафора |
| 1. you cannot sell the cow and drink | Стилистический + грамматический | Антитеза + модальный глагол |
| 1. as the crow flies | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. have a crow to pick with smb. | Стилистический | Метафора |
| 1. stiffen the crows! | Стилистический | Риторическое восклицание |
| 1. a white crow | Лексический + стилистический | Цветообозначение + метафора |
| 1. a cuckoo in the nest – «кукушка в «чужом» гнезде», нежеланный гость | Стилистический | Метафора |
| 1. barking dog seldom bite | Стилистический | Метафора |
| 1. beware of silent dog and still water | Грамматический | Императив |
| 1. the black dog is on one’s back – | Лексический | Цветообозначение |
| 1. call off one’s dogs | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a clever dog | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. a dead dog | Стилистический | Метафора |
| 1. a dirty dog | Стилистический | Метафора |
| 1. dog does not eat dog | Стилистический | Повтор |
| 1. dog eat dog | Стилистический | Повтор |
| 1. a dog in a the manger | Стилистический | Метафора |
| 1. the dog returns to his vomit | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. the dogs bark, but the caravan goes | Лексический + стилистический | Разговорная лексика, «go on» - фразовый глагол + антитеза |
| 1. the dogs of war | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a dull dog | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. a dumb dog | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. every dog has his day | Стилистический | Метафора |
| 1. follow smb. like a dog | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a gay dog | Стилистический | Метафора |
| 1. give a dog a bad name and hang him | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. give to the dogs | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a good dog deserves a good bone | Лексический + стилистический | Оценочное прилагательное + повтор |
| 1. help a lame dog over a stile – | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. he that lies down with dogs must rise up with fleas | Грамматический | Модальный глагол «must» |
| 1. if you want a pretence to whip a dog, say that he ate the frying-pan | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. keep a dog and bark oneself | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a lame dog | Стилистический | Метафора |
| 1. let loose the dogs of war | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. kill smb. like a dog | Стилистический | Сравнение |
| 1. let sleeping dog lie | Грамматический | Императив |
| 1. like a dog with two tails | Стилистический | Сравнение |
| 1. a living dog is better than a dead lion | Морфологический + стилистический | Сравнительная степень прилагательного + антитеза |
| 1. love me, love my dog | Стилистический + лексический | Повтор + лексика эмоций |
| 1. an old dog barks not in vain | Стилистический | Метафора |
| 1. an old dog will learn no new tricks | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a sad dog | Стилистический | Метафора |
| 1. the scalded dog fears cold water | Лексический | Лексика эмоций |
| 1. scornful dogs will eat dirty puddings | Морфологический + стилистический + грамматический | Суффикс «–ful» + метафора + модальный глагол |
| 1. a sly dog | Стилистический | Метафора |
| 1. a staff is quickly found to beat a dog with | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. as tired as a dog | Стилистический | Сравнение |
| 1. top dog | нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. try it on the dog | нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. two dogs over one bone seldom agree | Стилистический | Антитеза |
| 1. the under dog | Стилистический | Метафора |
| 1. wake a sleeping dog | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. yellow dog | Стилистический | Метафора |
| 1. if a donkey bray at you, don’t bray at him | Грамматический + стилистический | Императив + повтор |
| 1. up goes the donkey | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. and chance the ducks | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a dead duck | Стилистический | Метафора |
| 1. a decoy duck | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. does a duck swim? | Стилистический | Риторический вопрос |
| 1. fine day for the ducks! | Стилистический | Риторическое восклицание |
| 1. get one’s ducks in a row | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a lame duck | Стилистический | Метафора |
| 1. like a duck in a thunderstorm | Стилистический | Сравнение |
| 1. makes ducks and drakes of smth. – | Стилистический | Метафора |
| 1. old duck | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a sitting duck | Стилистический | Метафора |
| 1. take to smth. like a duck to water | Стилистический | Сравнение |
| 1. an ugly ducking | Стилистический | Метафора |
| 1. fly the eagle (to make the eagle scream) | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. swop like an eagle | Стилистический | Метафора |
| 1. dance like an elephant | Стилистический | Сравнение |
| 1. see the elephant | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. show the elephant | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a white elephant | Лексический + стилистический | Цветообозначение + метафора |
| 1. drink with the flies | нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a fly in the ointment | Стилистический | Метафора |
| 1. a fly on the (coach-) wheel – | Стилистический | Метафора |
| 1. let that fly stick in the wall | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. like a fly in amber | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. like flies | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. one wouldn’t hurt a fly | Грамматический | Модальный глагол wouldn’t |
| 1. as cunning as a fox | Стилистический | Сравнение |
| 1. an old fox | Стилистический | Метафора |
| 1. play the fox | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. when the fox preaches, then beware your geese | Грамматический | Императив |
| 1. a big frog in a little pond | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a frog in one’s throat | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a little frog in a big pond | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. strain at a gnat | Стилистический | Метафора |
| 1. strain at a gnat and swallow the camel | Стилистический | Антитеза + метафора + гипербола |
| 1. act the giddy goat | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. run like a hairy goat | Стилистический | Сравнение |
| 1. all one’s geese are swans | Стилистический | Метафора |
| 1. can’t say bo to a goose | Стилистический | Метафора |
| 1. cook one’s goose | Стилистический | Метафора |
| 1. everything is lovely and the goose hangs high | Лексический | Оценочное наречие |
| 1. goose bumps | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. the goose that laid the golden eggs | Стилистический | Метафора |
| 1. kill the goose that laid the golden eggs | Стилистический | Метафора |
| 1. turn geese into swans | Стилистический | Метафора |
| 1. knee-high to a grasshopper | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. cook one’s hare before it is caught | Стилистический | Метафора |
| 1. first catch your hare | Грамматический | Императив |
| 1. hare and hounds | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. hares may pull dead lions by the beard | Стилистический | Метафора |
| 1. if you run after two hares, you will catch neither | Стилистический | Метафора |
| 1. run with the hare and hunt with the hounds | Стилистический | Антитеза |
| 1. start a hare | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as timid as a hare | Стилистический | Сравнение |
| 1. hawks will not pick hawk’s eyes out | Стилистический + грамматический | Повтор + модальный глагол |
| 1. know a hawk from a handsaw | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as busy as hen with one chick | Стилистический | Сравнение |
| 1. like a hen on a hot girdle | Стилистический | Сравнение |
| 1. back the wrong horse | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. beat a dead horse | Стилистический | Метафора |
| 1. be on one’s high horse | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. change horses in the midstream | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. come off the high horse | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a dark horse | Стилистический | Метафора |
| 1. don’t look a gift horse in the mouth | Грамматический | Императив |
| 1. eat like a horse | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a good horse cannot be of a bad colour | Стилистический + грамматический | Антитеза + модальный глагол |
| 1. hold your horses | Нет реализации категории эмотивнотси | - |
| 1. horse and foot | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. horse and horse | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a horse of another colour | Стилистический | Метафора |
| 1. the iron horse | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. it is a good horse that never stumbles | Грамматический | Усилительная конструкция |
| 1. look a gift horse in the mouth – | Стилистический | Метафора |
| 1. a maiden horse | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. one man may steal a horse while another may not look over a hedge | Стилистический | Антитеза |
| 1. play horse | Стилистический | Метафора |
| 1. a short horse is soon curried | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a stalking horse | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a Trojan horse | Стилистический | Метафора |
| 1. wild horses wouldn’t drag | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a willing horse | Стилистический | Метафора |
| 1. you can take a horse to the water, but you cannot make him drink | Стилистический + грамматический | Антитеза + модальный глагол |
| 1. have kittens | Стилистический | Метафора |
| 1. playful as a kitten | Морфологический + стилистический | Суффикс –ful +сравнение |
| 1. like a lamb | Стилистический | Сравнение |
| 1. one’s ewe lamb | Стилистический | Метафора |
| 1. quiet as a lamb | Стилистический | Сравнение |
| 1. be up with the lark | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. cheerful as a lark | Морфологический + стилистический | Суффикс –ful +сравнение |
| 1. can the leopard change his spot? | Стилистический | Риторический вопрос |
| 1. sing like a lark | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. beard the lion in his den | Стилистический | Метафора |
| 1. as bold as a lion | Стилистический | Сравнение |
| 1. the British lion | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a great lion | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a lion in the path | Стилистический | Метафора |
| 1. the lion is not so fierce as he is painted | Лексический + стилистический | Интенсификатор + сравнение |
| 1. see the lions | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. show the lions | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. throw smb. to the lions - | Стилистический | Метафора |
| 1. long lizard | Стилистический | Метафора |
| 1. a boiled lobster | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. chatter like a magpie | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as agile as a monkey | Стилистический | Cравнение |
| 1. get the monkey off | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. have a monkey on one’s back | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. one’s monkey is up | Стилистический | Метафора |
| 1. put smb’s monkey up | Лексический | Разговорная лексика, «put up» – фразовый глагол |
| 1. as tricky as a monkey – | Стилистический | Cравнение |
| 1. mice and men | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as quite as a mouse | Стилистический | Cравнение |
| 1. nightingale will not sing in a cage | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as grave as an owl | Стилистический | Cравнение |
| 1. night owl | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. solemn as an owl | Стилистический | Сравнение |
| 1. as an ox goes to the slaughter | Стилистический | Сравнение |
| 1. you cannot flay the same ox twice | Стилистический + грамматические | Метафора + модальный глагол |
| 1. as close as an oyster | Стилистический | Сравнение |
| 1. as lithe as a panther - гибкий как пантера | Стилистический | Сравнение |
| 1. repeat like a parrot | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. as gaudy as a peacock | Стилистический | Сравнение |
| 1. peacock in his pride | Стилистический | Метафора |
| 1. play the peacock | Стилистический | Метафора |
| 1. as proud as peacock | Стилистический | Сравнение |
| 1. the mouse that has but one hole is quickly taken | Стилистический | Антитеза |
| 1. bleed like a pig | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. buy pig in a poke | Стилистический | Метафора |
| 1. eat like a pig | Стилистический | Сравнение |
| 1. a guinea pig | Стилистический | Метафора |
| 1. in less than a pig’s whisper | Морфологический | Сравнительная степень прилагательного |
| 1. a pig in a poke | Стилистический | Метафора |
| 1. pigs in clover | Стилистический | Метафора |
| 1. pigs might fly | Стилистический | Гипербола |
| 1. sell a pig in a poke | Стилистический | Метафора |
| 1. squeal like a stuck pig | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. stare like a stuck pig | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. sweat like a pig | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. what do you expect from the pig but a grunt | Стилистический | Риторический вопрос |
| 1. when pigs fly | Стилистический | Гипербола |
| 1. a clay pigeon | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. shut up like an oyster | Лексический + стилистический | Разговорная лексика «shut up» - фразовый глагол + сравнение |
| 1. a plucked pigeon | Стилистический | Метафора |
| 1. shoot at a pigeon and kill a crow | Стилистический | Антитеза |
| 1. a stool pigeon | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. that’s his pigeon | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. as happy as a possum up a gum-tree | Стилистический | Сравнение |
| 1. play possum | Стилистический | Метафора |
| 1. as rabbits in a warren | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. breed like rabbits | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. produce the rabbit out of the hat | Стилистический | Метафора |
| 1. as scared as a rabbit | Стилистический | Сравнение |
| 1. die like a rat in a hole | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. give smb. rats | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. like a drowned rat | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. like a rat in a trap | Стилистический | Сравнение |
| 1. rats desert a sinking ship | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. smell a rat | Стилистический | Метафора |
| 1. with a lash of scorpions | Стилистический | Метафора |
| 1. as a sheep among the shearers | Стилистический | Сравнение |
| 1. as be hanged for a sheep as a lamb | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a black sheep | Стилистический + лексический | Метафора + цветообозначение |
| 1. divide the sheep from the goats | Стилистический | Метафора |
| 1. follow smb. like sheep – | Стилистический | Сравнение |
| 1. if one sheep leap o’er the dyke all the rest will follow | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. it is a small flock that has not a black sheep | Грамматический + лексический + стилистический | Усилительная конструкция + цветообозначение + метафора |
| 1. let every sheep hang by its own shank | Грамматический | Императив |
| 1. a lost sheep | Стилистический | Метафора |
| 1. one scabbed sheep inflects the whole flock | Стилистический | Метафора |
| 1. a sheep among wolves | Стилистический | Метафора |
| 1. sheep that has no shepherd | Стилистический | Метафора |
| 1. at a snail’s gallop | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. be lower than a snake | Морфологический | Степень сравнения прилагательного |
| 1. go and kill a snake | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. have snakes in one’s boots | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. scotch the snake, not kill it | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. a snake in the grass | Стилистический | Метафора |
| 1. wriggle like a cut snake) | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. one swallow does not make a summer | Стилистический | Метафора |
| 1. a black swan | Стилистический + лексический | Метафора + цветообозначение |
| 1. as graceful as a swan | Морфологический + стилистический | Суффикс –ful + сравнение |
| 1. buck the tiger | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a big toad in a little puddle | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. eat smb's toads | Стилистический | Метафора |
| 1. turn the turtle | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. cold turkey | Стилистический | Метафора |
| 1. talk turkey | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. as red as a turkey-cock | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. strut like a turkey-cork | Стилистический | Сравнение |
| 1. sting like a wasp | Стилистический | Сравнение |
| 1. catch a weasel asleep | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. the big bad wolf | Лексический | Оценочное прилагательное |
| 1. cry wolf | Стилистический | Метафора |
| 1. eat like a wolf | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. as greedy as a wolf – « | Стилистический | Сравнение |
| 1. have the wolf by the ears | Стилистический | Метафора |
| 1. have seen a wolf - | Стилистический | Метафора |
| 1. keep the wolf from the door | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. a lone wolf | Нет реализации категории эмотивности | - |
| 1. one must howl with the wolves | Грамматический | Модальный глагол «must» |
| 1. set the wolf to keep the sheep | Стилистический | Метафора |
| 1. throw smb. to the wolves | Стилистический | Метафора |
| 1. who’s afraid of the big bad wolf? | Лексический + стилистический | Лексика эмоций + риторический вопрос |
| 1. a wolf in sheep’s clothing | Стилистический | Метафора |
| 1. be food for worms | Нет выражения категории эмотивности | - |
| 1. even a worm will turn | Грамматический | Модальный глагол «will» |