

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

**Антропоцентрические фразеологизмы в британских СМИ
(на примере ФЕ английского языка со значением
"хорошее / плохое самочувствие")**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 421 группы
направления 45.03.01 «Филология»
Института филологии и журналистики
Дуненковой Яны Дмитриевны

Научный руководитель
доцент, к.ф.н.

подпись, дата

И. Г. Вражнова

Зав. кафедрой
доцент, к.ф.н.

подпись, дата

Т.В. Харламова

Саратов 2019

Введение. Фразеология — одно из самых ярких, необычных, культурно значимых и национально специфичных средств языка. Фразеологизмы способны выражать особенности того или иного языка, а также мироощущение, менталитет, национальный характер носителей данного языка. Предметом фразеологии как раздела языкознания является исследование природы фразеологизмов, их признаков, выявление закономерностей возникновения и функционирования их в речи.

К актуальным проблемам фразеологических исследований относятся соотношение фразеологизмов с другими единицами языка, особенности фразеологической семантики, перевод фразеологизмов, их возникновение и закрепление в языковой системе и многие другие.

Изучением данных проблем занимались многие ученые, каждый из которых внес огромный вклад в развитие фразеологии, среди них: Шарль Балли, А.В. Кунин, В.В. Виноградов, Н. М. Шанский, А.И. Смирницкий, В.Н. Телия другие.

Одной из наиболее актуальных тенденций современной лингвистики в целом явилась тенденция к антропоцентризму, т.е. изучение языка не только с целью регистрации чисто лингвистических законов, но изучение языковых явлений в их отношении к человеку. Некоторые исследователи констатируют формирование так называемой антропологической лингвистики. Многие исследователи отмечают антропоцентрический характер фразеологии (В.В. Виноградов, А.В. Кунин, В.Н. Телия). Действительно, фразеологическая семантика преимущественно связана с человеком, его мировидением и миропониманием, его восприятием действительности. **Актуальность** исследования заключается в том, что описание антропоцентрического характера фразеологии представляется ценным на данном этапе развития антропоцентрической парадигмы в лингвистике.

Изучение фразеологических единиц (далее – ФЕ) со значением "хорошее / плохое самочувствие" позволило выявить лингвокультурологические особенности рассмотренного фрагмента

фразеологического корпуса английского языка, что определило **новизну работы.**

Цель работы состоит в том, чтобы описать культурно-специфические черты, лежащие в основе семантики ФЕ со значением "хорошее / плохое самочувствие", а также выявить особенности функционирования исследуемых ФЕ в публицистическом тексте.

Для достижения поставленной цели представляется необходимым решить несколько **задач:**

1. изучить основные вопросы теории фразеологии;
2. сформировать корпус ФЕ английского языка со значением "хорошее / плохое самочувствие";
3. провести анализ значения исследуемых фразеологизмов с точки зрения ключевых метафор в основе их семантики;
4. изучить особенности функционирования ФЕ английского языка со значением "хорошее / плохое самочувствие" в британских СМИ.

Цели и задачи настоящего исследования определили выбор следующих **методов исследования:** описательный, контекстуальный, количественный, методика анализа метафорической модели.

Материалом исследования послужили английские ФЕ со значением "хорошее / плохое самочувствие", извлеченные путем сплошной выборки из фразеологических словарей английского языка в количестве 130 ФЕ.

Структура работы. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованных источников.

Основное содержание работы. В первой главе (ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ ФРАЗЕОЛОГИИ) рассматриваются основные понятия и проблемы фразеологии как науки (определение фразеологической единицы и ее отличительные признаки, типология фразеологических единиц, фразеологическое значение, лингвокультурологический аспект теории фразеологии, а также роль фразеологизмов в тексте.

Фразеологизмы представляют собой особые единицы лексико-

семантического уровня языковой системы, отличительными признаками которых являются следующие характеристики: идиоматичность / немотивированность значения, воспроизводимость, устойчивость, цельнооформленность.

Одной из самых сложных проблем в области изучения фразеологии является проблема в определении типов фразеологизмов, так как состав и характеристики ФЕ как особых единиц языка настолько разнообразен и неоднороден, что, какой бы ни был выбран подход к их систематизации, всегда найдутся единицы фразеологического корпуса, то тем или иным параметрам не вписывающиеся в стройную схему типологии ФЕ. На сегодня существует несколько классификаций фразеологизмов. В данной работе мы остановимся на классификациях Шарля Балли, В.В. Виноградова, А.В. Кунина, А.И. Смирницкого, так как в этих попытках фразеологической систематизации находят отражение различные подходы к классификации ФЕ.

Существуют различные подходы к определению фразеологического значения. Термин «фразеологическое значение» был предложен А.В. Куниным в 1964 году. Исследователь дал ему следующее значение: «инвариант информации, выражаемой семантически осложненными, раздельнооформленными единицами языка, не образующимися по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний слов».

Фразеологическое значение отличается от лексического значения отдельного слова своеобразием отражения предметов, явлений, свойств окружающей действительности, особенностями мотивировки своего значения, характером участия компонентов в формировании целостного значения фразеологизма, и выполняет коннотативно-культурологическую функцию.

В рамках лингвокультурологического подхода к изучению фразеологии фразеологические единицы рассматриваются как «выразители особой национальной ментальности» и исследуются в рамках так называемой

фразеологической картины мира, которая является неотъемлемой частью языковой картины мира.

Термин «языковая картина мира» знаменателен для лингвистики, и имеет множество определений, например: «языковая картина мира – это совокупность знаний о мире, запечатлённых в лексике, фразеологии, грамматике».

Фразеологизмы являются необходимым компонентом языковой картины мира, которое несет информацию о представлении людей о мире. Фразеологизмы возникают в различных языках на основе образного представления действительности, которое отображает духовный и исторический опыт носителей данного языка, связанный с культурными традициями.

Фразеологическая картина мира антропоцентрична, так как человек проводит аналогию между окружающим миром и собой и закрепляет это видение мира в языке. Описывая себя, взаимоотношения, человек использует метафоры из животного мира, из повседневной жизни, из литературы.

Во второй главе (АНАЛИЗ ФЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА СО ЗНАЧЕНИЕМ «ПЛОХОЕ / ХОРОШЕЕ САМОЧУВСТВИЕ») представлен анализ семантики фразеологизмов тематической группы «плохое / хорошее самочувствие», в результате которого были выявлены определенные семантические модели и регулярные метафорические переносы при фразеологизации. Сферами-источниками метафорических переносов при переосмыслении и образном представлении плохого самочувствия человека являются различные понятийные сферы.

Анализ фразеологических единиц со значением «плохое самочувствие» показал, что большое количество единиц среди исследуемого фрагмента фразеологического корпуса английского языка имеет в своей семантике указание на смерть, могилу, конец, например, *catch one's death of cold* (очень сильно простудиться), *put a nail in someone's coffin* (вбить гвоздь в крышку чьего-либо гроба), *be near one's end* (чей-то конец близится).

Достаточно частотны ФЕ, в которых прослеживается устойчивая ассоциация плохого самочувствия человека с психологическим состоянием (*heart misses/skips a beat* - *быть взволнованным*), неспособность человека здраво мыслить (*need one's head examined* - *с головой не в порядке*), алкогольным опьянением (*to be drunk to incoherence* – *напиться до беспамятства*) и усталостью (*to look washed out / dead tired* - *выглядеть усталым*).

Плохое самочувствие в сознании англичан может ассоциироваться с худобой, что выражено в таких идиомах, как *as thin as a rake* (худой как кочерга), *nothing but skin and bones* (кожа да кости).

Частотными в английском фразеологическом корпусе являются идиомы со значением «плохое самочувствие», в основе семантики которых лежит устойчивая ассоциация плохого самочувствия с различного рода состояниями, связанными с высокой температурой. Например, *burn oneself out* (дойти до предела, выбиться из сил), *the head is boiling* (голова идет кругом).

Болезненное состояние человека сравнивается с ощущением того, когда какой-то посторонний предмет находится в организме; например, *to have a frog in one's throat* (охрипнуть, горло раздрает), *to have a lump in one's throat* (почувствовать комок в горле).

Одной из продуктивных метафор при фразеобразовании в рамках тематической группы «хорошее самочувствие» является зооморфная метафора, при этом здоровье человека сравнивается со здоровьем какого-либо животного, которое ассоциируется с силой, выносливостью и т.д. В английской лингвокультуре такими животными являются бык, лошадь, лев, например, *as strong as a horse/ox*.

Продуктивной при фразеобразовании в рамках тематической группы «хорошее самочувствие» в английском языке является модель *more is up, up is better* (т.е. выше – больше и выше – лучше). В рамках этой модели для метафорического наименования хорошего состояния человека используются

лексемы, семантика которых указывает на более высокое положение в пространстве, как правило, относительно каких-либо других предметов, например, *to feel on top of the world* (прекрасно себя чувствовать), *at the very height of his power* (в расцвете сил).

Обширной представляется группа ФЕ, в которой прослеживается устойчивая ассоциация хорошего самочувствия человека со здоровьем или его восстановлением (*to be the picture of health* - прекрасно выглядеть, *a green wound is soon healed/ it will heal for the wedding* - до свадьбы заживет), а также с хорошей физической формой человека, также имеют место в фразеологической структуре английского языка (*to be on form*, *to be in pretty good shape*, *to be fighting fit* - быть в форме).

Также важное место при фразеолообразовании данной тематической группы занимают такие характеристики как целостность и способность здраво рассуждать (*in one piece/to be with a whole skin* - цел и невредим, *all there* - быстро соображать).

Кроме того, во фразеологическом корпусе английского языка существует небольшая группа, включающая в себя поговорки, которые выражают представления англичан о здоровом образе жизни. Например, *health and cheerfulness mutually beget each other* (здоровье и счастье дополняют друг друга), *early to bed and early to rise makes a man healthy, wealthy and wise* (кто рано ложится и рано встает, здоровье, богатство и ум наживет) и т.д..

В третьей главе (ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФЕ СО ЗНАЧЕНИЕМ «ПЛОХОЕ / ХОРОШЕЕ САМОЧУВСТВИЕ» В БРИТАНСКИХ СМИ) представлен анализ функционирования ФЕ тематической группы плохое / хорошее самочувствие в британских СМИ (Великобритания) на материале иноязычных журналов и газет.

Анализ ФЕ со значением «плохое самочувствие» показал, что наиболее частотны употребления таких идиом при описании экономической ситуации или экономических тенденций в стране, городе или положения отдельного

предприятия. Например, ФЕ (*to feel*) *below par* (плохо себя чувствовать) в статье на подобную тему используется для оценки состояния экономики в Индии в определенный период, которая находилась на низком уровне развития, занимая 120 место из 131 возможных:

“India’s economy was below par at that time; it ranked 120 out of 131 countries”.

Фразеологизм *in doldrums* (не в духе / в депрессии) достаточно часто встречается в статьях, рассматривающих тенденции и проблемы рыночной экономики. Примером может служить заголовок:

“America's housing market is still in the doldrums”.

Фразеологизмы с указанием на возможную скорую смерть и приближение к выходу из «дома живых» с ключевыми компонентами *coffin*, *death* и *grave* довольно часто используются при изображении бедственного положения компаний или индивидуальных предпринимателей. Например:

“Councillor David Christian said the "ill-considered measures" would be another nail in the coffin for the town's retailers”.

Обратимся к двум очень близким по значению ФЕ, семантика которых передает внутренние переживания *step on somebody’s toes* (задеть чьи-либо чувства, "наступить на чью-либо больную мозоль") и *strike at the heart of (something)* (ударить в самое сердце). Рассмотрим первый фразеологизм на примере:

“Banks have long complained the models the Fed uses in its "stress test" are too opaque. Each year, regulators tweak the exam which step on their toes”.

Федеральная резервная система ежегодно устраивают проверку, которая является довольно стрессовой для банков. Проверка и является в данном случае больным местом (*toes*) для каждого банка.

Проанализируем функционирование ФЕ *strike at the heart of (something)* в политическом контексте:

“North Korea threatened a nuclear strike at "the heart of the US" if it attempts to remove Kim Jong Un as Supreme Leader, Pyongyang's state-run

Korean Central News Agency (KCNA) reported Tuesday”.

Под nuclear strike понимается «nuclear-capable intercontinental ballistic missile» (ядерная межконтинентальная баллистическая ракета), которую Чим Чен Ын грозит запустить в сердце США (the heart of the US), чем в данном случае является the House Foreign Affairs Committee (Комитет Палаты представителей по иностранным делам).

Теперь рассмотрим функционирование ФЕ со значением «хорошее самочувствие» в британских СМИ.

Компоненты *death* и *life* в ФЕ *not dead yet* (есть ещё порох в пороховницах) и *a new lease of life* (новое дыхание) представлены с одинаковой позитивной коннотацией, подчеркивая в СМИ положительные тенденции в развитии бизнеса и торговли:

“Not dead yet: Target shows there's still a heartbeat in retail” (в статье о прогнозах развития розничной торговли);

“New Lease Of Life” (в статье о развитии страхового бизнеса).

Часто журналисты используют фразеологизмы с компонентами, обозначающими более высокое положение в пространстве при описании хорошего состояния какого-то предмета или явления. Так, ФЕ *at the very height of his power* (в расцвете сил) или более короткий вариант *at its heights* в статье о состоянии новостных СМИ в Чили будет означать, что СМИ в данной стране переживают расцвет:

“They noted that in Chile, the power of news media is at its heights”.

Еще чаще для экспрессивного изображения хорошего состояния авторы употребляют фразеологизмы, семантика которых имеет прямое указание на хорошее здоровье или отличную физическую форму. Среди некоторых ФЕ можно провести статистику употребления в печатных СМИ. Так, *bright and breezy* (в приподнятом настроении) чаще всего встречается в прогнозах погоды, например:

“Sunday, with most places settling into a "bright and breezy" afternoon”.

Представляется интересным функционирование ФЕ, в составе которых

присутствует зооморфная метафора, особенно в контекстах, не связанных с человеком, например, *there is life in the old dog yet* (есть ещё порох в пороховницах), как в заголовке:

Is there life in the old dog yet? (After 75 years, east London's famous Walthamstow stadium faces closure in a pattern that has seen tracks shut down all over the country. So has British greyhound racing run its course?)

В следующем примере мы можем наблюдать игру слов, построенную на включение в заголовок двух зоонимов:

“The bull market with a cat's nine lives”.

Здесь «живучесть» торговли быками, которая велась даже в период экономического кризиса, сравнивается с 9 жизнями кошек с помощью трансформированного фразеологизма с зооморфной метафорой *with a cat's nine lives* (от *to have nine lives like a cat* (живуч как кошка)).

Заключение. Изучение фразеологии было и остаётся актуальным и по сей день, в силу того, что именно фразеология является носителем богатейшей информации о представителях другой культуры, о культурно-этническом колорите. Вот почему фразеологии отводится важное место в иерархии языковых наук. Анализ теоретических работ по фразеологии английского и русского языков показал, что отечественные учёные первыми выделили фразеологию как самостоятельную лингвистическую дисциплину, а также разработали основные методы исследования фразеологических единиц.

Анализ английских ФЕ со значением «плохое / хорошее самочувствие» с точки зрения их семантики позволил выявить основные семантические модели фразообразования в данной тематической группе. Так, продуктивными метафорическими моделями формирования семантики исследуемых ФЕ является пространственная, механистическая, зооморфная метафоры.

При рассмотрении функционирования ФЕ со значением «плохое / хорошее самочувствие» в СМИ на материале интернет-версий британских

периодических изданий была зафиксирована высокая частотность употребления исследуемых единиц. Анализ публицистического текста показал, что регулярные ассоциации, лежащие в основе семантики исследуемых ФЕ, являются актуальными для современных носителей английского языка. Антропоцентрический характер семантики анализируемых ФЕ подчеркивается активным использованием данных единиц, изначальное фразеологическое значение которых связано с человеком и его самочувствием, при описании широкого спектра ситуаций, явлений, событий экономического, социального и политического характера.