

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ-ПЕРСУАЗИВОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

**ЕВЛАСЬЕВ Александр Петрович**

кандидат философских наук

**ДЬЯЧЕНКО Мария Александровна**

студент

Сургутский государственный университет

г. Сургут, Россия

В статье анализируются особенности функционирования фразеологических единиц-персуазивов в английском языке. Целью исследования является выявление особенностей модальных фразеологизмов как персуазивных средств для создания экспрессивности в англоязычном художественном тексте. Итогом исследования является выявление трех ключевых механизмов, определяющих специфику модальных фразеологизмов как персуазивных средств для создания экспрессивности в художественном тексте (имплицитность воздействия, прагматический диссонанс, эмпатическая синхронизация).

**Ключевые слова:** категория персуазивности, фразеологические единицы, фразеологические персуазивы, модальность, художественный текст, английский язык.

В современной лингвистике, ориентированной на антропоцентрический подход, изучение механизмов речевого воздействия приобретает особую значимость. Художественный текст представляет собой не просто последовательность предложений, а сложную систему прагматических установок автора. Как показывает практика, фразеологические единицы (ФЕ) выступают здесь не только как средство создания образности, но и как мощный инструмент формирования авторского подтекста.

Особое место в этом процессе занимают фразеологические персуазивы – специфические единицы, чья функция неразрывно связана с механизмами скрытого убеждения и управления читательским восприятием.

Цель исследования является определение специфики модальных фразеологизмов как персуазивных средств для создания экспрессивности.

Для достижения цели в ходе исследования были решены следующие задачи: рассмотрены теоретические основы модальности и фразеологии, выявлены особенности использования модальных ФЕ для усиления выразительности, а также рассмотрены механизмы функционирования персуазивов на материале художественного произведения.

В ходе исследования нами был применен метод сплошной выборки, позволивший отобрать 45 фразеологических единиц из повести Джерома К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки». Выбор материала обусловлен ироничным и субъективным характером нарратива, где автор постоянно вступает в коммуникативный диалог с читателем.

Теоретическую базу работы составили фундаментальные труды В.В. Виноградова, классифицировавшего фразеологические единицы по степени их семантической слитности [1], и А.В. Кунина, разработавшего концепцию фразеологической конфигурации [2]. Опираясь на их идеи, мы рассматриваем фразеологизмы не просто как статичные элементы словаря, а как динамичный метод скрытого речевого воздействия.

Взаимосвязь модальности и фразеологии реализуется через прагматическую категорию персуазивности – способности языка оказывать целенаправленное, но недирективное воздействие на сознание адресата. В отличие от открытой аргументации или прямой манипуляции, персуазивность во фразеологии имеет имплицитный (скрытый) характер, что позволяет мягко интегрировать авторскую позицию в систему ценностей реципиента.

Для детального анализа мы классифицировали исследуемые единицы по трем ключевым видам модальности, каждая из которых обладает специфическим механизмом убеждения:

– Эпистемическая модальность (уверенность/знание) – используется как инструмент формирования иллюзии абсолютной достоверности, превращая субъективные суждения в неоспоримые факты.

– Деонтическая модальность (обязательство/воля) – транслирует категоричность намерений и неизбежность действий. В художественном тексте она часто применяется для создания ироничного диссонанса, когда высокая категория «долга» накладывается на пустяковую бытовую ситуацию.

– Аксиологическая модальность (оценка) – задает этический или эстетический вектор, навязывая читателю готовую шкалу ценностей («хорошо/плохо»).

Персуазивный эффект таких единиц базируется на феномене языковой «авторитетности». Устойчивое выражение, выступая носителем культурного кода, апеллирует к фоновым знаниям и воспринимается читателем как концентрат коллективной мудрости. Этот когнитивный механизм эффективно снижает критическое сопротивление: читатель не анализирует истинность утверждения, а подсознательно принимает субъективную авторскую интерпретацию происходящего как объективную аксиому.

Анализ репрезентативной выборки показал, что идиостиль Джерома К. Джерома строится на сознательном и виртуозном использовании фразеологизмов для создания прагматического и комического диссонанса. Для детального разбора мы применили метод контекстуального анализа, рассматривая каждую ФЕ не как изолированный словарный объект, а как динамический, сюжетообразующий элемент текста, меняющий свою полярность в зависимости от речевой ситуации.

Наиболее масштабным в романе оказался пласт деонтической модальности (37,8% выборки). Столь высокая частотность таких единиц абсолютно не случайна: она является лингвистическим отражением непрерывных, но зачастую со-

вершенно тщетных попыток героев взять под тотальный контроль упрямый, постоянно сопротивляющийся им бытовой хаос. В основе поведения персонажей лежит стереотипный комплекс викторианского джентльмена, который обязан всегда сохранять лицо, демонстрировать характер и доминировать над обстоятельствами. Именно поэтому автор применяет здесь метод стилистической гиперболизации и псевдогероики, при котором малейшая рутинная заминка описывается через фразеологизмы предельного волевого напряжения, непреклонного долга и жизненной необходимости.

Пример: использование идиомы «*to take the bull by the horns*» (взять быка за рога) в контексте принятия тривиального бытового решения о сборах в дорогу, или культовое выражение «*at all costs*» (любой ценой), применяемое к отчаянной, физически изматывающей попытке вскрыть консервную банку с ананасами. В последнем случае борьба с обычным куском жести возводится с помощью фразеологии в ранг экзистенциального сражения, где на кону стоят мужская честь, интеллект и достоинство героев.

Персуазивный эффект здесь работает по принципу «от противного», запуская механизм тончайшей иронии. Формально убеждая читателя в несгибаемой, поистине эпической решимости персонажей, на прагматическом уровне автор безжалостно деконструирует этот пафос. Реципиент отчетливо видит колоссальный разрыв между формой (высокий регистр долженствования и риска) и содержанием (ничтожность реальной цели). Таким образом, фразеологизмы-персуазивы транслируют не реальную силу воли героев, а обнажают их комичное самолюбование, бытовую неприспособленность и склонность к невероятной, театральной драматизации малейших жизненных неудобств. Этот прием заставляет аудиторию смеяться не над самими препятствиями, а над той убийственной серьезностью, с которой персонажи бросаются их преодолевать.

Второй значимый пласт – эпистемическая модальность (24,4%). Фразеологизмы-маркеры абсолютной достоверности, такие как «*it stands to reason*» (само

собой разумеется) [7] или «*it is a curious fact*» (любопытный факт) [7], используются рассказчиком как своеобразный непробиваемый щит от читательской критики. Их главная задача – придать откровенно абсурдным, субъективным или парадоксальным суждениям статус непоколебимой объективной истины. Автор применяет здесь метод псевдологической аргументации: внедряя подобные устойчивые конструкции, он виртуозно маскирует личное мнение под строгую эмпирическую логику и универсальный жизненный опыт. Рассказчик примеряет на себя маску непререкаемого авторитета – солидного викторианского джентльмена, который не просто делится дорожными байками, а снисходительно констатирует фундаментальные законы мироздания (даже если речь идет о поведении фокстерьера или способах избежать работы).

С прагматической точки зрения, такие персуазивы работают на отключение критического фильтра реципиента. Когда высказывание начинается с установки «само собой разумеется», читатель подсознательно лишается возможности оспаривать дальнейший тезис, чтобы не показаться человеком, обделенным здравым смыслом. Это позволяет установить уникальный, доверительный, но глубоко ироничный контакт с аудиторией: читатель становится добровольным соучастником изящной интеллектуальной игры. Соглашаясь воспринимать откровенный бытовой абсурд как непреложную аксиому, аудитория сокращает дистанцию с автором, и повествование превращается в доверительный, дружеский заговор.

Особое внимание в работе уделено анализу единиц, выражающих когнитивную неопределенность, растерянность и глубокое сомнение. В контексте юмористического дискурса они перестают быть просто констатацией факта незнания, превращаясь в метод управления читательской эмпатией. Идиомы с ярко выраженной семантикой потери контроля и дезориентации, такие как пространственная метафора «*to be all at sea*» (находиться в море без ориентиров, быть в полной растерянности) [7] или фразеологизм «*not to make head or tail of*» (быть абсолютно не в состоянии разобраться, «не найти ни головы, ни хвоста») [7], служат

тонким инструментом глубокой психологической характеристики. Они обнажают уязвимость героев, на мгновение разрушая викторианский стереотип о непоколебимом, всегда рациональном джентльмене.

В критические моменты столкновения персонажей с упрямым, неподдающимся логике хаосом бытовой реальности эти персуазивы выполняют важнейшую функцию психологической самообороны и защиты эго героев. Использование готовых, культурно закрепленных формул бессилия позволяет им капитулировать перед трудностями, не теряя при этом лица. Через эти выражения автор виртуозно убеждает читателя в тотальной, почти мистической и объективной запутанности самой ситуации.

Происходит своеобразный прагматический перенос ответственности: вина с личной некомпетентности, неприспособленности или откровенной лени персонажей изящно перекладывается на «злой рок», абсурдность мироустройства или непреодолимые внешние обстоятельства. Тем самым Джером К. Джером элегантно и без лишнего морализаторства оправдывает самые нелепые действия своих героев. Этот прием формирует у аудитории стойкую эмпатию и вызывает снисходительную улыбку соучастия, поскольку читатель неизбежно начинает узнавать в этой комичной, но искренней растерянности собственные повседневные фиаско.

Проведенное исследование особенностей функционирования фразеологических единиц-персуазивов в художественном тексте позволяет подвести следующие итоги.

В теоретическом плане установлено, что фразеологизмы обладают колоссальным потенциалом для выражения субъективной модальности. Опираясь на труды В.В. Виноградова и А.В. Кунина, мы доказали, что персуазивные единицы действуют как метод скрытого воздействия: используя «авторитетность» устойчивого оборота, они снижают когнитивное сопротивление читателя и заставляют воспринимать субъективную авторскую оценку как объективную данность.

Практический анализ 45 фразеологизмов из романа Джерома К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки» показал, что эти единицы формируют прагматический каркас нарратива:

– Деонтическая модальность (37,8%) используется для гиперболизации, когда рутинные бытовые неудачи описываются фразеологизмами предельного волевого напряжения и долга.

– Эпистемическая модальность (24,4%) выступает маркером мнимой достоверности, маскируя абсурдные выводы рассказчика под строгую логику и здравый смысл.

– Когнитивная неопределенность служит механизмом психологической защиты героев, перекадывая вину за их некомпетентность на хаос реальности.

В результате мы четко определили специфику модальных фразеологизмов как персуазивных средств для создания экспрессивности. Она базируется на трех ключевых механизмах:

1. Имплицитность воздействия: скрытое убеждение аудитории через обаяние «народной мудрости».

2. Прагматический диссонанс: создание уникальной комической экспрессии за счет контраста между высоким пафосом фразеологизма и тривиальностью ситуации.

3. Эмпатическая синхронизация: оправдание нелепости ситуаций для формирования прочной эмоциональной связи между несовершенным персонажем и читателем.

Подводя итог, можно утверждать, что персуазивные фразеологизмы составляют фундаментальную часть идиостиля Джерома К. Джерома. Они позволяют автору виртуозно балансировать между иронией и серьезностью, создавая многомерный художественный мир. Полученные результаты доказывают, что фразеологические персуазивы выступают мощным инструментом управления читательским восприятием и вносят значимый вклад в изучение механизмов скрытого речевого воздействия.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виноградов, В. В. Лексикология и лексикография: избр. труды / АН СССР. Отд-ние литературы и яз.; Отв. ред. и авт. предисл. В. Г. Костомаров. – Москва : Наука, 1977. – 312 с.
2. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз.– 2-е изд., перераб. / А. В. Кунин. – Москва : Высш. шк., Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. – 381 с.
3. Роот, Э. В. Языковая реализация персуазивности в дискурсе интервью (на материале англоязычной прессы) / Э. В. Роот // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. – № 9 (75): в 2 ч. – Ч. 2. – С. 144–146.
4. Рюкова, А. Р. Языковые способы реализации персуазивности / А. Р. Рюкова, Е. А. Филимонова // Вестник Башкирского университета. – 2016. – Т. 21, № 2. – С. 431-434.
5. Хутыз, И. П. Персуазивность: специфика феномена в некоторых типах институционального дискурса / И. П. Хутыз, В. А. Колчевская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2018. – № 2-2 (80). – С. 391–394.
6. Jerome, K. Jerome Three men in a boot (to say nothing of the dog) [Электронный ресурс] / Jerome K. Jerome. – Bristol, London: 1889. – URL: <https://www.gutenberg.org/files/308/308-h/308-h.htm> (дата обращения: 10.05.2026).

**FEATURES OF THE FUNCTIONING OF PERSUASIVE  
PHRASEOLOGICAL UNITS IN A LITERARY TEXT**

**EVLASIEV Alexander Petrovich**

Candidate of Philosophical Sciences

**DYACHENKO Maria Alexandrovna**

Student

Surgut State University

Surgut, Russia

This article analyzes the functioning of persuasive phraseological units in English. The aim of the study is to identify the characteristics of modal phraseological units as persuasive means of creating expressiveness in English-language literary texts. The result of the study is the identification of three key mechanisms that determine the specificity of modal phraseological units as persuasive means of creating expressiveness in literary texts (implicit impact, pragmatic dissonance, and empathic synchronization).

**Keywords:** category of persuasiveness, phraseological units, phraseological persuasives, modality, literary text, English language