

УДК 811.11-112

# СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ И СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦАХ

**АЛЕКСЕЕВА Татьяна Евгеньевна,**

кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков,  
Академия ФСИН России;

**ФЕДОСЕЕВА Лариса Николаевна,**

доктор филологических наук, заведующий кафедрой иностранных языков,  
Академия ФСИН России

**АННОТАЦИЯ.** В статье исследуется использование в английских пословицах стилистических приемов и языковых средств, придающих им образность, афористичность, делающих их выразительными, легко запоминающимися. На примерах пословиц, касающихся материальной стороны жизни человека, авторы показывают, что наиболее характерной особенностью паремий является их метафоричность. Другие тропы – сравнение, метонимия, олицетворение – встречаются гораздо реже. Фонетические стилистические приемы – аллитерация, ассонанс – делают пословицы благозвучными, а различные виды повторов, антитеза, параллельные конструкции и другие лексические и синтаксические средства выразительности придают пословицам назидательный и обобщающий характер. Данные особенности пословиц делают их полезным лингвистическим материалом для использования в образовательном процессе. Впервые предлагается включить пословицы в курс стилистики английского языка для иллюстрирования выразительных средств, а также в курс профессионально-ориентированного английского языка для неязыковых вузов.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** английские пословицы, паремии, стилистические приемы, выразительные средства, метафоричность, стилистика английского языка.

## STYLISTIC DEVICES AND EXPRESSIVE MEANS IN ENGLISH PROVERBS

**ALEXEEVA T. E.,**

Cand. Pedagog. Sci., Docent of the Department of Foreign Languages,  
Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia;

**FEDOSEEVA L. N.,**

Dr. Philolog. Sci., Head of the Department of Foreign Languages,  
Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia

**ABSTRACT.** The article deals with the use of stylistic devices and expressive means in the English proverbs relating to the material sphere of people's life. The authors analyze the tropes and other means of expression that make the proverbs euphonic, didactic, easy to remember. They draw the conclusion that the most widely-used stylistic device is metaphor, yet, the other figures of speech also contribute to the proverbs being a treasure of people's wisdom. These features of the proverbs make them useful as learning material in the course of Stylistics and English for Special Purposes.

**KEY WORDS:** English proverbs, paroemias, stylistic devices, means of expression, metaphoricalness, English stylistics.

**В**ведение  
Пословицы представляют собой значительный пласт языковой культуры любой нации. Как отмечал К.Д. Ушинский, в пословице «отразились все стороны жизни народа: домашняя, семейная, полевая, лесная, общественная; его потребности, привычки, его взгляды на природу, на людей, на значения всех явлений жизни» [1].

Пословицы исследовались многими учеными-лингвистами, отечественными и зарубежными. Приведем несколько определений пословицы, которые выявляют ее характерные особенности:

- краткое образное законченное изречение, обычно ритмичное по форме, с назидательным смыслом [2];

- краткое народное изречение с назидательным содержанием, народный афоризм [3];

- меткое образное изречение, обычно ритмичное по форме, обобщающее, типизирующее различные явления жизни и имеющее назидательный смысл [4];

- короткая, общеизвестная фраза, придуманная народом, которая содержит мудрость, правду, мораль и традиции в метафоричной, закреплённой и легко запоминающейся форме» [5];

- образное законченное изречение, имеющее назидательный смысл, обычно характеризующееся особым ритмо-интонационным и фонетическим оформлением (параллелизм построения, стихотворный размер, звуковые повторы, рифма и т.п.) [6].

Другими словами, все пословицы отличаются краткостью, афористичностью, носят обобщающий, назидательный и законченный характер. Они характеризуются метафоричностью, особым фонетическим и ритмическим рисунком, хорошо запоминаются.

#### Методы

В нашем исследовании мы обратили внимание на то, с помощью каких стилистических приемов достигаются данные особенности в англоязычных пословицах [7; 8]. Паремиологический фонд английского языка охватывает практически все сферы жизни и деятельности человека. С целью выявления наиболее часто встречающихся средства выразительности мы проанализировали более двухсот пословиц [9; 10], которые можно отнести к материальной стороне жизни человека, а именно паремии, входящие в лексико-тематические группы «Бизнес», «Деньги», «Богатство и бедность», «Трудолюбие и праздность», «Бережливость и расточительность», «Ремесло и умения» «Работник и работодатель» и др.

Количественный анализ пословиц по ключевым словам выявил следующее соотношение: слово *money* встретилось в 29 пословицах; конкретные названия денежных единиц: *pound* – 4 раза, *pence* – 2 раза. Слова семантической группы «богатство» – *rich*, *wealth* – встретились в 19 паремиях, а «бедность» – *poor*, *poverty* – в 9, слово *work* встретилось 10 раз, а более современное *business* – 5. Из глаголов самым частотным оказался *do* в значении «делать» (27 раз). Среди других глагольных форм отметим: *pay* (платить) – 13, *buy* (покупать) – 11, *give* (давать) – 6, *take* (брать) – 7. Прилагательные встречаются в сравнительной степени: *better* (12 раз), в превосходной степени *cheapest* (3 раза), *dearest* (2 раза), *richest* (1). В 12 пословицах ключевым словом является *man* в значении «человек», только в двух – «мужчина», *boy* – в 5 пословицах, а вот «женщина» – *woman* – упоминается только в двух паремиях.

Стилистический анализ отобранных пословиц позволил нам группировать их на основании используемых языковых выразительных средств и выявить наиболее часто встречающиеся стилистические приемы. Была также проведена работа по переводу и подбору эквивалентов в русском языке.

Второй этап исследования носил практико-ориентированный характер и состоял в изучении возможности использования полученного материала в курсе стилистики английского языка (программа дополнительного образования «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации»). С этой целью были отобраны английские пословицы, которые наиболее ярко иллюстрируют такие стилистические приемы, как метафора, повторение, параллельные конструкции и т.д. Эти пословицы были введены в качестве примеров в курс лекций по стилистике английского языка, а также в тренировочные упражнения по соответствующим разделам дисциплины.

Мы также внесли некоторые пословицы, касающиеся экономической деятельности человека, в дидактические материалы по дисциплине «Иностранный (английский) язык» для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика».

#### Результаты

Стилистический анализ английских пословиц.

В ходе изучения пословиц с точки зрения стилистических особенностей мы пришли к выводу, что

самым экспрессивным и самым распространенным средством выразительности является метафора, состоящая в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основе какой-нибудь аналогии, сходства [2]. Метафоричность часто отмечается как характерная черта паремий [11]. В анализируемых тематических группах метафоры встречаются как в коротких одночленных пословицах, так и в двухчленных паремиях.

*Money talks* – деньги говорят сами за себя; т.е. с деньгами всего можно добиться; *Shrouds have no pockets* – у савана нет карманов, т.е. на том свете деньги не нужны (аналог на русском: *В гробу карманов нет*); *Riches have wings* – богатство имеет крылья, т.е. если вы не будете бережливы, деньги разлетятся, как птицы; *A golden key can open any door* – золотой ключик любую дверь отперет, т.е. человек с деньгами всего добьется; *The early bird catches the worm* – ранняя птичка ловит червя, т.е. кто рано встает, того удача ждет (ср. *Ранняя птичка носок прочищает, поздняя глаза продирает*); *A short horse is soon curried* – маленькую лошадь легко чистить, т.е. легкая работа быстрее делается; *Let the cobbler stick to his last* – пусть сапожник занимается колодками (ср. *Беда, коль пироги начинят печи сапожник, а сапоги тачать пирожник*).

Двучленные пословицы распадаются на части: первая часть представляет условие, а вторая – следствие, вывод: *Many go out for wool and come home shorn* – пойти за шерстью, а вернуться стриженным, т.е. ничего не приобрести, а свое потерять; *If you pay peanuts, you get monkeys* – кто платит арахисом, получит обезьян, т.е. работодатель, который платит мало, получит плохих работников; *Speak softly and carry a big stick* – говори тихо и носи большую палку (ср. *Мягко стелешь – жестко спишь*); *What is got over the Devil's back is spent under his belly* – что нажито у черта на спине, то прожито у него под брюхом (ср. *Пришло махом – ушло прахом*; *Худо нажитое впрок нейдет*).

В нескольких пословицах нам встретились метафоры, в основе которых лежит одинаковая образность, когда работник уподобляется кошке, а его работа сравнивается с ловлей мышей, при этом паремии имеют разный смысл: *A cat in gloves catches no mice* – кот в перчатках мышей не поймает, т.е. будешь белоручкой – дела не сделаешь, ср. *Не замочив рук, не умоешься*; *Keep no more cats than will catch mice* – держи только тех кошек, что мышей ловят; *It doesn't matter if a cat is black or white, as long as it catches mice* – не имеет значения, белая кошка или черная; если она ловит мышей – значит, это хорошая кошка.

В отличие от метафоры, то есть скрытого сравнения, прямое сравнение встречается в английских пословицах гораздо реже. Преобладают два вида сравнения [12]: с помощью предлога *like* – *Like master, like man* (каков хозяин, таков и работник), *Wealth like want ruins many* (богатство, как и нужда, многих губит) и *Money, like manure, does no good till it is spread* (деньги, как и навоз, не приносят пользы, пока их не раскидаешь) и сравнительной степени прилагательного “good” – *better* (лучше): *Wit is better than wealth* (ум лучше богатства); *Learning is better than house and land* (быть образованным лучше, чем иметь землю и дом); *It is better to be born lucky than rich* (лучше родиться счастливым, чем богатым); *It is better to give than to receive* (лучше отдавать, чем получать); *Better go*

*to bed supperless than rise in debt* (лучше лечь спать без ужина, чем встать должником); *Better give a shilling than lend a half-crown* (лучше подарить шиллинг, чем дать займы полкроны).

Другой лексический стилистический прием, метонимия, который основывается на смежности, на ассоциации объектов, также встречается нечасто. Приведем несколько примеров. В пословице *Trade follows the flag* (Торговля следует за флагом) слово «флаг» заменяет слово «корабль», и эта пословица фактически описывает принцип экономической экспансии. В следующих синонимичных паремиях *From clogs to clogs is only three generations* (от деревянных башмаков до деревянных башмаков проходит всего три поколения) и *From shirtsleeves to shirtsleeves in three generations* (от рубашки до рубашки – три поколения) слова *clogs* (ботинки на толстой деревянной подошве) и *shirtsleeves* (без пиджака) означают людей бедного происхождения, занимающихся тяжелым ручным трудом, а смысл пословиц состоит в том, что богатство, полученное в первом поколении, часто растрачивается третьим.

Частный случай метонимии, синекдоха, когда целое называется через его часть или наоборот, встретился в следующих пословицах: *Many hands make light work* (когда рук много, работа спорится), где *many hands* означает «много людей», и *What's good for General Motors is good for America* (что хорошо для «Дженерал Моторс», хорошо для Америки), где компания «Дженерал Моторс» означает «бизнес».

Для многих пословиц характерно особое фонетическое оформление, в частности повтор согласных звуков в начале близко расположенных ударных слов – стилистический прием аллитерации. Например, в пословицах *Money makes a man* (деньги делают человека); *Money makes money* (деньги к деньгам); *Money makes the mare go* (за деньги и кляча поскачет) повторяется согласная буква (и звук) *m*.

Часто аллитерация сочетается с анафорой – повторением звуков, слов или групп слов в начале каждого речевого отрывка, и с эллипсисом – намеренным пропуском слов, не влияющих на смысл высказывания. Такой набор выразительных средств делает паремии ритмичными, благозвучными и легко запоминающимися. Синонимичные пословицы *Easy come, easy go*; *Light come, light go*; *Quickly come, quickly go* означают «легко нажито – легко прожито» (ср. Как нажито, так и прожито). В другой группе пословиц можно увидеть условие в первой части и следствие – во второй: *No pains – no gains* (без труда нет и заработка); *Nothing venture – nothing have* (ничем не рисковать – значит, ничего и не иметь), *In for a penny, in for a pound* (отдал пенс – придется отдать и фунт); *Out of debt, out of danger* (рад будешь, как долг избудешь); *Much coin, much care* (у кого много денег, много забот); *The sooner begun, the sooner done* (быстрее начнешь – быстрее сделаешь). Данные стилистические приемы позволяют пословице быть краткой и в то же время нести глубокий смысл, например: *Penny-wise and pound foolish* (экономный в мелочах и расточительный в крупном); *Another day – another dollar* (еще один день – еще один доллар).

В отличие от аллитерации ассонанс, вид звуковой инструментальной повторения в определенном отрезке речи одних и тех же или похожих гласных, встречается гораздо реже: *He that will thrive, must rise at five* (кто хочет преуспевать,

пораньше должен вставать), *He that cannot pay, let him pray* (тот, кто не может заплатить, пусть молится).

Повторение как выразительное средство заключается в повторе тех слов, которые несут главную смысловую нагрузку. *A penny saved is a penny gained* (не истратил пенни – значит, заработал); *He is not fit to command others that cannot command himself* (не может управлять другими тот, кто не в состоянии справиться с самим собой), *One boy is a boy; two boys half boy; three boys no boy* (один мальчик – это один мальчик (помощник), два мальчика – это полпомощника, три мальчика – это и вовсе не помощник, то есть чем больше людей помогает, тем меньше работы они выполняют).

Частный случай повторения – анадиплосис – использование последних слов одного отрезка речи в качестве начальных слов следующего – встретился один раз: *If you would be well served, serve yourself* (если вы хотите, чтобы вас обслужили хорошо, обслужите себя сами).

Другой частный случай повторения, эпифора, заключающийся в повторении конечных языковых единиц (звуков, слов, грамматических форм) в смежных отрезках речи, также встретился один раз: *Everybody's business is nobody's business* (общее дело – ничье дело, т.е. дело, порученное всем, остается несделанным). Данный художественный прием служит для того, чтобы усилить эмоциональную окраску пословицы.

Также один раз мы встретили стилистическую фигуру хиазм, в основу которой положено перекрестное расположение слов и фраз в первой и второй части высказывания: *Keep your shop and your shop will keep you* (будешь содержать магазин – и магазин будет содержать тебя).

Антитеза – сопоставление противоположных по смыслу образов и понятий – лежит в основе многих двучленных паремий, часто сочетаясь с параллелизмом. Параллельные конструкции – стилистический прием синтаксического повторения состава нескольких отрезков речи – служит для усиления ритмичности, эмоциональности и выразительности пословицы. Вот несколько примеров: *You buy cheaply, you pay dearly* (если вы покупаете дешево, то дорого за это заплатите); *The more you get, the more you want* (чем больше имеешь, тем больше хочешь); *The rich get richer and the poor get poorer* (богатые богатеют, а бедные беднеют); *What matters is what works* (имеет значение то, что работает); *He who can, does – he who cannot, teaches* (тот, кто умеет, работает – тот, кто не умеет, учит других); *The rich man has his ice in the summer and the poor man gets his in the winter* (у богатого лед летом, а у бедного – зимой); *When poverty comes in at the door, love flies out of the window* (когда бедность входит в дверь, любовь вылетает в окно); *You buy land, you buy stones; you buy meat, you buy bones* (покупая землю, вы покупаете и камни, покупая мясо, вы покупаете и кости).

Наряду с многочисленными двучленными паремиями встречаются и более сложные многочленные параллельные конструкции: *One white foot, buy him; two white feet, try him; three white feet, look well about him; four white feet, go without him* (у коня одна нога белая – покупай его, две ноги белые – испытай его, если три ноги белые – посмотри на него повнимательнее, если четыре белые – не покупай его; пословица пришла из области разведения

лошадей); *When the last tree has been cut down, the last fish caught, the last river poisoned, only then will we realize that one cannot eat money* (когда будет срублено последнее дерево, когда будет поймана последняя рыба, когда будет отравлена последняя река, вы поймете, что деньги нельзя есть). Данная ритмическая организация пословиц создает эффект риторического усиления и благодаря своему однообразию служит фоном для эмфатического выделения нужного (последнего) отрезка высказывания: в первой пословице это совет не совершать покупку подозрительной лошади (слишком хороша), а во второй – предостережение против загрязнения окружающей среды (деньги – это не самое главное в мире).

Другие известные стилистические приемы встретились в единичных паремиях. Однако приведем их для создания полной картины возможного использования выразительных средств для достижения желаемого эффекта.

Гипербола – преувеличение, нацеленное на усиление смысла и эмоциональности высказывания: *The buyer has need of a thousand eyes; the seller wants but one* (покупателю нужно иметь сто глаз, продавцу достаточно одного).

Инверсия – полное или частичное изменение прямого порядка слов в предложении, создающее логическое напряжение и придающее эмоциональную окраску: *Neither a borrower nor a lender be* (в долг не бери и займы не давай); *What you have, hold* (береги то, что у тебя есть); *What you lose on the swings you gain on the roundabouts* (потеряешь в одном – выиграешь в другом; swings and roundabouts – взлеты и падения).

Риторический вопрос – вопрос, на который не требуется ответа, так как он уже заранее известен: *Why keep a dog and bark yourself?* (зачем держать собаку и лаять самому?). Используется для усиления смысла высказывания для придания ему большей значимости.

Олицетворение – изображение неодушевленных предметов, понятий или явлений как одушевленных: *Punctuality is the soul of business* (точность – это душа бизнеса); *Necessity is the mother of invention* (нужда – мать всех изобретений). Служит для придания суждению изобразительной выразительности и яркости.

Использование антропонимов, то есть личных имен людей, в английских пословицах фактически сводится к одному имени – Jack [13]. Частое употребление данного имени обусловлено его широкой распространенностью среди представителей английского народа: *Jack of all trades and master of none* (за все берется, а толком ничего не умеет); *There is more than one Jack at the fair* (таких здесь хоть пруд пруди); *Jack is as good as his master* (каков хозяин, таков и работник); *All work and no play makes Jack a dull boy* (от одной работы без развлечений загрустит и Джек).

Ряд пословиц кажется парадоксальным, так как в них содержится неожиданное суждение, как будто противоречащее здравому смыслу (стилистический прием парадокса): *The busiest men have the most leisure* (самый занятой человек находит больше всего досуга); *Idle folks have the least leisure* (бездельникам всегда некогда), *Never marry for money, but marry where money is* (не женись на деньгах, т.е. по расчету, а женись на той, у кого деньги есть); *Every employee tends to rise to his level*

*of incompetence* (каждый работник стремится подняться до уровня своей некомпетентности).

В некоторых пословицах чувствуется некоторое ироничное отношение к описываемому явлению. Такое воздействие может достигаться, например, за счет неожиданного слова в перечислении: *Nothing is certain but death and taxes* (в этом мире можно быть уверенным только в том, что ты умрешь и заплатишь налоги); *Fools and bairns should never see half-done work* (детям и дуракам неоконченную работу не показывают); *A woman and a ship ever want mending* (женщина и корабль всегда нуждаются в починке / во внимании). Юмористический эффект может также достигаться неожиданным развитием во второй части пословицы: *Too many chiefs and not enough Indians* (букв.: слишком много вождей и слишком мало индейцев, то есть слишком много руководителей и недостаточно работников); *If you can't ride two horses at once you should get out of the circus* (если вы не умеете ездить на двух лошадях, лучше сразу покинуть цирк).

#### Практическое использование при обучении английскому языку

Как можно использовать полученный лингвистический материал в образовательном процессе в неязыковом вузе? Мы полагаем, что прежде всего этот материал может быть полезен при изучении дисциплины «Стилистика английского языка» в курсе дополнительного образования по подготовке переводчиков в сфере профессионально-ориентированной коммуникации. Благодаря таким особенностям пословиц, как краткость и завершенность (пословица – это всегда предложение), они могут стать эффективным средством иллюстрирования некоторых стилистических приемов в лекциях по стилистике английского языка. Наиболее показательными в этом плане являются пословицы, содержащие метафоры. Синонимичные пословицы, например *He who would catch fish must not mind getting wet* (кто хочет рыбку поймать, не должен бояться намочнуть) и *He who would search for pearls must dive below* (кто хочет искать жемчуг, должен нырять), позволяют проанализировать то, как разная образность может выражать одинаковый смысл: чтобы достичь желаемого результата, надо потрудиться. Наличие русских аналогов – Чтобы рыбку съесть, надо в воду лезть и Без труда не вытащишь и рыбку из пруда – позволяет провести сравнительный анализ иносказательности как литературного приема в английском и русском языках.

Другим аспектом изучения пословиц может стать их использование в современном языке. Для этого необходимо подобрать материал, содержащий ту или иную пословицу, и проанализировать цель ее употребления и то, какое воздействие она оказывает на читателя/слушателя. В качестве примера приведем информацию, полученную нами с помощью Британского национального корпуса (British National Corpus) на запрос по пословице *Money talks*. Данная пословица встретилась 11 раз в текстах разных жанров. Можно ограничиться минимальным контекстом – предложением, как в примерах, приведенных ниже. Но корпус также дает возможность обратиться к более широкому контексту. Вот несколько наиболее интересных предложений:

But usually money talks in football, no matter what the club.

The phrase 'money talks' obviously hadn't reached the former communist country.

Money talks, is exactly what we warned about. Cash coming before care.

As a Harvard director once put it, “Money talks, bullshit walks!”

But his words fell on unresponsive ears. Money talks, but is deaf.

There is an advertising hoarding welcoming travellers' to a city where 'money talks but wealth whispers'. Sometimes, even a whisper would be welcome.

Последние три примера представляют особый интерес, так как по сути являются антипословицами, которые представляют собой своего рода пародии на пословицы и являются одним из современных направлений расширения пословичного фонда.

Если использование пословиц в курсе стилистики английского языка представляется уместным и логичным, то включение их в курс профессионально-ориентированного иностранного языка не столь очевидно. Однако, на наш взгляд, оно вполне возможно, и более того, может способствовать росту интереса и мотивации к изучению иностранного языка по специальности обучающихся. Так, при изучении темы «Деньги и банковское дело» будущим экономистам предлагается 12 пословиц, содержащих ключевое слово money (деньги). Среди возможных заданий – подобрать русские эквиваленты, выбрать близкие по значению английские паремии, обращая внимание на различия в образно-

сти и способах ее достижения в английском и русском языках [14].

#### Заключение

Подводя итог нашему исследованию, следует отметить, что в создании выразительности и запоминаемости английских паремий участвуют практически все известные нам фигуры речи, которые авторы обычно используют в своих художественной произведениях. Образность достигается прежде всего за счет метафоричности большинства пословиц. Лаконичность, ритмичность, благозвучие являются результатом особого фонетического оформления пословиц благодаря стилистическим приемам аллитерации, ассонанса, эллипсиса. Повторения, параллельные конструкции и антитегическое построение также способствуют экспрессивности пословиц. Все проанализированные нами стилистические приемы и выразительные средства делают пословицы эмоциональным отражением мудрости создавшего их народа и способствуют их удивительному долготелю и живучести в языке и культуре.

Практическое применение полученного лингвистического материала в курсе стилистики английского языка позволяет разнообразить способы представления и работы по теме «Выразительные средства языка и стилистические приемы». В курсе дисциплины «Иностранный (английский) язык» в неязыковом вузе пословицы также могут занять свое место для решения образовательных и воспитательных задач.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Энциклопедия народной мудрости [Текст]. – М., 1997. – 219 с.
2. Толковый словарь русского языка : в 4 т. [Текст] / под ред. проф. Д. Ушакова. – М. : ТЕРРА – Книжный клуб, 2007. – 752 с.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка : около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений [Текст] / С. И. Ожегов; под ред. Л. И. Скворцова. – 26-е изд., испр. и доп. – М. : Оникс, 2009. – 1359 с.
4. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный : в 2 т. [Текст] / Т. Ф. Ефремова. – М. : Рус. яз. 2000. – 1209 с.
5. Mieder, W. Proverbs are never out of season: Popular wisdom in the modern age [Text] / W. Mieder. – Oxford University Press, 1993. – 286 p.
6. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов [Текст] / О. С. Ахманова. – М. : Либроком, 2018. – 576 с.
7. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов [Текст] / И. В. Арнольд. – 5-е изд. – М. : Флинта; Наука, 2002. – 384 с.
8. Татаринев, М. Э. Стилистические характеристики английских пословиц и поговорок как жанра устного народного творчества [Текст] / М. Э. Татаринев, А. В. Казаков // Сборник материалов XIV Межд. научно-практ. конференции. – Уфа : Дендра, 2019 – С. 236-244.
9. Manser, M. Dictionary Of Proverbs [Electronic resource] / M. Manser. – URL: [archive.org>details/ DictionaryOfProverbs](http://archive.org/details/DictionaryOfProverbs) 201303.
10. Oxford Dictionary of Proverbs [Electronic resource]. – URL: [Oxford Reference – oxfordreference.com](http://oxfordreference.com).
11. Юдина, И. Ю. Метафора в английской пословице : автореф. дисс. ... канд. филол. наук [Текст] / И. Ю. Юдина. – М., 2012. – 18 с.
12. Науменко, Э. А. Пословицы и поговорки со структурой сравнения в английском языке: лингвистический и лингвокультурологический аспекты [Текст] / Э. А. Науменко // Сборник материалов 71-й научной конференции студентов и аспирантов БГУ. – Минск : Изд. центр БГУ, 2014. – С. 107–111.
13. Гриченко, Л. В. Антропонимы в русских и английских пословицах: экспрессивность и обобщенность семантики [Текст] / Л. В. Гриченко // Филология и культура. – 2014. – № 1(35). – С. 24–29.
14. Алексеева, Т. Е. Английские паремии о богатстве и деньгах: семантический и прагматический аспекты [Текст] / Т. Е. Алексеева, Л. Н. Федосеева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2019. – № 6(139). – С. 168–172.