

## **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ТЕКСТАХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ)**

**Гермогенова И.Ю., Павлова Т.Л.**

*Технический институт (филиал) Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова, e-mail: [inna.germogenova.94@mail.ru](mailto:inna.germogenova.94@mail.ru)*

Статья посвящена исследованию использования фразеологических единиц в англоязычных текстах СМИ. Тексты СМИ привлекают особое внимание исследователей различных областей знаний, поскольку обладают широким функциональным потенциалом. Особый интерес вызывают тактики и стратегии, которые современные журналисты используют в своей деятельности с целью воздействия на читателя. Отмечено, что для придания образности, метафоричности языку статьи авторы активно используют в своей речи ФЕ.

Были рассмотрены различные определения фразеологической единицы, данные выдающимися лингвистами, такими как, В. В. Виноградов, И. Р. Гальперин, А. В. Кунин и П. Гиро. Фразеологические единицы - это устойчивые сочетания слов, целостные по значению, воспроизводимые в виде готовой речевой единицы. Также выявлены типы семантической спаянности фразеологических единиц в англоязычных текстах СМИ. Дана классификация по типу семантической спаянности В. В. Виноградова и Н. Н. Амосова.

*Ключевые слова:* Фразеологизмы, фразеологические единицы, фраземы, идиома, фразеологическое сращение, фразеологическое сочетание, фразеологическое единство.

## **SOME ASPECTS OF USING OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN TEXTS OF MASS MEDIA (ON THE MATERIAL OF ENGLISH-LANGUAGE NEWSPAPERS)**

**Germogenova I.Y., Pavlova T.L.**

*Technical Institute (branch) of North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov, e-mail: [inna.germogenova.94@mail.ru](mailto:inna.germogenova.94@mail.ru)*

This article is devoted to the research of phraseological units in English mass media texts. The texts of mass media draw special attention of researchers in various fields of knowledge they a wide functional potential. The particular interest is caused by tactics and strategies which modern journalists use in their activity with the aim to make impact on the reader. It is noted that authors use a lot of phraseological units in their speech to make the article language figurative and metaphorical.

We observed various definitions of phraseological unit given by outstanding linguists, such as V. V. Vinogradov, I. R. Galperin, A. V. Kunin and P. Giro. Phraseological units are steady word combinations, holistic in meaning, reproduced in the form of prepared speech units. We also distinguished the types of semantic

**cohesion of phraseological units in English mass media texts. And the classification was given by the type of semantic cohesion of V. V. Vinogradov and N. N. Amosov.**

*Keywords:* Phraseological units, phraseme, idiom, phraseological union, phraseological combination, phraseological unity.

Современные средства массовой информации (СМИ) справедливо называют «четвертой властью», поскольку они, являясь важнейшим институтом современного общества, не просто освещают события, происходящие в общественной жизни страны, но и оказывают значительное влияние на формирование общественного мнения. В качестве основных функций, которые призваны выполнять современные СМИ, исследователи выделяют: информативную, идеологическую, когнитивную, развлекательную, образовательную и рекламную.

Как пишет Л. Г. Васильева: «идеологическая функция (interpretation function) считается одной из важнейших функций СМИ. Видение происходящих событий представляется массовой аудитории через призму определенных культурных ценностей и политических ориентиров. Следует отметить, что автор аналитической статьи не всегда прямо говорит читателю о том, какой вывод должен быть сделан из его материала или какое отношение должно быть к участникам описанного события. Довольно часто мнения читателей складываются по мере прочтения статьи из определенных причинно – следственных связей в развитии события, аргументов предложенных журналистом в публикации. Таким способом оказывается имплицитное влияние на строй мышления человека, стиль его мировосприятия.» [2]. Использование различных языковых тактик и стратегий позволяет журналистам добиваться желаемых результатов. Воздействие на читателя, и имплицитное управление его мышлением возможно через яркую, образную, метафоричную речь. Читатель подсознательно концентрирует внимание на преподнесенной таким образом информации.

В рамках нашего исследования, были изучены фразеологические единицы в текстах СМИ. Использование именно этих единиц обусловлено их способностью передавать в образной, выразительной форме социально значимый, общественный опыт, зафиксированный в языковой форме.

И. Р. Гальперин называет фразеологическими единицами «сочетаниями слов, в которых значение целого доминирует над значением составных частей или, иными словами, значение целого сочетания не совсем точно, а иногда и совсем не выводимо из суммы составляющих это сочетание частей» [3.]

В. В. Виноградов относит фразеологические единицы к «устойчивым» словесным комплексам, противопоставляемые «свободным» синтаксическим словосочетаниям как готовые языковые образования, не создаваемые, а лишь воспроизводимые в процессе речи. [1]

Французский лингвист П. Гиро дает следующее определение фразеологической единицы: «выражение, состоящее из нескольких слов, составляющих синтаксическое и лексикологическое единство» [6.]

По мнению, А.В Кунина, фразеологизмы «раздельнооформленные единицы языка с полностью или частично переосмысленными значениями» [4]

Таким образом, фразеологическими единицами являются устойчивые сочетания слов, целостные по значению, воспроизводимые в виде готовой речевой единицы. Значение фразеологических единиц, не всегда можно определить из значений его составляющих, что затрудняет их восприятие и понимание.

Проблема восприятия и понимания фразеологических единиц создает значительные трудности в восприятии иноязычного текста, так как понимание ФЕ требует сформированности лингвистической компетенции, которая формируется на протяжении всего процесса овладения иностранным языком.

Фразеологизмы относятся к прецедентным текстам, обладающим свойством воспроизводимости. Они имеют четкий источник происхождения, афористичный характер, служат одним из основных средств создания экспрессивности текста. Прецедентный текст сводит описываемую ситуацию к одному образу-стереотипу, заменяющему подробное описание в сознании носителя языка. [7]

Многие лингвисты, изучающие фразеологические единицы разделяют их по типам мотивированности и семантической спаянности. В. В. Виноградов приводит три типа спаянности фразеологизмов:

а) Сращения или идиомы — демотивированные единицы, выступающие как эквиваленты слова;

б) Единства — мотивированные единицы, обнаруживающие способность либо к подмене отдельных компонентов, либо к раздвижению посредством подменного «упаковочного» материала, либо к перемещению компонентов и выступающие как «потенциальные эквиваленты» слова;

в) Фразеологические сочетания, в которых один компонент семантически зависит от другого и потому получает в связи с этим последним несвободное, фразеологически связанное значение, причем оно проявляется в нем лишь в связи с определенным, ограниченным традицией кругом слов; [1]

Советский лингвист Наталия Николаевна Амосова приводит свою классификацию фразеологических единиц. Она выделяет два типа фразеологических единиц, так как между фразеологическими единствами и сочетаниями существует тонкая грань, в некотором роде они очень похожи друг другу. 1. Фразема - это единица постоянного контекста, в котором значение семантически реализуемого слова является фразеологически связанным, данный тип аналогична фразеологическим сочетаниям В. В. Виноградова.

2. Идиома - единица постоянного контекста, в которых указательный и семантически реализуемый элемент нормально составляют тождество и оба представлены общим лексическим составом словосочетания и которые характеризуются целостным значением.

[1] Которая, аналогична фразеологическим сращениям В. В. Виноградова.

Материалом исследования послужили англоязычные статьи различной тематической направленности.

В статье «Meet the Donald Trumps of Europe», которая включена в рубрику «World», автор использует ФЕ - a rising star.

«**A rising star** in her populist Progress Party, this daughter of Norwegian farmers is known for her reality-show-like aplomb, including a stunt that found her floating in a survival suit off the coast of Greece in an attempt to better understand the refugee crisis. (The Washington Post, May 2016.)»

Данная ФЕ образована по типу семантической спаянности. Она является фразеологическим сочетанием, и обозначает понятие «восходящая звезда», «восходящее светило». Денотатом фразеологизма является a person who is starting to do very well in a particular sport, art or area of business and who people think will soon be very successful, тот, кто имеет успех в какой-либо деятельности, символически ассоциируется с успешным развитием человека, в какой-либо деятельности. Данная ФЕ эксплицирована семантическими признаками success, progress, a new famous person.

Не менее образный пример использования ФЕ - a hot dog, встречается в статье «After eventful ride, giant orange space shuttle tank arrives in Los Angeles» One woman said ET-94 looked like **a hot dog**. A man said it reminded him of the big doughnut atop Randy's Donuts, huge and out of proportion to everything around it. (Los Angeles Times, May 2016)

Фразеологическая единица «hot dog» является фразеологическим сращением, денотат данного устойчивого сочетания –a sandwich consisting of a frankfurter in a split roll, usually eaten with mustard, sauerkraut, or relish. Булочка внутри которой лежит горячая сосиска у героини ассоциируется с танком, то есть возникает образное сравнение, где сосиска напоминает дуло, а булочка

В статье «At the Players Championship, a Cast of Unusual Suspects Moves to the Top», из рубрики «Sport», автор использует фразеологическую единицу - a fresh start.

«Hahn considered not playing at Quail Hollow — the site of the Wells Fargo event, in Charlotte, N.C. — because in three previous starts there he had failed to break par in nine of 10 rounds. Urbanek talked Hahn into entering the event by framing the week as **a fresh start.**» (The NY Times, may 2016.) В данном тексте использована фразеологическая единица – fresh start, которая является фразеологическим сращением, дефиниция устойчивого сочетания, новая попытка, новое начало, без предубеждений. Денотат фразеологизма an opportunity to start over without prejudice. Герой статьи начал свою неделю с новой попытки, проще говоря, с чистого листа.

В примере, «Murray addressed the issue on Tuesday: “Roger stopped working with Stefan at the end of last year because [Edberg] wanted to spend more time with his family. **No one batted an eyelid about that.**» (The Guardian, May 2016), использована фразеологическая единица «not to bat an eyelid», которая является фразеологическим сращением. В данном контексте ФЕ содержит отрицательную оценку, денотат данного устойчивого сочетания to show no signs of distress even when something bad happens or something shaking is said, в значении и глазом не моргнул, и бровью не повел, образ этого устойчивого сочетания разворачивается перед читателями, характеризуя равнодушное отношение к человеку.

В статье «Harlequins’ Joe Marler: World Cup blow and off-field issues spilled on to pitch», автор употребил фразеологическую единицу «wind your neck in». «Eddie Jones has been in touch. He has been supportive but more in a ‘**Come on, mate, it is time to wind your neck in**’ sort of way. (The Guardian, May 2016). По типу семантической спаянности данная единица является фразеологическим сращением, денотат данного устойчивого сочетания: given as advice to someone you you'd like to sit down and shut up, whilst also pointing out that they are wrong. в значении «не суй свой нос». Эта ФЕ обладает отрицательной оценочностью, и обозначает требование не лезть ни в свои дела.

В следующей статье «Tom Brady's \$200 cookbook ‘TB12 Nutrition Manual’ sells out on website» автор использует фразеологическую единицу с характерной отрицательной оценочностью, «In a further sign that **the modern world has gone to the dogs**, it emerged on Tuesday that Tom Brady’s cookbook has sold out. (The Guardian, May 2016). Автор использует фразеологическую единицу «**Go to the dogs**», которая является также, фразеологическим сращением, денотат ФЕ to become worse in quality or character, в значении полететь к чертям, пойти псу под хвост, тем чтобы показать читателю в каком направлении идет развитие современного мира, в нашем случае в плохую сторону.

Следующий пример был взят из статьи «Chekhov's Uncle Vanya: from Russia with grunge». «It is certainly one way of looking at this story of a middle-aged drudge, Vanya, whose life in the countryside is turned **upside down** by the arrival from the city of his bombastic brother-in-law and his much younger wife», (The Guardian, October 2016), фразеологическая единица «**upside down**» по типу спаянности относится к фразеологическим сочетаниям, денотат: with the top at the bottom and the bottom at the top, в значении перевернутый вверх дном, апеллирует к душевным переживаниям читателя, он видит что, у героя прибывшего из города, не складывается жизнь в сельской местности. Попав в непривычные для себя условия у него все не так складывается, словно перевернуто вверх дном.

Пример использования ФЕ – a big noise, встречается в статье «Once more on to the beach: how Britain's seaside towns bounced back».

«These, he says, belong to a loyal customer, a handsome South American man who works in the film industry and whose partner, a New Zealander, **is a big noise in oil**. John Napier plonks a pair of blue sequined stilettos – size nine, vertiginous heels – on the counter of his shop, Cobblers to the Old Town, on the high street in Hastings. These, he says, belong to a loyal customer, a handsome South American man who works in the film industry and whose partner, a New Zealander, is a big noise in oil. (The Guardian, May 2016). Фразеологическая единица «**a big noise**», относится к фразеологическим сочетаниям, денотат которой an important person, в значении важная особа, шишка, птица, главарь, коннотат: влиятельный или занимающий важный, высокий пост человек, одним словом можно сказать, начальник.

«The greatest symbol of the British seaside's **rise from the ashes** is the new pier at Hastings, rebuilt after a long period of disuse and a terrible fire. Its gala reopening ceremony takes place on 21 May.» (The Guardian, May 2016). С точки зрения контекстуального анализа перед нами пример фразеологизма «**rise (like a phoenix) from the ashes**», встречается в статье «Oakland city guide: what to see plus the best bars, hotels and restaurants». По типу семантической спаянности относится к фразеологическим сочетаниям, денотат ФЕ to be rebuilt after destruction, образ этого устойчивого сочетания разворачивается перед читателем характеризуя восстать из пепла, восстать из мертвых, воскреснуть.

Таким образом, наше исследование показало, что в статьях СМИ авторы довольно часто используют ФЕ, поскольку преследуют совершенно конкретную цель -воздействовать на читателя. Яркий, выразительный, «нескучный» язык автора всегда привлекает внимание. Образность и метафоричность ФЕ позволяет оказывать эмоциональное воздействие на адресата. Однако в восприятие иноязычных текстов у носителей языка зачастую возникают трудности с пониманием ФЕ, и они обусловлены в первую очередь их структурно-семантическими особенностями.

Список литературы:

1. Аммосова Н. Н. Основы английской фразеологии. М.: ЛОЛГУ, 1963. – 72 с.
2. Васильева Л. Г. Роль и функции СМИ в современном обществе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50\\_20.pdf](http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50_20.pdf)
3. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р.Гальперин. – М.: Изд-во лит. на ин. языках, 1958. С.169.
4. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. 2-е изд., перераб. М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. С.381.
5. Кунин А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь: М.: Русс. язык, 1984.
6. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка. М.: Высшая школа, 1987. С.9.
7. Тимофеева Г. Г. Фразеологизмы в текстах современных СМИ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://grani3.kznscience.ru/data/documents/1\\_Timofeeva.pdf](http://grani3.kznscience.ru/data/documents/1_Timofeeva.pdf)
8. <https://www.washingtonpost.com/>
9. <http://www.latimes.com/>
10. <http://www.nytimes.com/>
11. <http://www.theguardian.com/>