

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ИДИОМ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН
(С ПОЗИЦИИ КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ)**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА**

Студентки 4 курса 411 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранный язык»
факультета иностранных языков и лингводидактики
Калдиной Анастасии Александровны

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания
канд. фил. наук

Ю.Н. Мухина

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2023 год

Введение. Идиомы являются неотъемлемой частью языка и культуры, и изучение их преобразования позволяет лучше понять связь между языком и мышлением. Анализ преобразования идиом может раскрыть особенности восприятия, а также влияние социальных и культурных факторов на данный лингвистический феномен. Исследования концептуальных аспектов, связанных с идиомами, становятся все более популярными. Данная работа посвящена исследованию когнитивных механизмов, которые выражаются через авторские преобразования устойчивых выражений английского языка и их сопоставительного анализа.

Исследования в этой области могут помочь нам лучше понять когнитивные механизмы, лежащие в основе процесса интерпретации идиоматических выражений, включая различные типы мышления, а также специфические черты в концептуализации реальности, которые отражены в языке.

Таким образом, частотность употребления приема преобразований идиом, недостаточная изученность представленной темы в когнитивном аспекте и способность данного явления расширить наши знания о взаимосвязи языка и мышления обусловили *актуальность* данного исследования.

Объект исследования: преобразованные идиомы английского языка, претерпевшие определенные структурно-семантические изменения.

Предмет исследования: когнитивные механизмы, лежащие в основе преобразования идиом, а также особенности функционирования идиоматических выражений в контексте их преобразования.

Цель исследования: выявление основных принципов трансформации устойчивых словосочетаний и определение особенностей их понимания.

Задачи исследования:

1. определить понятие идиомы и ее роль в языковой коммуникации;
2. рассмотреть когнитивные механизмы, лежащие в основе понимания идиом;

3. выявить особенности функционирования идиоматических выражений в контексте их преобразования;
4. проанализировать примеры преобразования идиом из англоязычных источников;
5. установить возможные интерпретации таких изменений и оценить влияние когнитивных приемов на понимание преобразованных идиом.

Методы исследования. В соответствии с характером поставленных задач и с учетом специфики проблемы использовались следующие методы исследования: метод лингвистического наблюдения и описания, сравнительно-сопоставительный и лингвостатистический методы, методы фразеологической идентификации, контекстуального и компонентного анализа.

Методологическая и теоретическая база исследования. В основу данного исследования легли научные труды, посвященные общим и конкретным проблемам понимания, интерпретации и классификации трансформированных устойчивых выражений и фразеологизмов: исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов: А. В. Кунин, А. И. Смирницкого, Н. Н. Почуева, Н. А. Лобачева, Дж. Лакофф, Р. У. Гиббс, К. Качарри.

Материалами исследования послужили газетные заголовки, которые содержат трансформированные идиомы, отобранные из таблоидов “The Sun”, “Daily Mirror” и “Metro”.

Научная новизна исследования определяется тем, что в нем определена роль окказиональных преобразований в интерпретации идиом; осуществлено сопоставительное описание различных подходов к трансформациям идиом, выявлены особенности функционирования идиом в текстах публицистического жанра.

Теоретическая значимость исследования состоит в выявлении комплексного, полного представления о функционировании и интерпретации

смысла преобразованных идиом в рамках когнитивной лингвистики, а также уточнении понятия «идиома» и «преобразование идиомы».

Практическая значимость заключается в перспективе применения его результатов в контексте обучения английскому языку, включая его фразеологию и стилистику, а также на занятиях, связанных с теорией и практикой перевода и журналистикой.

Структура исследования: Настоящая работа состоит из введения, двух глав основного текста, заключения, списка использованных источников и приложения.

Во введении обоснована обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы анализа.

В первой главе анализируются различные взгляды на понятие идиомы в отечественной и зарубежной лингвистике, определены теоретические аспекты исследования ее преобразования и описываются существенные для работы когнитивные подходы к пониманию идиоматических выражений.

Во второй главе был произведен анализ трансформированных идиом в заголовках британских таблоидов. В ходе исследования были выявлены различные типы трансформации идиом, такие как замена слов, игра на созвучии слов, их добавление или удаление, использование идиом в нестандартных контекстах и др. Кроме того, были проанализированы когнитивные механизмы восприятия, которые влияют на понимание преобразованных идиом читателями.

В заключении подводятся итоги проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

В приложениях представлены процентные соотношения видов трансформаций, использования приема игры слов и когнитивных механизмов, применимых к преобразованным идиомам.

Основное содержание. В первой главе «Когнитивно-лингвистическая модель преобразования идиом» были даны определения ключевым терминам,

таким как «идиома», «когнитивная лингвистика» и «преобразование идиомы». Также была раскрыта сущность понимания идиом с точки зрения когнитивной лингвистики, что позволило более глубоко понять, как люди воспринимают устойчивые выражения и как они функционируют в языке. Наконец, была дана классификация преобразований идиом на основе их устойчивости, что помогло систематизировать идиомы в соответствии с их степенью изменчивости и использовать эту информацию для дальнейшего анализа.

В современной лингвистической науке нет единства мнений в определении и классификации идиом. Различные термины, такие как «идиоматические единицы», «фразеологические единицы», «фразеологизмы» используются для обозначения данного явления. Проанализировав две ведущие традиции изучения языковой идиоматики (европейская континентальная и англо-американская), было выяснено, что в отечественной фразеологии термин «идиома» используется только для определенного типа фразеологических единиц, которые характеризуются высокой степенью идиоматичности и отсутствием мотивированности, в то время как для западных ученых этот же термин используется в отношении различных групп устойчивых выражений. В данной работе идиома была определена как группа устойчивых выражений, которые, обычно, используются в определенном контексте или ситуации и чье значение не может быть выведено из значений отдельных слов.

Как было выяснено, когнитивная лингвистика изучает, как люди оперируют языком для понимания мира, и она предполагает, что наши языковые способности связаны с нашими когнитивными способностями. В контексте идиом, когнитивная лингвистика исследует, как люди узнают и запоминают идиоматические выражения, как они связаны с нашими представлениями о мире и как мы используем их в нашей речи.

Понимание идиом связано с метафорическим и ассоциативным мышлением, которые позволяют создавать ментальные образы на основе концептуальных структур. Метафоры помогают нам описывать сложные и

абстрактные концепции через знакомые и понятные образы, делая их более доступными и запоминающимися. Ассоциативное мышление в понимании и использовании идиом помогает нам соединять языковые выражения с их переносными значениями и ассоциативными образами, что делает нашу коммуникацию более красочной, точной и эффективной. Также результаты экспериментов показали, что большинство людей создают ментальные образы, связанные с концептуальными метафорами, при попытке понимания идиом. И наконец, было выявлено влияние когнитивной организации фразеологической системы родного языка на интерпретацию идиом с помощью устойчивых стратегий, применяемых носителями языка при работе с иноязычными идиомами.

Таким образом, на основе исследований была разработана модель для анализа материала (газетные заголовки), которая учитывает применимость следующих когнитивных механизмов:

1. метафорическая концептуализация: уделяет внимание переносным значениям идиом и других языковых конструкций, которые могут быть использованы в заголовках;

2. ассоциативное мышление: учитывает возможность использования ассоциаций и связанных с ними идиом, фраз и выражений в заголовках;

3. образное мышление: уделяет внимание использованию образов, символов и визуальных представлений в заголовках;

4. межъязыковые образные примитивы: учитывают возможность наличия образных выражений, которые являются универсальными и понятными в разных языках и культурах;

5. контекстуальное понимание: выявляет важность понимания контекста, в котором используются идиомы и фразы, чтобы правильно интерпретировать и анализировать заголовки и их символический потенциал.

В подходах, названных выше основное внимание уделяется концептуальной наполненности языковых структур и их связи с определенными категориями концептуальной системы. И в этом случае мы

можем говорить о том концепт, являясь базовым понятием когнитивной лингвистики, связан с пониманием идиом, так как концепты являются базовыми элементами нашего когнитивного аппарата, которые мы используем, чтобы описывать и воспринимать мир вокруг нас. Роль концепта в понимании идиом заключается в том, что он обеспечивает связь между языковым выражением и его абстрактным, переносным значением. Понимание концептуальной сущности идиомы может помочь в трансформации идиом, чтобы сохранить их смысл и создать новые выражения, которые также передают этот смысл.

Лингвистические исследования показали, что идиомы могут изменять свою форму и значение в зависимости от контекста, в котором они используются. Идиомы могут быть как синтетическими, так и морфологическими моделями языка, которые могут претерпевать лексические, семантические и лексико-семантические изменения при перемещении из одного контекста в другой. Эти трансформации могут использоваться для создания эффектных стилистических приемов и игры с идиомами в различных текстах.

Было выяснено, что в лингвистике, традиционно, считается возможным варьирование идиом, которое обычно включает незначительные изменения в их форме, такие как изменение грамматических показателей. В ходе исследования также были проанализированы различные классификации вариантов изменения идиом: фонетические, орфографические, лексические замены компонентов, морфологическая изменчивость компонентов, аффиксация. В нашем исследовании изменение семантики идиом является основным фокусом, и вариантность идиом, связанная с заменами компонентов в фонетическом, орфографическом или морфологическом аспекте, не является главным объектом исследования. Однако, мы отмечаем, что систематическая вариация идиом служит основой для их последующего преобразования.

На основе определений, выведенными учеными-лингвистами, мы пришли к выводу, что трансформации идиом представляют собой изменения в

значении и/или структуре идиом, которые могут приводить к созданию новых значений и эффектов. Некоторые ученые различают две основных группы трансформаций: преобразования, которые сохраняют тождество идиомы, и те, которые приводят к возникновению новых фразеологизмов или слов, индивидуальных для автора.

Исследование уровней устойчивости фразеологических единиц в английском и русском языках показало, что трансформации идиом могут происходить различными способами. Эти способы включают замещение компонента, атрибутивное (адвербиальное) расширение, опущение компонента(-ов), вклинивание, контаминацию, добавление/замещение аффиксов, создание высказываний пословичного типа на основе существующих, переосмысление значения, буквализацию значения одного из компонентов фразеологизма или высказывания целиком, использование в несвойственном контексте или функции, инверсию, пассивизацию и контаминацию на уровне структурной устойчивости. Данная классификация может помочь понять, как фразеологические единицы взаимодействуют с концептуальной системой языка и как они могут изменяться в зависимости от контекста и цели их использования.

Было выяснено, что идиомы могут иметь метафорическое или культурное значение, которое не очевидно из их буквального значения, а также что они могут изменяться по нескольким причинам. Язык постоянно эволюционирует, поэтому некоторые идиомы могут становиться устаревшими, а другие могут возникать в связи с изменением общественной культуры и развитием технологий. Кроме того, идиомы могут изменяться под влиянием других языков и культур. Также при переходе идиомы из общего употребления в специальную область общения, она часто подвергается лексическим изменениям, которые могут включать замену элементов ее структуры, т.е. такие изменения могут происходить, когда идиома используется в специфической области знаний или профессии.

Из вышеперечисленного следует вывод, что преобразование идиом может происходить в нескольких направлениях. Во-первых, идиомы могут быть модифицированы или переосмыслены, чтобы отразить изменения в концептуальных структурах. Во-вторых, идиомы могут быть адаптированы для использования в новых контекстах или в новых ситуациях. В-третьих, идиомы могут быть созданы на основе новых концептуальных структур, которые отражают изменения в современном мире. Таким образом, когнитивно-лингвистический подход к преобразованию идиом связан с изменением концептуальных структур, которые отражают способы, которыми люди мыслят и воспринимают мир, и может включать модификацию, адаптацию и создание новых идиом на основе старых концептуальных структур.

В второй главе «Анализ преобразованных идиом в современной прессе Великобритании» была объяснена частота использования преобразованных идиом в публицистике: они являются яркими выразительными средствами, которые способны убедительно передать авторскую позицию и вызвать определенную реакцию у читателя. Кроме того, преобразованные идиомы могут помочь автору передать сложное или неоднозначное значение выражения. На основе этих причин, был отобран соответствующий материал и проведен анализ газетных заголовков, отобранных из следующих таблоидов: "The Sun", "Daily Mirror", "Metro".

Проведенное исследование состояло из нескольких этапов:

1. на первом этапе был произведен отбор газетных заголовков, содержащих трансформированные идиомы, с целью их описания и оценки их эффективности в создании нового значения;

2. на втором этапе был проведен анализ преобразованного выражения на наличие другого значения, чтобы определить, каким образом изменение идиомы влияет на смысловую нагрузку и восприятие текста;

3. на третьем этапе было произведено сопоставление смыслов преобразованных выражений и определение типа трансформации, чтобы

выявить основные паттерны и закономерности в использовании того или иного приема.

В электронном издании газеты “The Sun” было найдено 5 трансформированных единиц в заголовках статей, а всего было изучено около 35 статей, содержащих идиомы, что свидетельствует о том, что издание не отличается консервативностью использованной лексики; скорее наоборот, оно стремится к использованию новых, нестандартных, игровых и креативных форм выражения, чтобы привлечь внимание читателей и выделиться на фоне других изданий.

Изучение же 5 выпусков (в одном выпуске содержится около 80-100 статей) печатного издания “Daily Mirror”, содержащих идиомы, выявило только 7 трансформированных идиом, что может свидетельствовать о том, что издание не склонно к использованию слишком многих нестандартных форм выражения и, скорее всего, придерживается более традиционного стиля письма.

В результате анализа трех выпусков печатного издания газеты “Metro”, в газете было выявлено использование 8 трансформированных идиом в различных рубриках, включая новости, развлечения, спорт и технологии. Это может свидетельствовать о том, что газета старается использовать более разговорный язык и создавать свой уникальный стиль, который привлекает широкую аудиторию и укрепляет ее место на рынке медиапродуктов.

Данные, полученные в результате анализа массовой прессы Великобритании, подтверждают, что трансформация идиом является частым явлением на страницах этой прессы. В ходе исследования было обнаружено значительное количество преобразованных идиом в заголовках статей, что свидетельствует о широком распространении этого явления.

Анализ показал, что в большинстве случаев журналисты отдают предпочтение лексико-семантической трансформации, то есть изменению как лексической формы, так и значения идиомы. Среди них: “*Klass of her own*”, “*Thai knot*”, “*slick as parrot*”, “*Phil your boots*” и т.д. Этот подход позволяет

авторам создавать уникальные и привлекательные заголовки, сохраняя при этом смысловую связь с идиомой.

Семантическая трансформация идиом используется реже, чем лексико-семантическая – журналисты могут изменять значение идиомы, но при этом сохранять ее лексическую форму, зачастую играя на абсолютной омонимии. Сюда были отнесены такие идиомы как: “*Peep in our step*”, “*puts bite on*”, “*gift of the Gab*” и “*I'm striking at heart*”.

Однако в исследовании почти не было обнаружено примеров чисто лексической трансформации идиом, то есть изменения только лексической формы без изменения значения. Эту немногочисленную группу составляет такое выражение как “*What a difference a decade makes!*”. Это может объясняться тем, что такая трансформация может быть менее эффективной для привлечения внимания читателей или создания оригинальных заголовков.

Результаты исследования показали, что в абсолютном большинстве случаев идиомы основывались на понимании и восприятии одних концептов или явлений через сравнение с другими, более знакомыми или конкретными объектами или ситуациями. Контекстуальное понимание также является значимым фактором, наблюдающимся в 18 из 20 случаев.

Касаемо механизма ассоциации, он может быть применен чуть реже, что может быть связано с тем, что преобразованные идиомы уже содержат в себе новую ассоциативную связь. В то же время, процессы образного мышления и межъязыковые образные примитивы практически не применялись при понимании модифицированных идиом.

Также исследование показало, что авторы статей часто используют игру на созвучии слов, включая омонимы, омофоны и частичную схожесть слов, которая зачастую основана на рифме. Их использование позволяет играть с двусмысленностью и семантическими оттенками слов, добавляя игривость или юмористическую нотку к заголовку.

Заключение. На основе проведенного исследования, были сделаны следующие выводы:

1. Идиомы играют значительную роль в языковой коммуникации, обогащая нашу речь и способствуя выражению сложных концепций и эмоциональных оттенков с помощью компактных выражений. Они служат средством передачи культурных, исторических и социальных значений. Мы использовали широкий подход к изучению фразеологии, определяя идиому как устойчивое сочетание слов, которое носитель языка воспроизводит в готовом виде.

2. Были рассмотрены когнитивные механизмы, лежащие в основе понимания идиом. Основываясь на исследованиях ученых-когнитивистов, была разработана модель для анализа последующих преобразований, включающая в себя следующие когнитивные механизмы: метафорическая концептуализация, образное мышление, ассоциативное мышление, контекстуальное понимание и межязыковые образные примитивы.

3. Было обнаружено, что идиоматические выражения могут претерпевать семантическую и структурную трансформацию. Преобразование идиом может включать замену отдельных компонентов выражения, изменение грамматической структуры, адаптацию к особенностям ситуации или контексту. Эти изменения могут быть вызваны необходимостью адекватной передачи значения идиомы в новом контексте или использовании в другом языке. Таким образом, особенности функционирования идиоматических выражений в контексте их преобразования включают возможность генерации новых значений идиом и создания игровых словесных конструкций.

4. Анализ преобразований идиом из англоязычных источников показал, что одной из основных особенностей, выявленных в ходе исследования, является контекстуальная зависимость идиом. Контекст играет решающую роль в интерпретации идиом и определении их значения. Идиоматические выражения часто не могут быть поняты буквально, их значение полностью определяется контекстом, в котором они используются. Преобразование идиом может происходить путем изменения контекста и соответствующего переосмысления значения выражения.

Другой важной особенностью является метафорическая природа многих идиоматических выражений. Метафоры играют существенную роль в формировании значения идиом, и их преобразование связано с переосмыслением метафорических концепций. Преобразование идиом может включать переход от одной метафоры к другой, изменение метафорического контекста или создание новых метафорических связей.

Кроме того, в исследовании было обнаружено, что авторы преобразований часто используют игру слов, основанную на созвучии, как один из механизмов преобразования идиом. Это означает, что в процессе изменения идиоматического выражения сохраняется его звуковое сходство с исходным выражением, что создает эффект игры слов.

5. Было обнаружено, что преобразование идиом может привести к созданию новых ассоциаций и переосмыслению образных концепций. Это может приводить к более широкому спектру интерпретаций и использованию идиом в различных контекстах и ситуациях. В целом, результаты данного исследования подтверждают, что контекст и перенос значения являются важными факторами, влияющими на преобразование идиом.