

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

**СТАРООСКОЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

КАФЕДРА ФИЛОЛОГИИ

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК ЭЛЕМЕНТЫ ТЕКСТА
(НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование
профиль Иностранный язык (первый, второй)
очной формы обучения, группы 92061313
Белозеровой Алины Андреевны

Научный руководитель
д.фил.н., профессор
Чекулай И.В.

СТАРЫЙ ОСКОЛ 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава I Фразеология как объект изучения	7
1.1 Фразеологии как отрасль науки	7
1.2 Подходы и структурная классификация фразеологических единиц	12
Выводы к главе I	26
Глава II Фразеологизмы в прессе	27
2.1 Лингвостилистические особенности языка и стиля английских СМИ	27
2.2 Стилистические средства публицистического стиля и трансформации текста	34
2.3 Использование фразеологизмов в обучении иностранному языку	43
Выводы по II главе	49
Заключение	50
Библиографический список используемой литературы	53
Приложение	58

ВВЕДЕНИЕ

Многие века английская пресса занимает особое место в мировом информационном пространстве. Тематика связана не только с внутренними проблемами страны, но и также предоставление и освящение событий в других странах. Английский язык активно взаимодействует с другими языками, сохраняя и пополняя корпус фразеологизмов активно переходящих из одной культурной действительности в другую.

Фразеологизмы отображают историю, быт и традиции, в которых накоплены знания, полученные в ходе развития человечества. Ни одна страна не обходится без «крылатых фраз» и тем самым фразеология — это раздел языкознания, исследующий фразеологическое наполнение языка, историческое развитие и современное состояние. В любом языке существуют устойчивые фразеологические единицы, которые релевантны для той или иной культуры; исследуя их, мы можем выявить релевантные символы и значения.

Их постоянный лексический состав, грамматическое строение и пониманием носителями значения (значительная часть фразеологических единиц имеет переносно-образное), которые являются неотъемлемой характеристикой данных фразеологизмов. Их значение употребляется в речи в соответствии с теми исторически и грамматически сложившимися нормами употребления.

Роль фразеологических единиц в современном английском языке велика для деятельности и жизни каждого отдельного человека в обществе, поскольку устойчивые выражения уходят своими корнями в историю, культуру, религиозное сознание. Фразеологический фонд органично вписывается в языковую картину мира любого народа и реализуется при помощи отдельных лексем, словосочетаний, идиоматических выражений и других вербальных средств.

Значительное количество ошибок при переводе, непонимании культурного, исторического или другого контекста (подтекста) несет искажения и недопонимания при переводе английской прессы. На современном этапе развития лингвистической науки проблема исследования адекватной передачи фразеологических единиц приобретает большую актуальность в связи с осознанием необходимости изучать языковую и культурологическую картину миру, историю фразеологических единиц и понимания зарождения той или иной реалии на территории Англии.

Объектом настоящего исследования являются фразеологические единицы и их перевод в современной англоязычной прессе.

Предмет исследования – это фразеологизмы, из публикации английской современной прессы в период с 1998 по 2008 года.

Целью работы является выявление механизма перевода и систематизация в сопоставительном аспекте для определения национальной специфики на уровне формы и содержания.

Достижение данной цели предполагает решение следующих задач:

- сбор, анализ и сравнение исследований фразеологических единиц в трудах отечественных и зарубежных лингвистов;
- определение, классификация и систематизация примеров фразеологизмов из английской современной прессы и средств массовой информации;
- выявление возникающих трудностей при переводе, используемых в английской современной прессе;
- определение особенностей языка и стиля английской современной прессы;
- изучение приемов и методов адекватного перевода фразеологизмов английской современной прессы;
- апробация используемых приемов и методов.

В ходе работы для решения поставленных задач были применены следующие методы:

- метод сплошной выборки,
- метод лингвистического наблюдения и описания,
- метод сопоставления, обобщения, классификации,
- методы компонентного и сопоставительного анализов.

Материалом исследования служат изучение и анализ текстов следующих английских периодических изданий газет: «The Guardian», «The Daily Express», «The Sunday Telegraph», «The Daily Telegraph», «The Financial Times», «The Independent», «The Daily Mail», «The Independent on Sunday», «The Sun», «The Sunday Times», «The Times», журналы «The Economist» и «The Observer», а тексты с интернет-сайтов английских газет.

Теоретической базой работы послужили исследования отечественных и зарубежных ученых в области лексикологии, стилистики, фразеологии, языкознания: И.В. Арнольд, В.В. Виноградова, А.А. Потебни, А.А. Реформатского, Н.Д. Арутюновой, Н.Ф. Алефиренко, А.В. Кунина, Н.Л. Шадрин, И.А. Смирницкого, Г.Б. Антрушиной и др.

В первой главе определяются подходы, сравниваются и систематизируются классификации фразеологических единиц. Также проводится анализ структурной классификации, сопоставляются теории отечественных и зарубежных ученых и подводятся выводы.

Во второй главе рассматривается использование фразеологизмов в современной английской прессе, выявляются особенности языка и стиля английских СМИ. В практической части проводится анализ лингвостилистических особенностей и методы перевода фразеологизмов.

В третьей главе рассматривается методология преподавания и представлен план урока.

В заключении подводятся основные выводы, исходя из цели и задач, и формулируются итоги данной работы.

Новизна данной работы заключается в попытке комплексного анализа, трудность перевода, возникающая при переводе фразеологических единиц единиц в английской прессе требует большего внимания. Значимость данной работы расширяют знания в области когнитивной и прагматичной лингвистики, стилистики, риторики, лексикологии, семантики и интерпретации текста. Практическая значимость данной в том, что результаты работы могут быть использованы при разработке лекционных курсов и заданий к семинарским занятиям, по фразеологии английского языка, культурологии, переводу, переводоведению и полученные примеры можно использовать также в уроках для старшеклассников.

ГЛАВА I. ФРАЗЕОЛОГИЯ КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ

1.1 Фразеология как отрасль науки

Фразеология — это раздел языкознания, изучающий устойчивые речевые обороты и выражения — фразеологические единицы, их современное состояние и историческое развитие, а также совокупность фразеологизмов данного языка, т.е. его фразеологический состав. Фразеологизм неизменно имеет устойчивое сочетание слов, которое характеризуется постоянным грамматическим строением, лексическим составом. Переносно-образное значение характерно для большинства случаев фразеологических единиц, оно понятно и известно носителям данного языка. Значение, смысл и контекст фразеологизмов зачастую носит ярко национальный характер. В английской фразеологии характерны не только национальные фразеологизмы, но и интернациональные, которые заимствованы от других культур. Зачастую фразеологизмы сохраняют архаические элементы. Например, *big cheese* (e.g. I managed to talk to the big cheese himself) - важная персона, большая шишка, *to be in the soup* (e.g. Oh, no! I've broken Mum's favourite vase. Now I'm really in the soup) - попасть в неприятность.

Национальный характер является одной из особенностей фразеологизмов. Во многих английских фразеологизмах присутствует архаический элемент.

Одна из характеристик фразеологических единиц это наличие образности языка, которая является предметом изучения таких наук, как литературоведение, лексикология и лингвостилистика. Образность и образ — тесно связанные понятия. В литературоведении образность понимается как средство выражения поэтической мысли и действительности. В лингвистике же существует множество мнений и разногласий, связанных с понятиями образа и образности.

По мнению И.В. Арнольд, «образ является основным средством художественного обобщения действительности, знаком объективного коррелята человеческих переживаний и особой формой общественного сознания». «Образ» отражает внешний мир. Тем самым выделяются, по мнению И.В. Арнольд, основные функции образа: «познавательная, коммуникативная, эстетическая и воспитательная». [Арнольд 2003] Соответственно, отражение мира в процессе осознания образа создает модель, которая передает действительность сущности.

В свою очередь, В.В. Виноградов понимает образ как семантическую двуплановость. [Виноградов 1977].

И.Р. Гальперин «считает, что понимание образности как отношения между двумя типами лексического значения слова – результат взаимодействия словарного и контекстуального значений» [Гальперин 2007:13].

Языковой образ образует звено между языковой формой высказывания и высказываемой мыслью, вносящая новый оттенок в рассмотрении проблемы философии, филологии и риторики — проблемы соотношения мышления и языка.

Знание человека о мире и образное видение мира базируется на закрепленных в языковых единицах образах, общепринятых для определённой языковой культуры (в нашем случае славянской и британской культурами), связанных с мифологическими, религиозными представлениями нации, с социально-историческим, духовно-нравственным и практическим, бытовым жизненным опытом народа.

Согласно Е.А.Юриной, «под образным строем языка следует понимать закреплённую в узусе национально, культурно, исторически-обусловленную систему образов, метафорически реализованную в семантике единиц лексико-фразеологического языкового уровня, регулярно воспроизводимую в актах коммуникации. Под образным

строем языка понимается закреплённая в узусе национально и культурно-исторически обусловленная система образов, метафорически реализованная в семантике единиц лексико-фразеологического уровня, регулярно воспроизводимая в актах коммуникации и формирующая языковую картину мира носителей языка» [Юрина, 2005].

Образный строй языка рассматривается, с одной стороны, как системно-языковое явление, имеющее семантический уровень и знаковую форму выражения, с другой стороны – как определенного рода знания – когнитивные структуры, входящие в систему представлений («концептуальный каркас») языковой личности, на которых базируются определенные языковые способности, реализуемые в речевой деятельности [Юрина, 2005]. Каждое слово, по мнению лингвиста, возникало в древности как естественный образ того или иного явления, предмета, свойства, звучание было неразрывно связано со значением, особенностями предмета. Это, по мнению ученого, проявляется в этимологии слов. Например, «защитить» – буквально заслонить щитом, «медведь» – ведающий, знающий, где мёд и т.д.

В свою очередь, Е.Н. Колодкина «рассматривает образность как способность слова вызывать в индивидуальном сознании определенный чувственный образ, то есть зрительные, слуховые, осязательные, другие представления об обозначаемом предмете и ассоциации, связанные с ним. Отличительными чертами образа являются: 1) субъективность и идеальность; 2) двойственная природа; 3) сходство с изображаемым предметом, но не тождественность ему». [Колодкина 1996]

«Символ – от греч. знак, опознавательная примета». В искусстве универсальная эстетическая категория, раскрывающаяся через сопоставление со смежными категориями художественного образа, с одной стороны, знака к аллегории – с другой.

«Символика имеет огромное значение в истории искусства и литературы. Мысль и язык самым тесным образом связаны с символикой. По толкованию академического словаря русского языка, символ — это знак, изображение какой-нибудь вещи или животного для означения качества предмета» [<http://enc-dic.com/ozhegov/Simvolika-31985.html>].

В свою очередь, смысловая структура символа многослойна и рассчитана на активную внутреннюю работу воспринимающего.

Одним из стремлением человека является желание одушевить любые объекты (в том числе и неодушевленные) внешнего мира. Ш. Балли утверждал: «Извечное несовершенство человеческого разума проявляется также и в том, что человек всегда стремится одухотворить все, что его окружает. Он не может представить себе, что природа мертва и бездушна; его воображение постоянно наделяет жизнью неодушевленные предметы, но это ещё не все: человек постоянно приписывает всем предметам внешнего мира черты и стремления, свойственные его личности» [Балли 2009]. В свою очередь, В.Г. Гак также отмечает: «Поскольку в центре внимания человека находится он сам, то отсюда его постоянное стремление описывать окружающий мир по образу и подобию своему. Языковой антропоморфизм является не пережитком первобытного мышления, как это утверждают некоторые философы, но общим законом развития средств номинации в языке» [http://sn-philolsocom.crimea.edu/arhiv/2010/uch_23_62_3fn/157-160.pdf]. Наделение предметов человеческими свойствами, различных явлений неживой природы, небесных тел, животных и мифологических существ является языковым антропоморфизмом.

М.С. Пестова, А.Ю. Ефремова отмечают: «В плане выражения фразеологические единицы представляют собой определённое структурно-грамматическое построение, сконструированное по моделям свободных

словосочетаний или предложений, существующих в том или ином языке» [www.ff.unipo.sk/jak/8_2011/pestova_jefremova.pdf].

Так В. В. Виноградов говорит о том, что «фразеологическими единицами являются «устойчивые» словесные комплексы, противопоставляемые «свободным» синтаксическим словосочетаниям как готовые языковые образования, не создаваемые, а лишь воспроизводимые в процессе речи» [http://studbooks.net/2098744/literatura/frazeologizmy_obekt_izucheniya].

Западными учеными используется в основном термин «идиома» или «идиоматическое выражение». Вот например, трактовка Cambridge Dictionary: «Idiom is a group of words in a fixed order that have a particular meaning that is different from the meanings of each word on its own (e.g. to burn one's house to get rid of the mice - do not do something drastic when it is not necessary)» [<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/idiom?q=idiom>].

Oxford Dictionary имеет схожую трактовку: «Idiom is a group of words established by usage as having a meaning not deducible from those of the individual words (e.g. over the moon, house of call) » [<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/idiom?q=idiom>].

В плане образования фразеологизмов колоссальную роль играет человеческий фактор, в связи с тем, что многие фразеологизмы антропоцентричны связаны различными сферами деятельности человека. Так, А.Д.Райхштейн отмечает, что «фразеологическая система в целом отчетливо демонстрирует двойной антропоцентризм — происхождение и функционирование, т.е. семантическую ориентированность на человека как составляющих лексем-компонентов в их прямых значениях, так и особенно совокупных фразеологических единиц в их фразеологических значениях. Многие проявления жизни человека, его рождение и смерть, особенности характера, умственной деятельности, возраста, внешнего облика, профессиональные качества и т. д.— все это находит яркое и своеобразное

отражение во фразеологических системах языка»

[<http://cheloveknauka.com/sopostavitelnyy-analiz-frazeologicheskikh-edinit-vyrazhayuschih-harakter-cheloveka-v-angliyskom-i-russkom-yazykah>].

Человек одушевляет и описывает объекты внешнего мира, наделяя их человеческими чертами. Например Ш.Балли утверждал: «Извечное несовершенство человеческого разума проявляется также и в том, что человек всегда стремится одухотворить все, что его окружает. Он не может представить себе, что природа мертва и бездушна; его воображение постоянно наделяет жизнью неодушевленные предметы, но это ещё не все: человек постоянно приписывает всем предметам внешнего мира черты и стремления, свойственные его личности» [Балли 2009: 231]. В свою очередь, В.Г. Гак также отмечал: «Поскольку в центре внимания человека находится он сам, то отсюда его постоянное стремление описывать окружающий мир по образу и подобию своему. Языковой антропоморфизм является не пережитком первобытного мышления, как это утверждают некоторые философы, но общим законом развития средств номинации в языке» [http://www.rusnauka.com/5_SVMN_2013/Philologia/0_126959.doc.htm].

Тем самым, фразеологические единицы имеют определенное структурно-грамматическое построение, синтаксически не отличаются от обычного словосочетания, но сконструированны по имеющейся в языке модели свободного словосочетания или предложения, которые имеют подтекст с настоящим временем либо существовавшим в прошлом.

1.2 Подходы и структурная классификация фразеологических единиц

В настоящее время существуют различные подходы к классификации фразеологических единиц. Многие лингвисты имели свои подходы и теории

разделения. Например, Шарль Балли был первым лингвистом, который «разделил словосочетания на четыре разряда [Алефиренко 2009: 30-31]:

1. Свободные словосочетания;
2. Привычные словосочетания;
3. Фразеологические ряды, которые выражают сложное, но разложимое понятие;
4. Фразеологические единства, которые выражают неразложимое понятие».

В.В. Виноградов в свою очередь «выделял три типа фразеологических единиц: фразеологические сращения, фразеологические единства и фразеологические сочетания». [http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2014_9-1_15.pdf]

«Под фразеологическими сращениями исследователь подразумевает абсолютно неделимые словосочетания, значение которых совершенно независимо от их лексического состава, от значения их компонентов и так же условно и произвольно, как значение немотивированного словарного знака. Целостное значение таких фразеологических оборотов не выводится из значений составляющих их слов (нередко устарелых, сохраняющих архаическую грамматическую форму и не оправданную современными правилами синтаксическую связь)». Например, *to keep the home fires burning*.

«Фразеологические единства - это словосочетания, в которых значение целого связано с пониманием внутри образного стержня фразы, потенциального смысла слов. Целостное значение фразеологических единств (обычно образное) в той или иной степени мотивировано отдельными значениями составляющих их слов». Например, *earn one's bread*.

«Фразеологическими сочетаниями В.В. Виноградов называл фразеологические обороты, образуемые реализацией несвободных значений слов. По его мнению, большая часть значений слов ограничена в своих связях внутри семантическими отношениями самой языковой системы. Эти

лексические значения могут проявляться лишь в связи со строго определенным кругом понятий и их словесных обозначений». Например, *to show one's teeth*.

Помимо указанных выше групп, Н.М. Шанский выделял также фразеологические выражения [Шанский 1996: 19]. По его мнению, «фразеологические выражения - это устойчивые в своем составе и употреблении фразеологические обороты, которые являются не только семантически членимыми, но и состоят целиком из слов со свободными значениями. Поговорки, крылатые слова, выражения и пословицы относятся к этой группе». Например, *a lot of water has flowed under the bridge since; East or West, home is best*.

И.В. Арнольд разделяла теорию Виноградова и лишь добавляет к английским фразеологизмам так называемые «*set-expressions, semi-fixed combinations & free phrases*» [Арнольд 2012: 200].

А.В. Кунин в своей классификации выделяет всего «два типа фразеологических единиц:

1. структурно-семантические и грамматические;
2. этимологические».

Но в каждом классе фразеологических единиц выделяются ряды подклассов (подгрупп). В своей работе А.В. Кунин выделял следующие подгруппы в группе «этимологических фразеологических единиц» [Кунин 2005]:

1. отражение традиций и обычаев английского народа («*an apple a day keeps the doctor away* - The February 1866 edition of *Notes and Queries* magazine includes this: A Pembrokeshire proverb. Eat an apple on going to bed, and you'll keep the doctor from earning his bread. A number of variants of the rhyme were in circulation around the turn of the 20th century. In 1913, Elizabeth Wright recorded a Devonian dialect version and also the first known mention of the version we use now, in *Rustic Speech and Folklore*: «*Ait a happle avore gwain to bed, An' you'll*

make the doctor beg his bread; or as the more popular version runs: An apple a day Keeps the doctor away») [<http://www.phrases.org.uk/meanings/an-apple-a-day.html>]

2. связанные со знаменитыми именами, фамилиями, местами (to set the Thames on fire - достать луну с неба).

3. фразеологизмы связанные с поверьями (a black sheep - a person who causes shame or embarrassment because of deviation from the accepted standards of his or her group - «паршивая овца», позор семьи)

4. основа которых берутся из сказок и басен (to carry water in a sieve - ситом моря не черпают).

5. связанные со старыми преданиями (have kissed the Blarney stone - быть льстецом (по преданию, каждый поцеловавший камень, находящийся в замке Бларни в Ирландии, получал дар льстивой речи).

6. фразеологизмы связанные с историческими фактами или событиями (with fire and sword - огнем и мечем, Kentish fire - гул неодобрения).

7. морская, военная или спортивная терминология (sail close to the wind - идти круто к ветру).

Исследователь полагал, что самые частотные фразеологические единицы можно встретить в Библии, в произведениях Шекспира и художественных произведениях английских писателей.

Например:

- фразеологические единицы связанные с творчеством Шекспира (шекспиризмы) - («the milk of human kindness» - сострадание, доброта)

- фразеологические единицы связанные с Библией (библеизмы) - («the apple of Sodom» - красивый, но гнилой плод, fire and brimstone - адские муки)

- фразеологические единицы, связанные с произведениями различных английских литературных деятелей (Александр Поп - leather and prunella - что-либо несущественное, Роберт Льюис Стивенсон - Dr Jekyll and Mr Hyde - человек, воплощающий в себе два начала; У. Каупер - a cup that cheers, but

not inebriates - появилось в произведении «The Task» 1784 году, означает «напиток веселящий, но не пьянящий» т.е. чай, Уильям Теккерей - between the cup and the lip a morsel may slip - Кусочек может упасть, пока его несешь от чаши ко рту, Э.Доусоном - gone with the wind - бесследно исчезнувший, pretty Fanny's way - капризы (выражение создано ирландским поэтом Т. Парнеллом)

- заимствования фразеологических единиц из других языков, например из греческого - apple of discord - яблоко раздора, или латыни - bread and circuses - хлеба и зрелищ).

По мнению Кунину, большое количество английских фразеологических единиц, были заимствованы и калькированы. Например, «a storm in a tea-cup» - буря в стакане воды от французского - «la tempete dans un verre d'eau» является парафразом Монтескье латинского выражения; или storm and stress - буря и натиск (течение в немецкой литературе 70-80 гг. XVIII в.) от немецкого «Sturm und Drang». Данные фразеологические единицы передают концепт при помощи калькирования.

Исследователь З.Н. Анисимова «делит фразеологические единицы на три группы [Цит.по: Соловьева 2007]:

- 1) фразеологические единицы классифицирующего понятия (a little finger - мизинец)
- 2) фразеологические единства (blind alley - тупик)
- 3) фразеологические сращения (hot air - болтовня)».

Н.Н. Амосова в своей работе «Основы английской фразеологии» [Амосова 2013: 179] выделяла лишь «два типа фразеологических единиц:

- 1) фраземы;
- 2) идиомы.

По мнению ученого, фразема - это единица постоянного контекста, в которой указательный минимум, требуемый для актуализации данного семантически-реализуемого слова, является единственно-возможным, не

варьируемым, т. е. постоянным (beef tea - крепкий мясной бульон, to knit one's brows - нахмуриться).

Идиома - это единица постоянного контекста, в которой указательный и семантически-реализуемый элементы представляют тождество и оба представлены общим лексическим составом словосочетания. Значение идиомы характеризуется как целостное значение всего сочетания, например, red tape - бюрократические методы, формальности».

В структурном отношении А.И. Смирницкий делит фразеологизмы на «одновершинные» (give up - бросить какую-либо привычку), «двухвершинные (многовершинные) в зависимости от числа знаменательных слов» (first night - премьера, black art - магия) [Смирницкий 1998 : 100].

Также ученый делит фразеологизмы по стилистическому принципу на: «фразеологические единицы - это стилистически нейтральные обороты, лишенные метафоричности или потерявшие ее (fall in love - влюбиться); идиомы основаны на переносе значения, на метафоре (take the bull by the horns - действовать решительно; брать быка за рога; dead as a doornail - без признаков жизни)».

Профессор Л.П. Смит отмечает, что идиомы, связанные с морем и жизнью моряков имеют значимую роль в английской лексике. Исследователь выделял «идиомы по роду деятельности [Цит. по: Антрушина, Афанасьева, Морозова 2008: 225]:

- моряков (sail close to the wind - идти круто к ветру)
- рыбаков (fish out of water - не в своей тарелке)
- солдат (to hold the field - не сдавать позиций)
- охотников (to throw to the pack - отдать на растерзание)
- связанные с различными домашними и дикими животными (to sleep like a dormouse - спать как соня)
- птицами (to be in high feather - быть в прекрасном настроении)
- с явлениями природы (to be in the clouds - витать в облаках)».

Также Л.П. Смит выделял те идиомы, которые восходят к «литературным и иноязычным источникам (to eat one out of house and home - разорить человека, живя за его счёт, to grin like a Cheshire cat - ухмыльнуться, улыбаться во весь рот, to take French leave - уйти по-английски)» [Цит.по: Бабиц 2010, с.227].

Существующие подходы к классификации фразеологических единиц опираются на:

- степень связанности элементов фразеологических единиц;
- характер структуры фразеологической единицы;
- этимологические классификации;
- классификации основанные на выделении сферы использования фразеологических единиц;
- стилистические особенности фразеологических единиц.

И. В. Арнольд классифицировала фразеологические единицы по «структурному признаку» [Арнольд, 2012], выделяя следующие группы фразеологических единиц:

функционирующие как существительные

N+N: the narrow path - стезя добродетели

N's+N: Adam's apple - кадык

Ns'+N: Hermes' fire - огни св. Эльма

N+prp+N: house of call - постоянный двор

N+A: knight errant - странствующий рыцарь

N+and+N: milk and honey - молоко и мед

A+N: daily bread - хлеб насущный

N+subordinate clause: fire which lights us at a distance will burn us when near - огонь, греющий нас на расстоянии, жжёт вблизи

функционирующие как глаголы:

V+N: to stand fire - 1) выдерживать огонь противника; 2) выдерживать критику

V+and+V: pick and choose - тщательно выбирать

V+(one's)+N+(prp): to earn one's bread - зарабатывать на еду

V+one+N: give one the bird - поджечь

V+subordinate clause: see how the land lies - выяснять, как обстоят дела.

функционирующие как прилагательные:

A+and+A: high and mighty-сильные мира сего

(as)+A+as+N: weak as water - слабенький, хилый

функционирующие как наречия:

N+N: apple and oranges - разные, непохожие

prp+N: above water - держаться на плаву

adv+prp+N: once in a blue moon - в кои-то веки

prp+N+or+N: by hook or by crook - правдами и неправдами

cj+clause: between the cup and the lip a morsel may slip - кусочек может упасть, пока его несешь от чаши ко рту (по усам текло, а в рот не попало)

функционирующие как предлоги:

prp+N+prp: all the other way - совсем наоборот

функционирующие как междометия:

Структурированы чаще всего как повелительное предложение - Bless (one's) soul! - благослови (чью то) душу!

А.В. Кунин в своей классификации фразеологических единиц выделял по основе семантико-структурной принадлежности компонентов. По его мнению можно тем самым представить четыре класса:

1) Номинативные:

- номинативно-субстантивные (a storm in the tea cup - буря в стакане);

- номинативно-адъективные (alive and kicking - жив и здоров, цел и невредим);

- номинативно-адвербиальные и предложные (by the way - между прочим).

2) Номинативно-коммуникативные фразеологизмы представлен

глагольными структурами, «вследствие того, что одни из них являются словосочетаниями, а другие - как словосочетаниями, так и предложениями, например, to be in the hot water - быть в беде.

3) междометные и модальные немедометного характера (My eyes! Oh, my eyes!-Вот это да! Подумать только!)

4) коммуникативные:

- пословицы (it dogged that does it - терпение и труд всё перетрут);
- поговорки (the world is a small place - мир тесен)».

Н.Л. Шадрин говорит о том, что «любая фразеологическая единица обладает какими-то структурными, стилистическими и генетическими признаками, определяющими ее место во всех классификациях» [Шадрин 1991: с.41]. Ученый выделяет «три структурно-семантических разряда:

- Фразеологизмы со структурой словосочетания. К ним относятся обороты со структурой подчинительного или сочинительного словосочетания, и одновершинные фразеологизмы (включая одновершинные междометные и модальные). К тому же разряду следует причислить глагольные обороты, имеющие структуру фраземы в действительном залоге и структуру предложения в страдательном залоге, потому что их исходное номинативное фразеологическое значение присутствует в обоих случаях.

- Фразеологизмы с частичнопредикативной структурой, к которым относятся обороты, представляющие собой лексему плюс придаточное предложение либо придаточное предложение без определяемого компонента.

- Фразеологизмы со структурой предложения. Сюда относятся пословицы и поговорки, а также цельнопредикативные обороты неафористического характера [там же]».

Проиллюстрируем данную классификацию примерами, собранными методами сплошной выборки из словарей Кунина «Англо-русский фразеологический словарь» (1998), Oxford Dictionary of Idioms (1999), Cambridge University International Dictionary of Idioms (1998).

Фразеологизмы со структурой словосочетания:

- Adam's apple - кадык - a projection at the front of the neck formed by the thyroid cartilage of the larynx, often prominent in men, that was named from the notion that a piece of the forbidden fruit became lodged in Adam's throat.

- apple of discord - яблоко раздора - Greek myth a golden apple inscribed "For the fairest" It was claimed by Hera, Athena, and Aphrodite, to whom Paris awarded it, thus beginning a chain of events that led to the Trojan War.

- house of cards - карточный домик - a structure built out of playing cards precariously balanced together.

- to get on like a house on fire/ like a house in fire - хорошо ладить - to have a very good and friendly relationship.

- the narrow path - стезя добродетели; является библеизмом, ср.:- «Enter ye in at the strait gate: for wide is the gate, and broad is the way, that leadeth to destruction, and many there be which go in thereat: Because strait is the gate, and narrow is the way, which leadeth unto life, and few there be that find it» [Matthew 7:13, 14].

- to cross smb's path - встать кому-либо поперек дороги - to meet someone, especially by accident.

- worm one's way - пробираться ползком - to gradually achieve a position of trust, possibly by being dishonest

- lose one's way - пойти по неправильному пути - to get lost, to become lost

- milk and honey - молочные киселя - «the land of natural fertility promised to the Israelites by God» [Old Testament, Ezekiel 20:6]

- the milk of human kindness – сострадание - является шексперизмом, ср.: - natural kindness and sympathy shown to others;

«...Glamis thou art, and Cawdor; and shalt be

What thou art promised: yet do I fear thy nature;

It is too full o' the milk of human kindness

To catch the nearest way: thou wouldst be great;

Art not without ambition, but without

The illness should attend it: what thou wouldst highly...» [From Shakespeare's play Macbeth, I. v.]

- daily bread - еда (библейзм) - «Give us this day our daily bread is the forth of seven petitions in the Lord's prayer (the first three address God, the second four are prayers related to our needs and concerns» [Matthew 6:9-13]
the money you need to pay for necessary things, such as food.

- to eat the bread of affliction - хлебнуть горя (библейзм) - «Do not eat it with bread made yeast, but for seven days eat unleavened bread, the bread of affliction, because you left Egypt in haste-so that all the days of your life you may remember the time of your departure from Egypt» [Deuteronomy 16:3].

- to drain the cup to the dregs - испить чашу до дна (библейзм) - «For a cup is in the hand of the LORD, and the wine foams; It is well mixed, and He pours out of this; Surely all the wicked of the earth must drain and drink down its dregs» [Psalm 75:8].

- to be in hot water - быть в беде - to be in or get into a difficult situation in which you are in danger of being criticized or punished.

- to get in deep water - попасть в трудную ситуацию - to be in or get into serious trouble.

- fire and brimstone - адские муки (библейзм) - «And the devil that deceived them was cast into the lake of fire and brimstone, where the beast and the false prophet are, and shall be tormented day and night for ever and ever» [Revelation 20:10, KJV].

- to play with fire - играть с огнем - to do something that could cause you great trouble later.

- bring smb's gray hairs to the grave - свести кого-либо в могилу (библейзм) - «If you take this one also from me, and harm befalls him, you will bring my gray hair down to Sheol in sorrow» [Genesis 44:29].

- to curl smb's hair - напугать кого-либо - to frighten or alarm someone; to shock someone with sight, sound, or taste.

- to the winds - на все четыре стороны - likely to occur

- sow the wind and reap the whirlwind - посеять ветер и пожать бурю (библейзм) - «For they sow the wind and they reap the whirlwind, The standing grain has no heads; it yields no grain. Should it yield, strangers would swallow it up» [Hosea 8:7].

Фразеологизмы с частичнопредикативной структурой

- like water off a duck's back – как с гуся вода

- path strewn with roses – путь, усеянный розами

- a cup that cheers, but not inebriates – напиток веселящий, но не

пьянящий

Фразеологизмы со структурой предложения:

- An apple a day keeps the doctor away - Кто яблоко в день съедает, у того доктор не бывает. - «The February 1866 edition of Notes and Queries magazine includes this: A Pembrokeshire proverb. Eat an apple on going to bed, And you'll keep the doctor from earning his bread. A number of variants of the rhyme were in circulation around the turn of the 20th century. In 1913, Elizabeth Wright recorded a Devonian dialect version and also the first known mention of the version we use now, in Rustic Speech and Folklore: Ait a happle avore gwain to bed, An' you'll make the doctor beg his bread; or as the more popular version runs: An apple a day Keeps the doctor away» [<http://www.phrases.org.uk/meanings/an-apple-a-day.html>].

- The rotten apple injures its neighbours - От одного порченого яблока весь воз загнивает/ Паршивая овца все стадо портит. - one person can have a very bad influence on others. It is dangerous to keep bad company.

- East or West, home is best/Home is home/though it be never so homely/There is no place like home - В гостях хорошо, а дома лучше. - Home is the best place to be no matter where it is.

- to cry over the milk/It is no good crying over spilt milk/the milk is spilled/spilt milk - слезами горю не поможешь - you should not get upset about something bad that has happened that you cannot change.

- bread and circuses - хлеба и зрелищ - from Latin: «panem et circenses, is metonymic for a superficial means of appeasement».

- between the cup and the lip a morsel may slip - Кусочек может упасть, пока его несешь от чаши ко рту. - «The proverb supposedly comes from a Greek legend in which one of the Argonauts returns home to his winery. A local soothsayer had previously predicted the Argonaut would die before he tasted another drop of his wine, thus the Argonaut calls the soothsayer and toasts him for the Argonaut had survived his journey. The soothsayer replies to the toast with a phrase corresponding to the English proverb. As he finishes his toast, the Argonaut raises a cup filled with wine to his lips but is called away to hunt a wild boar before he could take a sip. The Argonaut is killed hunting the boar. The first occurrence of the proverb in English, according to the Oxford English Dictionary, is in Thackeray's Pendennis».

- there are more ways to the wood than one - есть несколько путей к достижению цели - You can always find more than one way to do something

- the way to a man's heart is through his stomach - путь к сердцу мужчины лежит через его желудок - If you want a man to love you, you should feed him good food

- the farthest (longest) way about (round) is the nearest (shortest) way home - тише едешь, дальше будешь - It may seem as if it will take too long to do something carefully and according to directions, but in fact it will take less time than doing something carelessly, because you will not have to fix it afterwards.

- a full cup must be carried steadily - полную чашу трудно не пролить, полную чашу нужно нести осторожно - used especially to caution against spoiling a comfortable or otherwise enviable situation by careless action.

- too much water drowned the miller - хорошего понемногу, хорошенького понемножку, все хорошо в меру - The idea is that the supply of water is so great that even the miller, who uses a water wheel, is drowned with it. So it is best to be reasonable in one's demands.

- it's an ill wind that blows nobody good - Нет худа без добра - Even misfortune can benefit someone or something.

- the fire which lights us at a distance will burn us when near - огонь, греющий на расстоянии, жжет вблизи

- fire that's closest kept burns most of all - скрытый огонь сильнее горит

- let this cup pass from me (библейзм) - «Да минует меня чаша сия» - «And He went a little beyond them, and fell on His face and prayed, saying, «My Father, if it is possible, let this cup pass from Me; yet not as I will, but as You will» [Matthew 26:39].

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ I

Фразеологизм – устойчивое сочетание слов, которое характеризуется постоянным грамматическим строением, лексическим составом и переносно-образным значением. Компоненты фразеологических единиц не выводимы, могут входить в словосочетание или даже целое предложение, состав и структура однородны, выполняет функцию отдельной лексемы, которое не подлежит делению. Данные единицы употребляется как некоторое целое, тем самы не подлежит дальнейшему разложению. Семантическая слитность фразеологизмов может варьироваться в достаточно широких пределах: от невыводимости значения фразеологизма из составляющих его слов во фразеологических сращениях (идиомах) до фразеологических сочетаний со смыслом, вытекающим из значений, составляющих сочетания. Употребление в речи и значение воспроизводится в соответствии с историчесеи сложившимися нормами.

Различные символы, уходящие своими корнями в историю, культуру, религиозное сознание и представление о мире являются своеобразным отражением многокрасочности мира, как для любого человека, так и для любого народа. Формирование символа в языковой картине мира играет большую роль, поскольку лингвокультурная общность определяет и ассоциирует культурные представления.

Метафоричность и образность является важным признаком фразеологических единиц. Появление и использование в языке для не называния предметов, признаков, действий, а для передачи образно-эмоциональной характеристики. Образование фразеологизмов в языке в результате метафорического переноса, переосмысления значений свободных словосочетаний.

Глава II. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В ПРЕССЕ

1.1. Лингвостилистические особенности языка и стиля английских СМИ

Социальная функция в речи СМИ достаточно разнообразна и характерна. Газеты и журналы как основные средства получения новой информации используют различные приемы для убеждения и привлечения внимания, а также влияния на социальные процессы или симпатии. Аудитория читателей очень широка и неоднородна.

Англоязычные газетные материалы отличаются эмоционально-экспрессивной насыщенностью, а органическая сила воздействия связана с образностью и яркостью английского языка. Так например, английский исследователь Р.Хогарт при изучении особенностей английской современной прессы отмечает, что среди «функций СМИ и в особенности прессы, имеются следующие:

- аттрактивная – привлечение внимания массовой аудиторией к описанию реальности. Все должно быть представлено «интересным», что достигается при помощи «реалистического» или «фотографического» метода;

- просветительская – СМИ является величайшим средством просвещения из всех, какие когда-либо видел мир;

- воздействующая – функция убеждения и формирования мнения» [Хогарт: 450-451].

Средства массовой информации многими исследователями рассматриваются как воплощение определенного стандарта и нормы литературного языка. Многие отечественные и зарубежные лингвисты, изучающие газетную публицистику последних трех десятилетий, приходят к мнению, что происходит неуклонная трансформация текстов к большей доходчивости и разговорности. Каноны подачи материалов в современной газетной публицистике заметно изменились и сводятся, по мнению В.

Риверс, к ««трём китам» - «простота, ясность и сила (simplicity, clarity and forse)», а «разговорный английский язык локтями пробился в средства массовой информации», чтобы наиболее полно их реализовать. В качестве преобладающей стилевой черты сегодняшних британских газет считается стиль неофициального письма (informal writing)» [Риверс: 19-20].

Представляет интерес и так называемая «формула читабельности» (readability formula), предложенная Р. Флэш [Флэш: 132]. Основные компоненты этой формулы «следующие:

- стремление к наименьшей оптимальной длине абзаца предложения;
- использование личных местоимений, имён, географических названий, дат;
- использование «стимуляторов интереса» (human interest elements) в виде необычных фактов, явлений;
- использование «прозрачного» синтаксиса и лексики».

Как отмечает Г.А.Орлов, в рамках каждой из британских газет прослеживается ««смягчение» речи (в сторону разговорности и непринуждённости) по мере «смягчения» жанра (от жанра редакционного комментария к жанру светской хроники, читательских писем)».

Некоторые исследователи (В.И. Заботкина, Г.А. Орлов) называют одной из стилевых характеристик языка современной прессы наличие иноязычных элементов. По словам В.И. Заботкиной, английский язык «продолжает обогащаться за счёт иноязычных элементов. При этом новой тенденцией можно считать рост заимствования слов из азиатских языков, особенно из японского, что можно объяснить возросшим в конце XX столетия интересом к восточной культуре и философий. Основными «центрами аттракции для новых иноязычных элементов» являются общественно-политическая жизнь, повседневная жизнь, культура и научно-техническая деятельность» [Заботкина: 21].

Современные газетные статьи эмоционально насыщены, тем самым делает похожим на художественную литературы. Одним из самых частых

элементов, которые используются в статьях – это сарказм, идиомы, ирония, метафоры, образные сравнения и т.д. Основная направленность газетных статей является политика.

Ведущим элементом в современных английских статьях является смешение разговорных и книжных элементов языка. Сознательное использование стилистических средств, особая лексика, диалектизмы, жаргонизмы, просторечия и характерная высокопарность слов – это особенность присуща современным английским статьям. Современный газетный текст является примером взаимодействия нормированного книжного языка, народно-речевой стихии и жаргона. В процессе написания текста отступления от литературной нормы выражают определенную тональность, экспрессивность, оценочность и созданию реалистичности при описании событий и явлений.

Как отмечает Я.Г. Сеницына, «для английской газеты характерно широкое использование разговорного языка, слэнга. Журналисты общаются с читателями непринужденно, стараются задействовать их эмоции в процессе чтения статьи, широко используют выразительные средства, создавая тем самым как бы неофициальные отношения между журналистом и читателями. В текстах популярных английских газет преобладает эмоциональный фон негодования, возмущения, оценка фактов при этом бывает нередко поверхностной» [Сеницына: 9-17].

Э.Ф. Телень, подробно изучая язык современной английской и американской прессы, указывает, что «язык английской газеты представляет собой сложное функционально-стилевое единство стилистически нейтральных и эмоционально экспрессивных средств языка, отобранных в процессе коммуникации для выполнения функции информации как основной и функции убеждения, как второстепенной. Наряду с функциональным газетным стилем на страницах английской газеты сосуществуют и другие функциональные стили английского языка - публицистический, научной

прозы, официально-деловой, появляются произведения художественной литературы» [Телень: 78].

Основная цель в современной англоязычной прессы является тенденция сближения с читателем, доступность и краткость. Пресса стремится охватить большее количество читателей. А.Н. Васильева выделяет такие «5 основных функций, как:

- 1) информативная;
- 2) аналитическая;
- 3) пропагандистская;
- 4) организаторская;
- 5) развлекательная.

Эти функции в различных вариантах и сочетаниях формируют подстили: официально-информативный и неофициально-информативный».

Британская пресса делится на две группы:

- к серьезным относятся ежедневные широкоформатные газеты, которые публикуются на broad sheets (39x60 см.). Это такие газеты как: The Daily Telegraph, Financial Times, The Guardian.

- таблоиды имеют формат в два раза меньше (30x37 см.), чем серьезные газеты. К ним относятся: The Daily Express, The Daily Mail, The Daily Mirror, The Daily Star, The Sun.

Серьезные широкоформатные газеты содержат обширные статьи, освящающие международные события, внутреннюю жизнь и политику. Таблоиды в свою очередь носят развлекательный характер, отличительная черта этих СМИ – это обилие рекламы и различных светских сплетен.

Одна из важных функций заголовков газеты это привлечение наибольшего количества аудитории, тем самым они выделяются прежде всего своей внешней особенностью – будучи напечатанными крупным шрифтом, они буквально занимают значительную часть полосы.

В английской газете заголовки представляют собой изложение основных событий и передает основные темы, освещенных в номере.

Например, по заголовку:

«War on America» (The Daily Telegraph, 12.09.2001) - мы ожидаем прочитать сенсационный материал, например, о военных действиях в Америке. На самом деле речь идет о трагедии, произошедшей 11 сентября.

«BeLeave in Britain» (The Sun, 2014) – данный материал статьи, говорит об единении общественного мнения и о выборе жителей Британии выйти из состава Евросоюза.

«Purple reign is over» (The Sun, 2016) – читая данный заголовок можно и не понять о чем идет речь. На протяжении веков, фиолетовый цвет ассоциируется с королевской семьей и аристократией. Но в тексте статьи рассказывается о поп-певце Принц (Prince), который умер.

В многих заголовках употребляется повтор в целях эмфазы (с гр. «emphasis» выделение важного элемента высказывания либо его смысловых оттенков; в литературном языке используется для усиления выразительности).

Неологизмы являются одним из частых элементов в употреблении в статьях. Под неологизмами понимаются новые слова, значения, словарные и фразеологические единицы, появившиеся в языке совсем недавно, обозначающий те новые понятия и явления, возникшие в результате открытий, новых условий жизни, социальных и политических изменений.

Например:

Spam (спам) - flooding the Internet with many copies of the same message, in an attempt to force the message on people who would not

Mitthead (непостоянный) – An individual who constantly changes his political positions to suit his audience and objectives

BFF (лучшие друзья навсегда) - Stands for best friends forever. Used to state how close you are to another individual.

Noob (нуб) - Someone who is new to an online community or game.

Twiticule (издеваться над кем-то в твиттере) - Make fun of someone on Twitter.

Многие неологизмы воспринимаются как таковой до тех пор пока понятие не войдет в повседневный обиход, после чего они осядут в словарном составе языка.

Одним из самых частотных являются образование из слов, состоящих из двух основ. Сочетания глагола и наречия образуют словосложения при помощи конверсии, в которых четко наблюдается повторяемость второго компонента. Часто можно понять значение каждого нового образования по данной модели слова. Так например, слова образованные с помощью компонента -in. Слова типа break - in, teach - in появились в прессе недавно.

Другими сложными словами этого типа являются:

log-in – вход в систему, логирование в систему

Ride-in – дискриминационный протест в отношении проезда афроамериканцев в автобусах.

Для английской прессы характерны использование аффиксальных неологизмов с набором аффиксов.

Например:

-ant

Jet propelled planes consume enormous quantities of propellant (propellant - приводить в движение)

-ship – данный суффикс используется для образования имен существительных: partnership, ownership, citizenship.

-dom – в газетной лексике используется для образования новых слов, например: unfreedom, unwisdom, rebeldom.

Одним из источников в образование нового слова без изменения начальной формы является также конверсия. Данный способ получил широкое распространение в английском языке, и тем самым формирует новый корпус неологизмов, используемый в газетном стиле. Чаще всего образуются путем перехода глагола в существительное, или

существительного в глагол. Нообразованное слово нередко развивает и имеет свое значение, которое лишь косвенно связано со основным словом.

Например, a tractor - to tractor

«The tree trunks were tracted to the river bank to be floated then downstream». (tracted – отбуксированы)

Сокращение слов является источником неологизмов, используемый в заголовках английских газет.

Например:

Benelux (Belgium, Netherlands, Luxembourg);

UN – United Nation;

OTA – over-the-air;

RAF – Royal Air Force.

Данные сокращения давно вошли в употребление, и они не объясняются к тексте статей.

Частотное употребление слов клише, которые употребляются из номера в номер, позволяют упростить чтение и понимание текстов. Такие слова как, global business – международный бизнес; free trade – свободная торговля. Употребление и использование клише необходимы для мгновенной ассоциации и отсутствия двусмысленности.

Из-за частого употребления газетные штампы утратили свою индивидуальность и смысл, но тем не менее многие слова и выражения можно встретить в СМИ. Например:

1. согласующие словосочетания

adjective+noun (прилагательное+существительное):

open space – открытое пространство;

interest group – заинтересованная группа

verb (adjective) noun

to create a plan – создать задачу

noun+noun (существительное+существительное)

case study – анализ проблемы

verb preposition noun (глагол + предлог + существительное):

to get in touch – связаться с кем-то

noun+noun+noun (существительное + существительное + существительное):

space exploration program – программа космических исследований.

Adjective+noun+noun (прилагательное + существительное + существительное):

manned space flight – космический полет с космонавтом на борту.

2. варьетивные словосочетания

Основное слово меняет значение при смене слова. Такие опорные слова обладают высокой частотностью в газетных статьях. Примеры сочетания с существительными:

community – группа, общественность;

national community – национальная группа;

world community – мировая общественность.

complaint – жалоба;

to lodge a complaint – заявить протест

Сочетание с прилагательными:

vital – issue,

interest racial – policy, tension

2.2 Стилические методы публицистического стиля и трансформации текста

С древних времен перевод является одной из самых древней деятельностью человечества. Перевод выполнял важнейшую социальную коммуникативную функцию между людьми, благодаря которой дало возможность взаимодействию и распространению науки, литературы и культуры.

Так по мнению, Виноградова «перевод - одно из древнейших занятий человека. Различие языков побудило людей к этому нелегкому, но столь необходимому труду, который служил и служит целям общения и обмена духовными ценностями между народами. Слово "перевод" многозначно, и у него есть два терминологических значения, которые нас интересуют. Первое из них определяет мыслительную деятельность, процесс передачи содержания, выраженного на одном языке средствами другого языка. Второе называет результат этого процесса - текст устный или письменный. Хотя эти понятия разные, но они представляют собой диалектическое единство, одно не мыслится без другого» [Виноградов 2001:3].

Перевод несет важную функцию в передаче и созданию нового эквивалентного текста на основе интерпретации смысла с исходного языка. Основной ролью в переводе является преодоления языкового и культурного барьера.

Для распознавания, понимания и адекватной передачи фразеологизмов зачастую недостаточно только перевести. Необходимо понимать культурно-исторический и лингвистический аспект. Порой трудности появляются при дословном переводе. Например, фразеологизм – «when pigs fly» - нельзя перевести, «когда свиньи полетят», ведь звучит это крайне нелепо. Значение этого фразеологизма в том, что никогда ничего не случится. «When pigs fly - a humorous/sarcastic remark, used to indicate the unlikeliness of some event or to mock the credulity of others» [<https://www.phrases.org.uk/meanings/pigs-might-fly.html>].

Переводчик должен суметь понять и передать значение, выразительность и яркость фразеологизмов. Фразеологизмы обладают образностью и сложными неосознаваемыми соответствиями между отдельными символами и определенными убеждениями, взглядами. Наполнение и содержание символов может очень различаться у разных народов и в разных культурах. Коновалова в своем исследовании говорит о том, что «как правило, вне зависимости от контекста он должен обладать

теми же денотативным и коннотативным значениями, т. е. между соотносительными фразеологическими единицами не должно быть различий в отношении смыслового содержания, стилистической отнесенности, метафоричности и эмоционально-экспрессивной окраски, они должны иметь приблизительно одинаковый компонентный состав, обладать рядом одинаковых лексико-грамматических показателей: сочетаемостью (например, в отношении требования одушевленности/неодушевленности), принадлежностью к одной грамматической категории, употребительностью, связью с контекстными словами-спутниками и т.д.; и еще одним – отсутствием национального колорита»[Коновалова 2012 – 110].

Существуют различные способы и техники перевода для нахождения адекватного перевода и передачи фразеологизмов. Виноградов в своем труде «Введение в переводоведение» выделяет следующие способы передачи фразеологических единиц [Виноградов 2011 : 224]:

1. «Эквивалент, т.е. имеющийся в русском языке адекватный фразеологический оборот, совпадающий с английским оборотом по смыслу, по образной основе», например: a fire in the blood - огонь в крови, with fire and sword - огнем и мечом, the fires of hell - геенна огненная, bread and circuses - хлеба и зрелищ);

2. «Аналог, т.е. такой русский устойчивый оборот, который по значению адекватен английскому, но по образной основе отличается от него полностью или частично», например: hair about the heels - невоспитанность, to curl smb's hair - напугать кого-либо;

3. «Описательный перевод, т.е. перевод путем передачи смысла английского оборота свободным словосочетанием. Описательный перевод применяется тогда, когда в русском языке отсутствуют эквиваленты и аналоги», например: between the cup and the lip a morsel may slip - не радуйся раньше времени, much water runs by the mill that the miller knows not of - вокруг нас происходит много такого, о чем нам и невдомек);

4. «Антонимический перевод, т.е. передача негативного значения с помощью утвердительной конструкции или наоборот», например: *between wind and water* - не в бровь, а в глаз, *to keep one's head* – не терять головы;

5. «Метод калькирования применяется в тех случаях, когда переводчик намеревается выделить образную основу фразеологизма, или когда английский оборот не может быть переведен при помощи других видов перевода», например: *an apple a day keeps the doctor away* - кто яблоко в день съедает, у того доктор не бывает, *the rotten apple injures its neighbours* - одно гнилое яблоко портит все остальные;

6. «Комбинированный перевод. В тех случаях, когда русский аналог не полностью передает значение английского фразеологизма или же имеет иной специфический колорит места и времени, дается калькированный перевод, а затем идет описательный перевод и русский аналог для сравнения, например: *To carry coals to Newcastle*» - выражает национальной реалии Англии (досл. В Ньюкасл со своими углями)».

Публицистический стиль — это разновидность речи, используемая в газетах и общественно-политических журналах. Данный стиль используется для описания культурных, спортивных, политических и других общественных мероприятий.

Средства массовой информации используют различные языковые ресурсы в публицистическом стиле. Лексика, фразеология, грамматика и стилистика являются ключевыми для выражения содержания текста.

Основные функции, которые присущи публицистическому стилю это информационная и воздействующая. Сообщение о фактах и дача оценки происходящему является главной задачей журналиста. Одна из главных характеристик стиля это экспресивность. Так как при сравнении с другими функциональными стилями (кроме художественного и разговорно-бытового), существует большая доля способов и средств достижения.

Воздействующая функция (экспрессивная) является важной в газетно-публицистическом стиле. Публицистика пользуется практически многими литературными средствами языка.

По мнению В.Г.Костомарова, «основным конструктивным принципом языка газеты является диалектическое сочетание стандарта и экспрессии. Это обусловлено не только такими функциями газеты, как информационная и воздействующая, но и тем, что язык газеты должен быть коммуникативно обозначимым, то есть ясным и выразительным, точным, кратким» [Костомаров].

Главным источником экспрессивно-эмоциональной лексики в газетах являются фразеологические обороты, пословицы, поговорки и крылатые выражения, придавая текстам определенную воздействующую силу и создавая специфическую образность. За счет использования таких единиц автор может выражать мысль емко, передавая отношение и оценку происходящего. Так поговорка «толочь воду в ступе (to beat the air)» передает большую экспрессивность, оценочность, чем свободное словосочетание «заниматься пустым делом (to do something in vain)».

Журналисты и авторы статей используют фразеологическое разнообразие родного языка как источник передачи речевой экспрессии. Хотя их использование не всегда дает нужный эффект, и поэтому для достижения художественного эффекта используется метод трансформации фразеологизмов. При этом выбор фразеологизма или афоризма со сниженной, разговорной или, наоборот, книжной окраской обуславливает употребление и других языковых средств. «В стилистических целях фразеологизмы могут употребляться как без изменений, так и в трансформированном виде, с иным значением и структурой или с новыми экспрессивно-стилистическими свойствами». Под трансформацией понимается «любое отклонение от общепринятой нормы, закреплённой в лингвистической литературе, а также импровизированное изменение в экспрессивно-стилистических целях».

Многие исследователи фразеологии (Н.М. Шанского, Т.С. Гусейновой, В.В. Горлова и др) рассматривают в своих работах типы трансформации. Проведя анализ классификаций различных авторов, был сделан вывод, что не существует единого взгляда среди лингвистов на способы трансформации фразеологических единиц. У каждого ученого имеется своя классификация, которая значительно отличается от друг друга.

Проведя анализ классификаций выше указанных лингвистов, было выделено 5 трансформационных групп:

1. семантическая;
2. лексическая;
3. синтаксическая;
4. морфологическая;
5. словообразовательная.

При использовании семантической трансформации фразеологический оборот приобретает новое содержание, сохраняя лексико-грамматическую целостность. Случаи спользования двойной актуализации относят такие типы. Как считает Л.М. Болдыревой, это «стилистический приём, основанный на двойном восприятии: на обыгрывании значения фразеологизмов и буквального значения одного, двух или трёх её компонентов» [Болдырева]. Тем самым, образ фразеологической единицы придает яркость ассоциации, усиливая эффект воздействия. В заголовке «How Isabella proved her face is still her fortune at 50» английское выражение совмещает два семантических плана. В тексте говорится о рекламном лице (Изабелле Росселлини), представляющая косметическую компанию. Компоненты совмещают значения: «всё её богатство только в красоте» и «лицо – источник её богатства».

Дефразеологию тоже можно отнести к семантической трансформации. Согласно А.Г. Назаряну, дефразеологизация – это «явление, при котором фразеологизм в результате возникновения новых самостоятельных значений в его компонентах утрачивает основной признак фразеологичности». Такой

способ употребляется редко, так как требует глубинное знание семантики фразеологизмов и тем самым снижает интерес читателя к тексту. Одним из ярких примеров такого употребления было рассмотрено Е.О. Витковской.

«Carol has always been a black sheep in the class: her parents were Afro-Americans.

A black sheep фиксируется словарями в значении - a person considered to have brought discredit upon a family or other group; a bad character. Ее дефразеологизация осуществляется за счет употребления в придаточном предложении существительного Afro-Americans, которое является эвфемизмом, обозначающим чернокожее население Америки. Таким образом, компонент black в составе фразеологизма и, как следствие, второй компонент фразеологизма, приобретают исходное, прямое значение».

В русском языке данный фразеологизм (a black sheep) имеет функциональный эквивалент (белая ворона). Несмотря на совпадение конотации с английским выражением, оба фразеологизма имеют разную образность. Оба фразеологизма построены при помощи описательного оборота и макрировании животного. При осуществлении дефразеологизации переводчику необходимо сохранить содержание английского контекста. Поэтому переводчик использует эквивалент, сохраняя исходный контекст. В переводе данный текст звучит следующим образом: «Кэрол стала в классе белой вороной, потому что ее родители были афро-американцами» (П.Игнатенко).

Определяющим значением при семантическом преобразовании является контекст. Внеконтекстуально говорить о семантических трансформациях фразеологизмов невозможно.

Семантика фразеологизма при лексических трансформациях приобретает новые смысловые оттенки в результате существенных изменений в компонентном составе фразеологических единиц, при этом синтаксическая структура фразеологизма остаётся без изменений: она не

удлиняется и не укорачивается. Основными приемами данного типа трансформации можно отнести приём замены и перестановки компонентов.

Рассмотрим следующий пример:

«The rapid global economic downturn has rekindled fears that Japan may be slipping back into a deflationary cycle».

Kindle the flame – зажечь пламя чего-либо — в данном примере во второй части происходит лексическая замена для создания тесной связи семантики с тематикой текста.

Самыми многочисленными синтаксическими трансформациями считаются конструкции, приводящие фразеологизм к удлинению, укорачиванию или изменению синтаксической структуры. К таким типам трансформации относятся: редукция (эллипсис); добавление (вклинивание) компонентов; изменение коммуникативного типа предложения; парцелляцию; контаминацию; аллюзию.

Редукция – это опущение значимых элементов структуры. Редукция элементов (в большинстве случаев глагола) не несет потери тематической нагрузки и редукции семантики фразеологизма.

Например: «The Republicans' deaf ear is a preexisting condition» (устойчивое выражение – to fall on deaf ears).

В свою очередь эллипсис это усечение фразеологизма за счет редукции начальных или конечных элементов многокомпонентного фразеологизма. Чаще всего используется при цитировании. Так известная пословица «There's as good fish in the sea as ever came out of it» можно часто увидеть в усечённом виде: «There's as good fish in the sea».

Вклинивание (добавление) компонентов в начале, в середине или в конце придает компонентам основную нагрузку и наполняет текст эмоциональной и экспрессивной риторикой. Например: «Tourism is a goose that not only lays a golden egg, but also fouls its own nest».

Окказиональные изменения используют в основном преобразования повествовательных предложений в вопросительные. Данный тип изменения

чаще всего появляется в тексте для привлечения внимания читателей и стимулирования их интереса. Например: «Is there really as good fish in the sea?».

Прием парцелляция заключается в разделении предложения запятой или точкой и используется для усиления экспрессивности и выделения наиболее важной информации. Например: «They welcomed the law. With open arms».

Под контаминацией понимают «стилистический приём, устанавливающий синтаксическое и смысловое взаимосцепление двух и более фразеологизмов и дальнейшая утрата компонента». Например: «There is enough of a consensus that they have begun to tackle the next steps: (...)». В данном случае происходит контаминация двух английских фразеологизмов: to tackle a problem – биться над какой-либо задачей, to take steps – принимать меры.

Под аллюзией понимается «выражение, намёк, посредством упоминания общеизвестного реального факта, исторического события, литературного произведения. Этим толкованием охватываются и отличные от оригиналов фразеологических единиц, которые создаются по подобию исходных фразеологизмов, сохраняют их форму и общий смысл». Данный метод имеет свою специфику применения, так как автору необходимо искусно «завуалировать» значение, а читателю адекватно понять смысл. Эффект от приема может быть ярким и сильным при понимании посыла автора текста. Например читатель знающий пословицу «Little things please little minds» будет не сложно понять в заголовке аллюзию на пословицу: «Tiny things, tiny minds».

Морфогические трансформации затрагивают изменения частей речи, преобразую семантику. Модификация происходит в артиклях, числах существительного, различных временных глагольных формах и степеней сравнения прилагательных. Например: «Baseball might be as American as apple pie, but the gold medal hopes of the US team proved to be pies in the sky on Friday

night». Такие способы трансформации сильно ограничены, поэтому чаще всего сопровождаются другими окказиональными модификациями.

Словообразовательные трансформации не столько разнообразны и используются при помощи прибавления словообразовательных аффиксов.

2.3 Использование фразеологизмов в обучении иностранному языку

На современном этапе дидактика это стержень педагогики, главной задачей которой является ответ на вопросы: «как, чему и каким образом учить?». «Дидактика от греч. διδακτικός «поучающий» - это раздел педагогики, излагающий теорию и общие законы образования и обучения, а также исследующий закономерности усвоения знаний, приобретения умения и навыков» [Толковый словарь Ефремов, Ефремова 2000].

Дидактика характеризуется как теория обучения, со способами и методами процесса приобретения и передачи знаний. Одним из важных элементов в том, что при организации передачи знаний необходима организация условий, которые могут быть реализованы с помощью системы образования: дошкольные и школьные учреждения, вузы и различные институты образования. Принципы обучения определены через теории обучения, содержание, методологию, формы и методы учебной работы.

В начале прошлого века педагогом П.Ф.Каптерев были сформулированы теории современного общего образования. Его работа («Дидактические очерки») и практика обобщала образовательный процесс в России и Западной Европе. Он обращал внимание на одну из важных проблем современной дидактики — проблему отбора содержания образования. В своем плане он характеризовал вопросы элективного (т.е.выборчного) обучения для 11-14 летних школьников и многообразие вариантов образовательного процесса в старших классах.

С точки зрения современных теорий обучения, основанных на данных психологии мышления, нейропсихологии, искусственного интеллекта, элементы запоминания и переработки информации, т. е. процессы

формирования систем знаний и процессы логического вывода одних знаний из других, неразрывно связаны друг с другом.

При составлении и систематизации языкового материала в целях обучения английскому языку необходимо учитывать множество факторов. Одним из ключевых является анализ уже имеющихся учебных планов и программ, учебников и учебных пособий. Они являются главными дидактическими руководствами для обучения и описывают как именно и в каком объеме необходимо преподносить знания.

Для успешного общения в иноязычной среде, необходимо формировать высокий уровень социокультурной и лингвистической компетенций. При переносе элементов родной культуры в иноязычную среду чаще всего возникают вербальные и невербальные ошибки, и для эффективной межкультурной коммуникации у общающихся должна присутствовать культурная грамотность, которая предусматривает понимание фоновых знаний, ценностных установок, психологической и социальной идентичности, характерных для данной культуры.

Способности которые помогают школьникам координировать свое поведение в соответствии со знаниями о нормах поведения в другой культуре и избегать межкультурного непонимания. Формирование социокультурной компетенции на занятиях английского языка также подразумевает обогащение лингвистических, эстетических и этических знаний школьников о стране изучаемого языка.

Таким образом, знание социокультурного фона, под которым понимается все то, что определяет сложившийся веками стиль жизни и характер мышления, национальный менталитет, очень значимо, так как без этого нельзя сформировать коммуникативную компетенцию даже в ограниченных пределах.

При общении для построения высказывания люди используют грамматические и словарные средства языка. Тем не менее, для успешной

коммуникации этого недостаточно, так как необходимо знать условия употребления тех или иных языковых единиц и их сочетаний.

Одну из важных ролей в процессе обучения учеников является новизна материала. При процессе необходимо перемежать деятельность и взаимодействие учащихся определяется особенностями их совместной предметно-практической деятельности. Соответственно процесс обучения иностранному языку должен быть релевантен ситуациям, которые могут быть применены в реальной ситуации с носителями языка или иностранцами, владеющими английским языком. Отличительной особенностью современной жизни являются процессы международной интеграции и глобализации в таких областях, как образование, культура, наука и другие сферы. Чтобы соответствовать современным тенденциям важно разрабатывать новые методики, учебные материалы, создание рекомендаций для учителей.

На современном этапе преподавания в школе с развитием информационных технологий и доступностью иностранных СМИ во время урока можно ставить и решать множество дидактических задач. Так при использовании ресурсов из интернета учащиеся могут улучшить навыки чтения, улучшить письменную речь, пополнить словарный запас и сформировать у школьников мотивацию к изучению английского языка.

Для апробации исследования были взяты статьи из ряда разных британских СМИ и их переводы на русский язык. Рассмотрим, статью из The Guardian - «Why stop the Great Satan? He's driving himself to hell». На русский язык данная статья была переведена: «Зачем мешать Большому Сатане? Он сам загонит себя в преисподнюю»[The Guardian 2006]. Перевод не совсем адекватно передает первую часть вопроса, возможная следующая структура «Зачем останавливать Сатану» выражает лучше первую часть вопроса. Фразеологизм to drive someone to hell – было переведено как загнать себя в преисподню, хотя в первом значении это – вести (приводить) кого-то в ад. Данный способ перевода можно отнести к фразеологическому аналогу.

Статья из The Times 2006 года - «Russian eyes on Western market»-
«Русские «положили глаз» на западный рынок»[The Times 2006]. Данный заголовок имеет безглагольную структуру. В английском варианте Russian eyes – это фразеологизм, выраженный антонимий.

Рассмотрим следующий пример, «It is the brewing world's equivalent of coals to Newcastle Coors, the third-largest brewer in the US, is looking to give Uncle Sam a taste of Carling, the UK's favourite lager» [The Observer, 2002] – В данном случае, Uncle Sam – according to Urban Dictionary - «A legendary figurehead of the United States. Although mythical, he is reported to have been a real person. Uncle Sam is basically a tall man with white hair (with a white goatee), dressed in the Red, White&Blue, with the Stars&Stripes as a huge hat. Uncle Sam, along with this description, is commonly portrayed as this old-looking, but tough-as-nails, figurehead pointing at you, the viewer of the poster, and below it he's saying «I Want You». Uncle Sam basically represents the US Government, although he greatly represents the US Military»[<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Uncle%20Sam>].

Соответственно, для того, чтобы два раза не использовать US, автор использует всем известный фразеологизм.

Как и в предыдущем примере, в статье The Times «Why Uncle Sam must conquer fear of new arrivals» [The Times, 2007], используется фразеологизм Uncle Sam – США и conquer fear – побороть страх. При передаче на русский язык, возможно использование комбинированного перевода, так как данный фразеологизм имеет свой специфический колорит.

Статья в The Times (2006) - «God save the Duke as anthem goes on for all three verses» - «Боже, храни герцога - дайте ему, наконец, поест» рассказывает про визит ее величество королевы и герцога Филиппа в страны Балтии. Званный обед был задержан гимном, который пели в честь Филиппа. В английском варианте приводится строчка из гимна и подчеркивание факта

того, что были использованы три длинных куплета. Данный способ перевода можно отнести к комбинированному переводу.

В английских заголовка опускаются части речи или слов. При переводе сложно передать одинаково структуру, поэтому если посмотреть следующий пример, «Germany fights for Rubens» - «Военный трофей: Германия бьется за Рубенса [The Guardian, 2004]», переводчик использует описательный оборот, и дополняет словосочетаниям для раскрытия темы.

Как известно, многие фразеологические единицы часто связаны с произведениями английских литературных деятелей, при рассмотрении следующего заголовка в газете The Times «Pride and prejudice as Serbs look to Europe» [The Times, 2007], можно обратить внимание на знакомый заголовок. Для англичан Джейн Остин является обязательной книгой для прочтения, соответственно использование произведения «Pride and prejudice», описывает гордый характер и нрав сербов.

Похожий заголовок можно встретить в газете The Independent, «Pride and propaganda» [The Independent, 2005]. Сохраняя похожую структуру, автор статьи делает аллюзию на Джейн Остин, и добавляет негативный оттенок при использовании propaganda.

The Times используя заголовок «Ticking clock will force President's hand on troop exit» [The Times, 2007] как и предыдущий пример связан с английским произведением, на этот раз это Алиса в стране чудес.

В газетном заголовке The Guardian «The BBC is worth every penny, but this elephant must tread carefully» - «Би-Би-Си отрабатывает каждый свой пенс, но этому слону нужно действовать аккуратнее» [The Guardian, 2006] переводчик использует описательный оборот. Устойчивое выражение – to be worth something – 1. иметь стоимость, 2. быть важным – при переводе становится – отрабатывать. Также в английском варианте - elephant - переводится буквально, как слон, хотя уместнее было употребить – гигант.

Несмотря на то, что фразеологизм - cold war является относительно новым, в статье The Financial Times «In the second half of the 20th century, as

the cold war began to thaw, the two Germanys, on their own initiative ("We are the people"), united and presented themselves as the world's youngest liberal democracy» [The Financial Times 2005], автор напоминает о гонке вооружения и экономических показателях.

Следующая статья в The Sunday Times - «The Warsaw pact» «Варшавский договор» [The Sunday Times, 2007] переводчик использует эквивалентный перевод. Только в английском варианте – «Варшава» остается существительным, и используется безглагольная конструкция. В русском варианте становится прилагательным для точной передачи текста.

Заголовок «13 years on, new Labour has come full circle» [The Times 2010] в составе имеет трансформированный фразеологизм. В данной статье говорится о борьбе избирателя между Консервативной и Лейбористской партией.

Реалия и фразеологизм следующего заголовка «Pop Idol», в статье The Times «Pop Idol tycoon gets his fingers burnt by failed retreat in the sun» [The Times 2010]. Для адекватного перевода необходимо знать, что «Pop Idol» - это шоу, в котором путем голосования определяется лучший молодой поп-исполнитель. Фразеологизм «to get one's fingers burnt» - переводится как «обжечься на чем-либо». Переводя данный текст нужно понимать, что нельзя буквально перевести этот текст.

При переводе данного заголовка, было намеренно опущено член предложения - «Expect no change in Ukraine / На Украине изменений не ожидается» [The Times 2006].

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ II

Речь СМИ использует разнообразную риторику и устойчивые единицы для привлечения своей аудитории. Для влияния на социальные процессы газеты и журналы активно используют различные методы. Одним из самых частых – это те единицы речи, которые формируют осознание и понимание информации.

Элементы которые создают определенную тональность, экспрессивность, оценочность и созданию реалистичности при описании событий и явлений.

Одной из важных функций в передаче и создании нового текста является преодоление языкового и культурного барьера. Необходимо не только распознавание и понимание, но и знание культурно-исторического и лингвистического аспекта.

Специфика перевода заголовков можно охарактеризовать тремя основными факторами. Главная и основная функция заголовка в газете состоит в том, чтобы привлечь внимание читателя к материалу. Следующая функция в том, что заголовок должен в краткой форме излагать содержание статьи и выделять факты. И последняя функция заголовка в том, что автор должен убедить и внушить читателю основную идею публикуемого материала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

После проведения исследования можно сделать следующие выводы:

Тексты современной английской прессы используют фразеологические единицы для передачи яркости и выразительности текстов. Будучи устойчивым по составу и структуре, фразеологизм выполняет функцию отдельной лексемы (словарной лексемы), лексически неделим и целостен. Фразеологизм не подлежит обычно дальнейшему разложению и не допускает внутренней перестановки своих частей.

Семантическая слитность фразеологизмов может варьировать в достаточно широких пределах: от невыводимости значения фразеологизма из составляющих его слов во фразеологических сращениях (идиомах) до фразеологических сочетаний со смыслом, вытекающим из значений, составляющих сочетания. Одна из важнейших характеристик фразеологизмов это метафоричность и образность. Фразеологизм появляется в языке не для называния предметов, признаков, действий, а для образно-эмоциональной их характеристики. Образуются фразеологизмы в результате метафорического переноса, переосмысления значений свободных словосочетаний.

Различные символы, уходящие своими корнями в историю, культуру, религиозное сознание и представление о мире являются своеобразным отражением многокрасочности мира, как для любого человека, так и для любого народа. Символ играет большую роль в формировании языковых картин мира, поскольку с каждым символом у разных лингвокультурных общностей связаны определенные ассоциации, те или иные культурные представления. Каждый народ по-своему видит окружающую действительность, и этот факт находит отражение в языке. Носители разных языков по-разному членят окружающий мир на фрагменты, которые получают самостоятельные названия. Наименования некоторых предметов и явлений не всегда имеют точное соответствие в других языках.

Известно, что различия в восприятии мира проявляются в языке не только на уровне лексики, но и грамматики (категория времени глагола), словообразования, фразеологии, морфологии. Но именно лексика языка, семантика слов в их прямых и переносных значениях является вместилищем, где сосредоточен опыт народа по постижению мира.

Перевод СМИ с английского на русский чрезвычайно сложная задача, так как не всегда возможен адекватный перевод фразеологизмов. При переводе текстов необходимо адекватная передача образности и выразительности английских фразеологизмов, но это практически невозможно при использовании машинного перевода так как такой перевод не может точно уловить и передать тонкости исходного текста.

Не всегда возможна точная передача фразеологических единиц, тем самым можно использовать различные способы и приемы для полноценного перевода. Основной задачей для переводчика при работе с специфическими газетными заголовками это привлечение внимания к публикуемому материалу, изложение в краткой форме и поиск адекватных средств при переводе на русский язык. Стоит помнить, что в английской прессе используется глагольная структура без подлежащего. Соответственно данные заголовки нельзя переводить дословно, хотя глагольность можно сохранить, необходимо дополнить такое предложение опущенным подлежащим.

Одним из условий перевода в английской прессе является понимание исторических, культурных и политических аспектов. Необходимо проводить тщательный анализ перед тем как ставить статью в печать.

Следует отметить, что английским газетным заголовкам присуща разговорно-фамильярный характер, но вместе с этим сохраняется официальность титулов и обращений к политическим деятелям, стилистическая разноплановость лексики и разнообразие грамматических структур, что делает перевод газетных заголовков порой непростым занятием. Одна из основных задач любого издания — привлечение внимания публики. Неотъемлемой частью каждой газеты, конечно, является заголовок, целью

которого является передача в нескольких словах содержащейся в статье информации. Это то, на что читатель обращает внимание в первую очередь, прежде, чем приступить к чтению. Занимая ведущую позицию в любой публикации, передает тему, главную идею той или иной публикации. От его характера и оформления зависит заинтересуется читатель предложенной информацией или нет. Таким образом, важным фактором является привлекательность заголовка и его посыл.

Одним из важных элементов в периодике является заголовки материалов. Они знакомят читателя с номером, и помогают быстро получить представление о содержании его материалов, выбрать главное и интересное, дать представление о теме. Являясь важным компонентом газетной информации, его цель привлечение внимания читателя к наиболее важной и интересной части сообщения: заголовок, как правило, не раскрывает до конца содержание статьи, стимулируя читателя ознакомиться с предложенным материалом. Для выполнения своей основной функции, заголовок должен быть максимально броским и запоминающимся. Для привлечения читательского внимания авторы статей используют в газетных заголовках фразеологические обороты.

Для улучшения качества межкультурной коммуникации очень важно обновлять словари, справочники и учебно-методические пособия по фразеологии.

Использование новых способов в обучение помогает развитию новых форм деятельности для учащихся. Необходимо проводить семинары, презентации и обновлять справочные материалы для учеников школ для лучшего освоения английского языка. При правильной организации работ учащихся наблюдается рост познавательного и коммуникативного интереса. При адекватном и комплексном сочетании всех имеющихся в распоряжении методических приемов и технических средств может дать желаемый результат и содействовать активизации и расширению возможностей самостоятельной работы обучаемых по овладению английского.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

I. Теоретические работы:

1. Антрушина, Г.Б. Лексикология английского языка: учебн. пособ. для студентов пед.вузов на англ. яз. / Г.Б. Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова. – 8-е изд., стереотип. – М.: Дрофа, 2008. – 287 с.
2. Алефиренко, Н. Ф. Фразеология и паремиология: Учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования / Н.Ф.Алефиренко, Н.Н. Семененко. – М.: Флинта: Наука, 2009. - 344 с.
3. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. / И.В. Арнольд – М.: Просвещение, 1990. – 300 с.
4. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка: учебное пособие / И.В. Арнольд. – М.: изд. Флинта, 2012. – 376 с.
5. Амосова, Н.Н. Основы английской фразеологии / Н.Н. Амосова. – Л.: ЛГУ, 2013. – 208с
6. Балли, Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – М.: изд. Либроком, 2009. – 398 с.
7. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240с.
8. Вендина Т.И. «Введение в языкознание» / Т.И. Вендина. – М.: Высшая школа, 2001. – 288 с.
9. Виноградов В.В. «Об основных типах фразеологических единиц в русском языке». Издательство: Наука, 1986
10. Виноградов, В.В. Лексикология и лексикография: Избранные труды. / В.В. Виноградов. – М.: Наука, 1977. – 312с.
11. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). / В.С. Виноградов – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2011. – 224 с.

12. Внук, Т.В. Особенности окказиональных модификаций фразеологизмов в текстах немецкой коммерческой рекламы / Т.В. Внук // Вестн. МГЛУ. Сер. 1, Филология. – 2008. – №3 (34). – С. 74 — 84.
13. Влахов, С., Флорин, С. Непереводимое в переводе/ под ред. Вл. Россельса. – М.: Международные отношения, 1980. – 342с.
14. Гируцкий А.А. «Общее языкознание», Издательство: Минск, 2001.
15. Горлов, В.В. Фразеологизмы как средство выразительности на страницах газеты / В.В. Горлов // Русский язык в школе. – 1992. .№5 – С. 35 – 37.
16. Гусейнова, Т.С. Трансформация фразеологических единиц как способ реализации газетной экспрессии: на материале центр. газет 1990-1996 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. / Т.С. Гусейнова; Даг. гос. пед. ун-т. – Махачкала, 1997. – 23 с.
17. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. М.: Высшая школа, 2010. 124 с.
18. Захарова М.А. «Стратегия речевого использования образных фразеологизмов английского языка». Издательство: Инфра–М, 1999
19. Казакова Т.А. Практические основы перевода. – СПб.: Союз, 200. – 319 с.
20. Коновалова Э. К., Григорян Е. О. Особенности способов и приемов перевода фразеологизмов различных языковых культур [Текст] // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы Междунар. науч. конф. (г. Москва, май 2012 г.). — М.: Ваш полиграфический партнер, 2012. — С. 109-113.
21. Кунин А.В. «Англо-русский фразеологический словарь». 3-е изд., стереотип. – Издательство: Русский язык, 2001
22. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Уч. пос. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 3е изд., стереотип./ А.В.Кунин. – Дубна: Феникс+, 2005. – 488 с

23. Кунин А.В. «Фразеология современного английского языка». Издательство: Международные отношения, 1996
24. Коновалова Э. К., Григорян Е. О. Особенности способов и приемов перевода фразеологизмов различных языковых культур [Текст] // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы Междунар. науч. конф. (г. Москва, май 2012 г.). — М.: Ваш полиграфический партнер, 2012. — С. 109-113. — URL <https://moluch.ru/conf/phil/archive/27/2300/>
25. Копыленко М.М., Попова З.Д. «Очерки по общей фразеологии: Проблемы, методы, опыты». Издательство: Воронежского университета
26. Литвинов П.П. «Англо-русский фразеологический словарь с тематической классификацией». Издательство: Яхонт, 2000
27. Литвинов П.П. «Фразеология», Издательство: Примстрой, 2001
28. Реформатский А.А. «Введение в языковедение», Издательство: Аспект Пресс, 2001.
29. Соловьева, Т.С. Английский язык. Конспект лекция по фразеологии: Учебное пособие для студентов специальности 031001 «Филология» / Т.С. Соловьева. – Петропавловск-Камчатский: КамчатГТУ, 2007. – 102 с.
30. Смирницкий, И.А. Лексикология английского языка/ И.А. Смирницкий. – М.: Московский Государственный Университет, 1998. – 260 с.
31. Сеницына Я.Г. Прагматические параметры экспрессивности английского газетного текста: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Московский гос. университет. М., 2003. 24 с.
32. Телень Э.Ф. Язык английской и американской газет. М.: Высшая школа, 2009. 210 с.
33. Орлов Г.А. Современная английская речь. М., 2011. 510 с.
34. Телия В.Н. «Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингво- культурологический аспекты», Издательство: Москва. Школа «Языки русской культуры», 1996.

35. Уорелл А.Дж. «Английские идиоматические выражения»
Издательство: Художественная литература, 1999
36. Федуленкова Т.Н. «Английская фразеология: Курс лекций».
Архангельск, 2000
37. Ухтомский А.В. Фразеологизмы в современной английской прессе.
– М.: URSS, 2006. – 160 с.
38. Чернышова Т.В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве
современной России. – М., 2007 – С. 291. 6. Galperin I.R. Stylistics. – М.:
Higher School, 1977 – 332 с
39. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. - Спб.,
Специальная Литература, 1996. — 192 с
40. Шадрин, Н.Л. Перевод фразеологических единиц и
сопоставительная стилистика/ Н.Л. Шадрин. – Саратов.: изд. Саратовского
университета, 1991. – 221 с.
41. Хогарт Р. Mass communications in Britain.// The Pelican Guide to
English Literature. The modern age. Harmondsworth, 2009. P. 442-458
42. Риверс В. The Mass Media. N.Y., 2005.
43. Флэш Р. Aspects of English. London, 2007.
44. Weinreich, U. «Problems in the Analysis of Idioms: Substance and
Structure of Language» – University of California Press, Berkley and Los Angeles,
1984
45. The Bible [Электронный ресурс] URL: <https://www.biblegateway.com>

II. Список использованных словарей

Электронные источники:

- http://studbooks.net/2098744/literatura/frazeologizmy_obekt_izucheniya
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/idiom?q=idiom>
<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/idiom?q=idiom>
<http://cheloveknauka.com/sopostavitelnyy-analiz-frazeologicheskikh-edinits-vyrazhayuschih-harakter-cheloveka-v-angliyskom-i-russkom-yazykah>

http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2014_9-1_15.pdf

<http://www.phrases.org.uk/meanings/an-apple-a-day.html>

<https://www.phrases.org.uk/meanings/pigs-might-fly.html>

Словари и справочные материалы

1. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / Лит. ред. М. Д. Литвинова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1998. – 944 с.
2. Краткая литературная энциклопедия [Электронный ресурс] URL: <http://feb-web.ru/feb/kle/kle-abc/ke6/ke6-8262.htm>
3. Краткая литературная энциклопедия [Электронный ресурс] URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/881/word/simvol>
4. Юнг, К.Г. [Электронный ресурс] URL: <http://slovar.lib.ru/dictionary/arhetip.htm>
5. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс] URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/idiom?q=idiom>
6. Cambridge International Dictionary of Idioms – Cambridge University Press, 1998. – 504 p.
7. J. Simpson, J. Speake. Dictionary of Proverbs / Simpson J., Speake J. Изд.: Oxford University Press The Oxford, 2008. – p.400
8. Merriam Webster [Электронный ресурс] URL: <http://www.merriam-webster.com>
9. Oxford Dictionary [Электронный ресурс] URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/idiom?q=idiom>
10. Oxford Dictionary of Idioms – Oxford University Press, 1999. – 340 p.
11. Phrases meaning [Электронный ресурс] URL: <http://www.phrases.org.uk/meanings/an-apple-a-day.html>
12. The free dictionary [Электронный ресурс] URL: <http://www.thefreedictionary.com>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Открытый урок для учеников старших классов

Цель: Использование фразеологизмов в устной речи. Обучение переводу.

Тип урока: урок совершенствования знаний, умений и навыков с применением ИКТ.

Цель урока: формирование речевой компетентности учащихся.

Задачи:

Обучающая

- знакомство с лексикой по теме урока и формирование представления о фразеологизмах;

- отработка интонации и прочтения текстов статей;

- выделение фразеологизмов и разбор лингвокультуральных примеров;

- развитие речевых навыков

Развивающая

- развитие навыков парной, групповой, фронтальной работы с использованием лингафонного оборудования;

- формирование информационно – коммуникационной компетентности;

- развитие языковой догадки, мышления, воображения, умения;

- формирование компетенции использование различных источников для анализа;

- развитие поискового рода деятельности;

- ознакомление с разными видами зарубежных СМИ.

Воспитательная

- создание положительной мотивации к изучению иностранного языка;

- расширение интереса учащихся к предмету при помощи информационно – коммуникационных технологий;

- стимулирование учащихся к работе в группе;

- воспитание интереса к школьной жизни своих сверстников за рубежом;
- обучение учащихся работы с толковыми словарями

Формы работы: фронтальная, групповая, индивидуальная, работа в малой группе.

Оборудование: компьютер, медиапроектор, экран, распечатки статей, англо-английские словари Oxford, Cambridge

Задача урока:

Практическая:

- выявление фразеологизмов
- понимание лингвоконтекста
- работа с англо-английскими словарями

Раздаточный материал для учеников, следующие статьи из газет «The Guardian», «The Daily Express», «The Sunday Telegraph», «The Daily Telegraph», «The Financial Times», «The Independent», «The Daily Mail», «The Independent on Sunday», «The Sun», «The Sunday Times», «The Times», журналы «The Economist» и «The Observer».::

«Blair gives modernity a bad name»

«Portuguese patriarch is dark horse papal candidate»

«Brown must show true colours»

«Let's rock the boat»

«Life's no picnic for Zurich's teddy bears»

«The country's two big oil refineries have been destroyed, rendering its stocks of crude oil useless»

«All rail and waterways linking Serbia to Montenegro have collapsed»

«The Serb army was becoming a sitting duck, claimed Armed Forces Minister Doug Henderson»

«It seems almost to have been a conveyor belt of abuse in the faux wonderland of Jackson's home Certainly that is the picture the prosecution is painting»

«Their pre-20th century history is the best measure of whether they will be able to put their economic and social houses in order»

«He is a good actor but he is a bit slow on the uptake»

«A survey by Gallup last week said 59 per cent of Americans now favoured US withdrawal Polls by Pew and Zogby International also revealed that a clear majority of Americans believed they were on the wrong track in Iraq»

«In the second half of the 20th century, as the cold war began to thaw, the two Germanys, on their own initiative ("We are the people"), united and presented themselves as the world's youngest liberal democracy»

«Blair has his own angry scores to settle with Chirac after being outmanoeuvred at the UN over Iraq»

«The strategy therefore required either careful planning and strong nerves, or a devil-may-care attitude to your nearest and dearest»

«It is the brewing world's equivalent of coals to Newcastle Coors, the third-largest brewer in the US, is looking to give Uncle Sam a taste of Carling, the UK's favourite lager»

«Not only does Bush appear out of touch with voters, he is out of touch with his party's needs»

Задачи для ученика найти примеры фразеологизмов и понять, как их оптимально можно передать средствами русского языка.