

УДК 811.1/.8

Е.В. ЕГОРОВА, А.В. РЫНКЕВИЧ

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Ростов-на-Дону;
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза,
летчика-космонавта А.А. Леонова», г. Королев

СПЕЦИФИКА ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Ключевые слова: лингвокультурология; дискурс; медиалингвистика; фразеологическая единица; идиома.

Аннотация: Целью данной работы является изучение лингвокультурологических особенностей медийных текстов. В статье рассматриваются некоторые лингвокультурологические аспекты медийных текстов и их специфика. Для решения исследовательских задач достижения цели были использованы методы теоретического и эмпирического уровней, а также методы обработки данных: количественный и качественный контент-анализ. В результате исследования отмечена особая роль и значимость лингвокультурных особенностей фразеологических единиц как специфических структур медийных текстов.

Исследование фразеологических единиц приобретает все большее значение в последние годы, так как это явление охватывает все компоненты предложения, которые включают в себя различные аспекты естественного языка: лингвистику, прагматику, культуру и другие. Фразеологическая единица в основном представляет собой один из видов многословного выражения, и под этим наименованием подразумевается широкий спектр лингвистических конструкций, таких как идиомы, фиксированные фразы.

По мнению А.В. Кунина, фразеологическая единица – это фиксированное сочетание слов, которые полностью или частично меняют свое значение [7]. Это означает, что символ, находящийся выше уровня слова, стабильность и измененные значения слов в сочетании являются критериями фразеологических единиц вместе с

другими языковыми единицами, которые определяют их особый статус в структуре языка.

Фразеологические единицы – это группы слов, которые не могут быть созданы в процессе речи, они существуют в языке как готовые единицы. Они могут быть классифицированы в соответствии со способами их образования, в соответствии со степенью мотивации их значения, в соответствии с их структурой и в соответствии с их значением части речи [1; 2; 8]. Наиболее известна и популярна классификация, предложенная академиком В.В. Виноградовым.

Англоязычная публицистика и медийные материалы представляют читателю финансовые отчеты, новости о путешествиях, обзоры фильмов и книг. Качественные газеты в Великобритании отличаются широким форматом, достоверностью информации, подкрепленной фактами. Массовые газеты или таблоиды отличаются небольшим форматом, краткой информацией, множеством фотографий и картин, сенсационной информацией, затрагивается жизнь королевской семьи, представлены гороскопы и др.

Направлением лингвистики, изучающим медийный дискурс и связанным с лингвокультурологическими проблемами и исследованиями медийных текстов, является медиалингвистика. Специфика медиалингвистики заключается в рассмотрении знаков и их семиотических свойств, а также связанных с ними институтов или неинституционализированных социальных групп, их дискурсивных и культурных практик с помощью и в рамках этих средств массовой информации, с уделением особого внимания использованию лингвистических знаков. Это подразумевает акцент на микроуровне медиатекстов [4]. Объект лингвистического анализа медиа су-

щественно зависит от понятия среды.

Современные медиалингвистические тенденции расширяют фокус исследования фразеологизмов в разных направлениях. Мы можем выделить три из этих направлений: расширение неязыковых или паралингвистических знаков (мультимодальность), расширение культурного измерения (культурность) и расширение всего коммуникативного процесса. Лингвокультурология предполагает, что общие ценности и нормы (малых или больших) групп должны быть согласованы, установлены, переданы и изменены в ходе семиотически обоснованных взаимодействий. Следовательно, семиотическая и лингвистическая концепция мира всегда также в определенной степени составляет этот мир. Культура зависит от коммуникации, а любая коммуникация всегда опирается на культуру и контекстуализируется культурой и культурным подходом к анализу медиатекстов [6].

С учетом всего вышеописанного, перейдем к рассмотрению проблемы исследования англоязычных фразеологизмов в медийном дискурсе. Чтобы четко понимать медийные особенности английского языка, нужно знать не только его стандартный словарь, но и различные стили, диалекты, пословицы, поговорки, фразовые глаголы и идиомы, поскольку они используются в любой сфере: книгах, фильмах, газетах, официальных выступлениях. Анализируя лингвокультурологические особенности публицистических текстов, можно отметить, что один и тот же язык звучит совсем по-другому, потому что всегда появляются знакомые слова и выражения с незнакомыми значениями. Таким образом, мы сталкиваемся с идиомами, фразовыми глаголами и так далее и рассматриваем их значение и смысл с точки зрения лингвокультурологических аспектов.

А.С. Микоян указывает на широкое использование образной фразеологии и идиоматической лексики, как литературной, так и разговорной, и просторечной. Отличительной особенностью употребления фразеологических единиц в английском медиатексте является то, что они активно участвуют в создании оценочности [3]. Следует отметить, что в этих газетах негативные фразеологические единицы преобладают над положительными. Также, обращая внимание на фразеологию, используемую в современной английской газете, можно увидеть огромное количество жаргонных, разговорных выражений, которые вызывают негативное восприятие [5].

Фразеологическая единица может распространяться за пределы предложения и даже на большие участки текста, создавая сеть уникальных взаимосвязей переносных и прямых значений и ассоциативных связей. Эта часть словарного запаса, являясь важным элементом культуры, в то же время является маркером, указывающим на свободное владение и эффективность использования английского языка.

Таким образом, идея взаимосвязи между лингвокультурологическими и экстралингвистическими значениями фразеологических единиц в языке представляет собой перспективное направление для лингвистических работ. Специфика медийных фразеологизмов с точки зрения лингвокультурологии позволяет соотнести стилистический анализ языковых форм с макроуровнем культурных ценностей и норм. В итоге языковая форма оказывается конститутивной для определенных аспектов культурных коммуникативных процессов. Особенно актуальными в этой перспективе являются жанры, которые можно понимать как устоявшиеся образцы культурных практик.

Список литературы

1. Алефиренко, Н.Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм : монография / Н.Ф. Алефиренко. – М. : Эллипс, 2008. – 271 с.
2. Алешко-Ожевская, С.С. Фразеологический состав английского языка и проблемы аллюзивности художественного текста : автореферат диссертационной работы кандидата филологических наук / С.С. Алешко-Ожевская. – М. : 2007. – 26 с.
3. Голикова, Ж.А. Лексикология и фразеология современного английского языка. Практикум / Ж.А. Голикова. – М. : Новое знание, 2006. – 205 с.
4. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. – М. : URSS, 2010. – 286 с.
5. Добросклонская, Т.Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания / Т.Г. Добро-

склонская // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. – 2014. – № 2.

6. Казак, М.Ю. Современный медиатекст: проблемы идентификации, делимитации, типологии / М.Ю. Казак // Медиалингвистика. – 2014. – Вып. 1. – С. 65–76.

7. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин. – М. : Высшая школа, 1997. – 380 с.

8. Смит, Л.П. Фразеология английского языка / Л.П. Смит. – М. : Просвещение, 2011. – 207 с.

References

1. Alefirenko, N.F. Frazeologiya v svete sovremennykh lingvisticheskikh paradim : monografiia / N.F. Alefirenko. – М. : Ellips, 2008. – 271 s.

2. Aleshko-Ozhevskaia, S.S. Frazeologicheskii sostav angliiskogo iazyka i problemy allizivnosti khudozhestvennogo teksta : avtoreferat dissertatsionnoi raboty kandidata filologicheskikh nauk / S.S. Aleshko-Ozhevskaia. – М. : 2007. – 26 s.

3. Golikova, Zh.A. Leksikologiya i frazeologiya sovremennogo angliiskogo iazyka. Praktikum / Zh.A. Golikova. – М. : Novoe znanie, 2006. – 205 s.

4. Dobrosklonskaia, T.G. Voprosy izucheniia mediatekstov: opyt issledovaniia sovremennoi angliiskoi mediarechi / T.G. Dobrosklonskaia. – М. : URSS, 2010. – 286 s.

5. Dobrosklonskaia, T.G. Massmediinyi diskurs kak obekt nauchnogo opisaniia / T.G. Dobrosklonskaia // Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: gumanitarnye nauki. – 2014. – № 2.

6. Kazak, M.Iu. Sovremennyi mediatekst: problemy identifikatsii, delimitatsii, tipologii / M.Iu. Kazak // Medialingvistika. – 2014. – Вып. 1. – С. 65–76.

7. Kunin, A.V. Kurs frazeologii sovremennogo angliiskogo iazyka / A.V. Kunin. – М. : Vysshiaia shkola, 1997. – 380 s.

8. Smit, L.P. Frazeologiya angliiskogo iazyka / L.P. Smit. – М. : Prosveshchenie, 2011. – 207 s.

© Е.В. Егорова, А.В. Рынкевич, 2022