

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ

**ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА ГАЗЕТЫ
КАК ОТРАЖЕНИЕ БРИТАНСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по специальности 45.05.01 Перевод и переводоведение
очной формы обучения, группы 04001315
Пестовой Анны Анатольевны

Научный руководитель
к.ф.н., доцент
Кузьмичёва В.А.

Рецензент
к.ф.н., доцент
Колтунова С.В.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Стилистические и лексико-грамматические особенности языка газет	
газеты	6
1.1. Общая характеристика газетно-публицистического стиля.....	6
1.2. Особенности заголовков газетных статей	10
1.3. Лексико-грамматические особенности языка газеты Великобритании.....	16
1.4. Национально-культурный компонент и понятие национально-культурной информации.....	20
1.5. Газетная лексика, содержащая национально-культурную информацию.....	23
Выводы по Главе 1	30
Глава 2. Газетный текст как отражение национальной культуры	32
2.1. Языковые средства, содержащие национально-культурный компонент значения.....	32
2.2. Тематическая классификация безэквивалентной лексики в газете.....	33
2.3. Фразеология в газетных текстах Великобритании.....	42
2.4. Метафоры и образы в британской прессе.....	49
2.5. Отражение речевого поведения и речевого этикета в текстах газет Великобритании.....	53
2.6. Заимствования и экзотизмы, содержащие национально-культурную информацию.....	59
2.7. Прецедентные феномены в языке газет Великобритании.....	65
Выводы по Главе 2	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	73
Список использованной литературы	75
Список использованных словарей и энциклопедий	78
Список источников фактического материала	79

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире газетно-публицистический стиль выступает как самое распространенное и наиболее часто используемое средство передачи информации. Его составляющими являются язык газет, язык политических выступлений на саммитах, докладах, дискуссиях, а также язык теле - и радиопередач. Все события, происходящие в мире, широко освещаются в средствах массовой информации. Газеты, несмотря на существование сети Интернет, радио и телевидения, по сей день остаются важным источником получения информации. К наиболее освящаемым темам также относятся события и явления в области культуры, религии, науки и экологии.

Одним из главных свойств газетного текста считается информативность, так как он несет в себе то или иное новое знание. Но с точки зрения лингвистики газетный текст важен как источник живого, развивающегося языка, так как именно в нём нередко рождаются новые слова и выражения, а уже известные нам – обретают новый смысл и обогащают состав языка. В Великобритании, где находятся редакции самых знаменитых и престижных газетных изданий в мире, газетный текст был – и по сей день остаётся – образцом английского языка и ярким примером отражения национального колорита.

Предлагаемое исследование посвящено изучению лингвостилистических особенностей языка газеты, являющихся отражением британской национальной культуры.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в настоящее время в публицистике, как нигде более, часто используются языковые единицы, обладающие национально-культурной спецификой, для понимания которых недостаточно поверхностных знаний языка.

Объектом работы стал язык современной британской прессы, а **предметом** – изучение национально-культурных особенностей английского языка через публицистические тексты.

Цель настоящей работы заключается в выявлении и анализе особенностей использования и функционирования в публицистическом тексте материалов, содержащих национально-культурную специфику английского языка, в изучении их семантических и стилистических характеристик.

Предполагается решить следующие **задачи**:

- изучить теоретические вопросы исследования источников национально-культурной специфики английского языка;
- проанализировать основные характеристики газетно-публицистического стиля;
- рассмотреть лексико-грамматические особенности, содержащие национально-культурную информацию;
- провести классификацию основных единиц языка, несущих в себе национально-культурную информацию;
- выделить их национально-культурные особенности.

Материалом исследования послужили публицистические тексты и статьи британских газет The Times, Daily Mail, Daily Telegraph и Daily Record за 2008-2018 гг.

Теоретической базой исследования послужили положения, представленные в работах отечественных и зарубежных ученых.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей и энциклопедий и списка источников фактического материала.

Во **введении** дается общая характеристика работы, определяются цели, задачи, методы исследования, излагается структура дипломной работы, отмечается актуальность, теоретическая и практическая значимость работы.

В **Главе 1 «Стилистические и лексико-грамматические особенности языка газеты»** рассматриваются основные характеристики

газетно-публицистического стиля и его стилистические и лексико-грамматические особенности

В Главе 2 «Газетный текст как отражение национальной культуры» анализируются национально-культурные особенности единиц языка в публицистических текстах британских газет. Изучаются самые распространенные лингвостилистические средства языка, несущие в себе национально-культурный компонент.

В Заключении подводятся итоги проведенного исследования.

Глава 1. Стилистические и лексико-грамматические особенности языка газеты

1.1. Общая характеристика газетно-публицистического стиля

Газетно-публицистический стиль на материале английского языка являлся предметом изучения в работах таких ученых, как И.Р. Гальперин, В.В. Виноградов, И.В. Арнольд, Т. Ван Дейк. Опираясь на разработанные ими теории, можно выделить следующие характерные черты данного стиля:

1. Газетно-публицистические тексты отличаются высокой информативностью и таким образом выполняют свою главную функцию – функцию воздействия. Подача информации должна осуществляться как можно эффективней – с этой целью в публицистических текстах используются различные языковые средства. Часто встречающиеся в газетах фразеологические обороты и выражения приобрели терминологические черты. Теперь они считаются обособленными из общелитературного фонда лексики и становятся достоянием газетного стиля (Гальперин, 2016: 296).

2. В публицистических текстах общественно-политической тематики функция воздействия проявляется сильнее, чем в любых других.

3. Для быстрой и четкой формулировки информации авторы публицистических текстов используют стандарты высказываний («коммерческие организации», «правоохранительные органы», «государственный сектор»), которые следует отличать от клише. Стандарты выражают идею кратко, но четко. Клише же, наоборот, стирают сущность высказывания и мешают восприятию информации (steptos.com/the-science/what-is-the-journalistic-style).

4. Использование языковых особенностей в газетно-публицистических текстах может варьироваться и зависит от назначения газеты, её периодичности, объемов статей и круга читателей (Гальперин,

2016: 300). Одна и та же новость может быть изложена различными способами, так как неординарность социальных представлений и владения национально-культурной информацией могут стать причиной различия в ее понимании среди читателей.

5. Для публицистического стиля свойственно субъективно-оценочное отношение к описываемой теме.

6. Автору необходимо убедить читателя не оставаться равнодушным к поднятой проблеме. С этой целью тексты статей наполняются стилистическими средствами, заимствованными из языка художественной литературы, а также деловой лексикой (stepos.com/the-science/what-is-the-journalistic-style).

7. Язык газетных статей может варьироваться и в той или иной степени приближаться к разным стилям: художественному, научному. Эстетическая и контактоустанавливающая языковые функции раскрываются, в основном, через графические средства (шрифт, тип начертания, заголовки) (Арнольд, 2008: 342).

8. В морфологическом плане публицистический стиль характеризуется большим количеством существительных единственного числа, приобретающих коллективное значение и глаголов настоящего времени. Синтаксическая структура газетных текстов обычно проста и понятна (Брандес, Провоторов, 2010: 5-6).

Газета является источником образования, просвещения и развлечения своих читателей. Они влияют на формирование их мнения во многих вопросах – политических, экономических, социальных и т.д. Для тех, у кого нет телевидения, радио и интернета, газета служит главным источником информации (Mozūraitytė, 2015: 8).

Существует множество классификаций газет по различным признакам и характеристикам. Рассмотрим классификацию, предложенную Danuta Reah:

1) широкоформатные газеты (the Daily Telegraph, the Independent, the Times и the Guardian);

- 2) таблоиды среднего класса (the Express and the Daily Mail);
- 3) таблоиды (the Sun, the Mirror, the Star). (Reah, 2008: 12).

Таблоиды и широкоформатные газеты выполняют различные функции. Таблоиды – это наименее серьезные ежедневные или воскресные газеты, получившие название благодаря своему маленькому формату. Сегодня широкоформатные газеты печатаются в формате таблоидов, но их, тем не менее, всё так же называют широкоформатными или «солидными». Необходимо отметить, что в таблоидах особое внимание уделяется частной жизни известных личностей. Таблоидные истории значительно меньше по объему, в них используется менее формальный стиль письма и сленговые слова, а содержание разбавляется фотографиями и картинками. Широкоформатные газеты, напротив, известны как «серьезные» («солидные»). Считается, что в таких газетах печатаются более серьезные новости и что их читают наиболее образованные люди. В таблоидах среднего класса наряду с важными новостями печатаются также различные сенсационные истории (Budge, 2013: 93).

Как в широкоформатных газетах, так и в таблоидах можно встретить два типа новостей: важные политические и эмоциональные. Важные политические новости включают в себя актуальную информацию о событиях и конфликтах, которые произошли недавно или вот-вот произойдут, например, пожары, преступления, встречи, протесты, выступления с речью и показания на судебных слушаниях. Актуальными считаются те события, которые произошли 24-48 часов назад. Такие новости, печатаемые в широкоформатных газетах, чаще всего охватывают главные и наиболее значимые детали произошедшего события. Эмоциональные новости служат для развлечения и информирования читателей, ориентированы на интересы читателей и новизну событий и обладают меньшей актуальностью. В отличие от важных политических новостей эмоциональные новости уделяют больше

внимания таким деталям, как личная жизнь героев событий, их работа и т.д. (Rich, 2013: 83).

Однако, различие между двумя типами газет постепенно исчезает, так как в широкоформатные газеты всё чаще включают развлекательную информацию, а в таблоиды – более серьёзные статьи.

Несмотря на это, различные хитрости, аллюзии и изображения в широкоформатных газетах в большей мере используются для образовательных целей.

Т.к. популярность каждой газеты определяется её аудиторией, издатели надеются создать круг «преданных читателей», которые ежедневно, год за годом будут покупать одну и ту же газету. Именно у читателей, а не у издателей, существует право вето. Если им не нравится язык или содержание газеты, или они не согласны с политическими или идеологическими взглядами, пропагандируемыми в статьях, то покупать газету они не будут. В настоящее время газеты подчиняются правилам, существующим на потребительском рынке: для выживания газеты необходимо, чтоб её тираж был как можно крупнее. Поэтому для издателей важно, чтобы читатели оставались довольны тем, что прочтут.

Газеты полагаются на создание единого общинного сознания со своими читателями. Важно, чтобы читатели чувствовали, что газета, которую они читают – это именно их газета, которая разделяет их мироощущение, рассказывает о тех событиях, которые им интересны и написана для таких, как они. Местная пресса носит определенный характер и устроена так, чтобы больше заинтересовать именно тех читателей, которые живут в данном регионе (Douglas F., 2007: 50).

1.2. Особенности заголовков газетных статей

В «Oxford Advanced Learner's Dictionary» дается следующее определение: заголовок – это название газетной статьи, напечатанное заглавными буквами, чаще всего помещаемое сверху на заглавной странице.

Согласно М. Swan, заголовок – это краткое название, расположенное сверху над газетным сообщением, иногда трудное для понимания по причине написания в особом стиле (Swan, 2015: 45). D. Reah определяет заголовок как особый вид текста, обладающий некоторыми функциями, определяющими его форму, содержание и структуру. В конечном итоге можно определить, что заголовок – это название статьи, которое обладает собственными функциями и особым способом написания (Reah, 2008: 13).

Заголовок часто является самым важным элементом на странице, т.к. даёт читателю общее представление о содержании новости. Главной задачей заголовка газеты является привлечение внимания читателей, поэтому поиск подходящего и красочного названия для статьи нередко становится такой же проблемой, как и написание самого текста. От заголовков напрямую зависит функционирование газеты и ее популярность. Заголовок должен быть захватывающим, чтобы заинтересовать читателя и заставить прочитать саму статью. Проблема написания заголовков в разных странах решаются по-разному. В газетах Великобритании их предпочитают печатать крупным шрифтом, таким образом, чтобы они занимали значительную часть полосы. Также в большинстве газет сейчас используются заголовки, в которых минимальным количеством слов передается содержание статьи (Гальперин, 2016: 291).

В XX веке в британских газетах распространен был многоступенчатый стиль заголовка – таким образом автор излагал основные тезисы своей статьи. При таком расположении первая строка выделялась полужирным начертанием, и каждое слово печаталось с заглавной буквы. В

многоступенчатый заголовок выносилась основная мысль, поэтому через него легко можно было догадаться об основном содержимом статьи.

Сейчас издатели газет редко используют такой тип заголовков, отдавая предпочтение кратким, но ёмким названиям. Такой переход обуславливается существующей тенденцией к выражению главной мысли наиболее кратким и сенсационным путём. Происходит опущение артиклей, местоимений, используются только простые времена и инфинитивные конструкции (Чанышаева, 2010: 40).

Тем не менее, основное требование к заголовкам остаётся неизменным: в них всегда выносится главная идея или мысль, которая не только даёт представление обо всей статье, но и привлекает внимание читателей. В современных газетах для выделения заголовков используется полужирное начертание, а с заглавных букв пишутся только имена собственные и первое слово.

Однако в некоторых британских газетах, например Daily Mail, сохраняется тенденция к использованию длинных заголовков. Здесь они представляют собой целое распространенное предложение, где не опускаются ни артикли, ни глагольные связки. Такой тип заголовков буквально является пересказом всей статьи, уместяющимся в одно предложение (Чанышаева, 2010: 41).

Для того, чтобы заинтриговать читателя, заголовки обычно пишут в виде сенсационных заявлений. Поэтому авторы заголовков стараются использовать наименьшее количество слов. Т. McArthur заявляет, что существует особый язык заголовков, *headlines*, сформировавшийся из-за ограничений, налагаемых на занимаемое ими пространство. Из представленного выше описания можно сделать вывод, что *headlines* – это способ написания заголовков особым стилем с использованием минимального количества слов (McArthur, 2012: 465).

Из перечисленных выше особенностей газетных заголовков можно сделать вывод, что он представляет собой краткое изложение содержания

статьи. Однако, такое определение отражает лишь узкий смысл этого понятия, и некоторые лингвисты предлагают более четкое определение. Они считают, что заголовок может не только кратко формулировать содержание, но и выделять и цитировать отрывки из него. А. Bell разделяет заголовки, выделяющие главное событие в истории и заголовки, сосредоточенные на второстепенных событиях и деталях. Так же он выделяет заголовки, выступающие в качестве краткого пересказа события и заголовки, где выделяется одна конкретная его деталь (Bell, 2011: 188-189).

В наиболее популярных газетах, особенно в таблоидах, заголовки не являются информативными. Их главная функция – загадать загадку, ответ на которую будет дан в содержании статьи.

J. Morley выделяет 5 главных функций газетных заголовков:

- 1) привлечение внимания читателя;
- 2) краткая формулировка содержания статьи;
- 3) демонстрация авторского отношения к событию;
- 4) демонстрация реестра статьи;
- 5) демонстрация направленности статьи (Morley, 2012: 31).

Из перечня функций заголовков статьи видно, что они сосредоточены не только на передаче её краткого содержания, но в большей степени на читателе и на удержании его внимания. Правильное использование этих функций даёт читателю возможность получить быстрое представление о всех новостях, т.к. информативные заголовки помогают сэкономить время на чтение.

В этом случае возникает вопрос, как сделать заголовок информативным. D. Reah считает, что заголовок должен давать информацию о том, что случилось, где это случилось, кто в этом участвовал и какие последствия за этим последуют, т.е. ответы на вопросы *что?*, *кто?*, *где?*, *как?*. Вопрос *когда?* может быть опущен, т.к. в газетах обычно рассказывается о том, что случилось в этот же день или совсем недавно. Вопрос *почему?* больше обсуждается в самом тексте, а не в заголовке.

Иногда заголовки не следуют правилу ответа на все эти вопросы. Обычно они стимулируют интерес читателя к содержанию статьи (Reah, 2008: 24).

Однако, у читателей могут возникнуть проблемы с пониманием заголовка, т.к. в них часто используются аббревиатуры, незаконченные предложения и не соблюдаются грамматические правила.

Для того чтобы заинтриговать читателя, авторы используют специальную лексику. J. Morley выделяет в ней три группы слов: специфичные, сенсационные и краткие. Специфичные и сенсационные используются для привлечения внимания читателей. Краткие слова, которые экономят пространство, чаще всего встречаются в заголовках (Morley, 2012: 33-34).

T. McArthur пишет, что в заголовках часто встречаются популярные, живые и эмоциональные слова (McArthur, 2012: 8).

J. Morley отмечает, что существуют особые слова, используемые только в заголовках газет (Morley, 2012: 35).

У заголовков также есть свой особый регистр. Словарный состав экономических статей и статей про футбол будет разительно отличаться друг от друга. J. Morley отмечает, что также существуют различия между формальными и неформальными статьями, техническими и нетехническими, эмоциональными и нейтральными. Технические статьи часто связывают с формальным языком, а эмоциональные – с разговорным (Morley, 2012: 43-45).

Т.к. заголовки являются одним из самых важных элементов газеты, особое внимание уделяется тому, чтобы сделать их как можно более интригующими, яркими и захватывающими. С этой целью употребляются различные стилистические приёмы. Отмечается, что выразительность в заголовках достигается за счёт использования таких средств, как аллитерация, рифма и ритм.

Эти приёмы притягивают внимание читателей, т.к. делают заголовки более поэтичными и их приятнее читать. К тому же они порождают у

читателей эмоции. Такие заголовки звучат музыкально и создают юмористическую атмосферу (Mozūraitytė, 2015: 10).

Заголовки, в которых используются и параллельные конструкции и антитеза, являются очень иллюстративными. Для того, чтобы удивить читателя, авторы соединяют в заголовках противоречащие друг другу идеи или повторяют одну и ту же словесную или фразовую модель.

Помимо фонетических и синтаксических конструкций в заголовках также употребляют лексико-стилистические средства: эпитеты, метафоры, метонимии, сравнения и аллюзии.

Для того, чтобы произвести впечатление на читателя, авторы используют в заголовках стилистические средства. Читатель заинтригован заголовком и поэтому решает прочитать всю статью. Однако, часто стилистические приёмы затрудняют восприятие сути заголовка (Mozūraitytė, 2015: 11-12).

У заголовков газет существуют свои собственные грамматические особенности. А. Metcalf в статье «Грамматика заголовков (статей) », выделяет следующие грамматические основы заголовков:

- 1) использование настоящего времени для уже прошедших событий;
- 2) использование частицы «to» с глаголами для указания будущего времени;
- 3) опущение артиклей;
- 4) использование запятой вместо союза «и»;
- 5) написание чисел только цифрами;
- 6) использование двоеточия вместо глаголов обозначения речи;
- 7) использование одинарных кавычек;
- 8) опущение глагола «to be» в его различных формах (Metcalf, 2013: 105-106).

Заголовки должны быть как можно более простыми и соответствовать тому стилю, в котором издаётся газета. Т. Знаменская выделяет следующие особенности заголовков и их модели:

- 1) Полные повествовательные предложения;
- 2) Вопросительные предложения;
- 3) Назывные предложения;
- 4) Эллиптические предложения
 - С опущением вспомогательного глагола;
 - С опущением подлежащего;
 - С опущением подлежащего и части сказуемого
- 5) Предложения с опущением артиклей;
- 6) Фразы с неличными формами глагола (инфинитивом, герундием или причастием);
- 7) Вопросительные предложения в форме заявления;
- 8) Сложные предложения;
- 9) Заголовки с прямой речью в виде:
 - полного предложения;
 - эллиптической конструкции (Знаменская, 2012: 151-153).

Классификация Знаменской очень точная: она выделяет несколько различных лексических и синтаксических категорий, на которые разделяются заголовки.

Другая классификация предложена I. Mardh. В ней заголовки не разделяются по использованию в них лексических, фонетических, грамматических и стилистических средств; данная классификация более универсальная и обобщенная. Она выделяет следующие лингвистические черты, характерные для заголовков британских газет:

- 1) опущение артиклей;
- 2) опущение глаголов и вспомогательных глаголов;
- 3) номинализация;
- 4) частое использование сложных именных конструкций в позиции подлежащего;
- 5) использование кратких слов;

б) частое использование каламбура, игры слов и аллитерации (Mardh, 2016: 183).

Таким образом, можно выделить следующие наиболее распространенные стилистические особенности заголовков британских газет:

- эллиптические конструкции;
- неличные формы глагола – инфинитива, герундия, причастий;
- сложные атрибутивные конструкции;
- цитаты известных людей, отрывки из их интервью и выступлений;
- вопросительные предложения;
- номинативные предложения;
- метафоры, фразеологизмы, гиперболы и т.д. (Гальперин, 2016: 294).

Чаще всего в британских газетах находит своё отражение внутренняя ситуация в стране, печатаются новости о королевской семье, о переговорах по Брекситу, а также большое внимание уделяется событиям во всем мире.

1.3. Лексико-грамматические особенности языка газеты Великобритании

Особенности языка газеты изучались в работах многих иностранных и российских учёных. Согласно исследованиям В.Г. Костомарова в языке газеты можно выделить две характерные черты:

- тенденция к использованию стандартов;
- тенденция к экспрессивному выражению мысли (Костомаров, 2009:320).

Следование этим тенденциям приводит к тому, что при написании статей используется различная лексика: нейтральная, книжная, деловая,

специальная (термины), разговорная. Для выражения экспрессивности авторы применяют выразительные средства, характерные в большей степени для языка художественной литературы. К ним относятся олицетворения, сравнения, метафоры, эпитеты, фразеологические обороты и т.д. (Журавлёва, 2006: 50).

Одной из главных синтаксических особенностей британских газет является частое употребление пассивного залога в текстах статей. Особенно это явление характерно для новостных сообщений. Неличные формы глагола встречаются не только в заголовках, но и в самих текстах газетных статей. Использование герундия, причастия первого и причастия второго делают их более логичными и информативными.

В газетных статьях широко распространено употребление клише, т.е. речевых штампов. Их можно встретить в статьях, посвященных любой теме: политике, экономике, спорту, культуре, экологии и т.д. Также в газетных статьях часто встречается инфинитивные фразы с глаголом *to be*.

При написании статей в британских газетах авторы предпочитают использовать сложноподчиненные и сложносочинённые предложения, причём сложноподчинённые употребляются гораздо чаще.

Сложные предлоги, такие как *of course, although, finally, meanwhile, however, at first glance, therefore* принадлежат к числу самых распространённых предлогов, встречающихся в газетных статьях.

Фразовые глаголы, популярные в разговорной речи и зачастую заменяющие обычные глаголы с тем же значением, с такой же частотой используются и в газетных статьях. Такие фразовые глаголы, как *come up, turn in, draw up, dry up, carry out, cash in, stand up, sum up, put off, get by, catch up* встречаются, практически, в любой статье как в широкоформатных газетах, так и в таблоидах (Shishkova, 2015: 37).

Также для британских газет характерно употребление пословиц, поговорок, разговорной лексики, различных тропов и аббревиатур. Из-за особенностей функционирования газетной информации и в случаях частого

употребления в таких текстах, средства выразительности английского языка могут терять свою экспрессивность и превращаться в клише и штампы. Благодаря этому возникают новые средства выразительности; нередко это происходит через изменение лексического значения слова или выражения путём его употребления в совершенно противоположном контексте (Журавлёва, 2006: 51).

Сокращения, которые повсеместно используются в разговорной речи, всё чаще начинают проникать и в газетные тексты, особенно их можно встретить в таблоидах. К наиболее употребляемым сокращениям можно отнести *aren't*, *haven't*, *won't*, *doesn't*, *teens*, *high-tech* и т.д. Оправдать употребление сокращений можно, с одной стороны, всеобщей тенденцией к экономии речи, а с другой стремлением сделать статью простой и понятной для всех читателей без исключения. Вдобавок, использование сокращений придаёт статье выразительность и более современный вид. В газетный стиль сокращения приходят из повседневной жизни, и поэтому у читателей не возникает проблем с их пониманием. В свою очередь журналистам удобно использовать сокращения в качестве синонимов к полным формам слов для избежания повторной номинации.

Из-за того, что публицистический стиль часто характеризуется как «выразительность против стандартов», в нём могут появляться специальные термины, особенно – экономические и политические (Shishkova, 2015: 38-39).

Текст любой газеты соединяет в себе информативную функцию и функцию воздействия на читателя. Отсюда возникает необходимость построения статьи в определенном порядке: в большинстве случаев используется простой и понятный язык, исключаются речевые средства, затрудняющие понимание текста. Для придания статье колоритности авторы употребляют диалектизмы, профессионализмы, арготизмы, неологизмы и другие узкоспециальные средства выразительности (Журавлёва, 2006:50).

Благодаря двойственности функции газетных текстов возникает необходимость использования двух видов оценочной лексики –

положительной и отрицательной. Данное лексико-семантическое средство является способом демонстрации авторской оценки к описываемым событиям.

Оценочные суждения всегда предполагают наличие субъекта оценки – в его качестве может выступать как автор статьи, так и определенная часть социума и социум в целом. Оценка может выражаться как открытым, так и скрытым путём, через использование ссылок. Использование прямой ссылки на источник оценочной информации или его цитирование расценивается, как проявление открыто выраженной неавторской оценки. Показателями цитируемой оценки выступают прямая речь, использование отдельного цитируемого слова в кавычках, косвенная речь. Если автор статьи по какой-то причине не желает выражать своё личное мнение, то использование цитируемой оценки позволит ему не только выполнить функцию воздействия на читателя, но и одновременно абстрагироваться от написанного и избежать демонстрации собственной оценки (Вольф, 1985: 228).

Газетная статья, в большинстве случаев, представляет собой достаточно объемный текст, в котором речь идёт о конкретном событии или явлении. В связи с этим используется набор слов и выражений определенной тематики, из-за чего не всегда удаётся избежать повторной номинации. Для газетного стиля недопустимо повторение одного и того же слова (или однокоренных слов) в пределах той или иной части текста. Для того чтобы избежать многочисленных повторов, используется синонимия, т.е. особый тип семантических отношений между языковыми единицами, при котором их значения полностью или частично совпадают (www.вокабула.рф). В газетных изданиях Великобритании можно встретить следующие типы синонимии:

- глагольная;
- глагольно-описательная;
- синонимия имен существительных;
- синонимия имён прилагательных;

- синонимия предложных сочетаний;
- синонимия грамматических форм.

Еще одним способом ухода от повторной номинации в английском газетном тексте является употребление должностей вместо имен собственных. Часто используется описательный приём, т.е. синонимия, основанная на указании на события, благодаря которым известен упоминаемый человек, предмет или явление (Журавлёва, 2006: 51-52).

1.4 Национально-культурный компонент и понятие национально-культурной информации

Часто случается так, что отдельная языковая или смысловая единица речи может выполнять функцию национально-культурной номинации в тексте. Согласно Райхштейну, такие единицы должны рассматриваться как носители национально-культурной информации, т.к. обладают общекультурной, текстовой и языковой значимостью (Райхштейн, 2017: 74). Это утверждение так же правдиво и для газетных текстов.

Слово хранит и аккумулирует лингвострановедческую информацию (Верещагин Е.М., Костомаров, В.Г, 2010: 320). В плане содержания слова отражается качество денотата, обусловленное национальными различиями культуры, истории, мировоззрения, моделями поведения народа. Лексическое понятие может быть межъязыковым, т.е. употребляться в двух разных языках (переводимые лексические понятия, эквиваленты), или же наоборот, не иметь адекватного перевода (безэквивалентная лексика – национально-культурное лексическое понятие, сформированное в границах определенной этнокультурной и национальной языковой общности). Несоответствия, отраженные в безэквивалентной лексике, или лакунах,

можно разделить на две категории: 1) несоответствие значений (семантическое несовпадение) отдельных единиц и категорий языковых систем; 2) несоответствия, возникающие из-за этнокультурных особенностей, присутствующих в том или ином обществе (Колшанский, 2015: 81).

Замечено, что в словах с особыми культурно-специфичными значениями находят отражение как образ жизни одного языкового сообщества, так и образ мышления (Вежбицкая, 2011: 347, Тер-Минасова, 2010: 262). Основу семантических систем разных языков составляют понятийные системы, сложившиеся в сознании представителей различных лингвокультурных общностей. Многие ученые считают, что даже при всеобщих условиях, в жизни каждого народа присутствуют характерные только для него реалии культуры, быта и окружающего мира. В любой другой культуре этим реалиям будут соответствовать полные или частичные пробелы (Томахин, 2014: 32; Тер-Минасова, 2010: 262). Все эти реалии находят отражение в языке в виде языковых обозначений данных специфических элементов, несущих культурный отпечаток (национальных словесных образах) (Ощепкова, 2015: 35). В культурно-специфичных словах отражается прошлый опыт народа по отношению к действиям и представлениям о различных вещах - тем самым они сохраняют эти способы для будущих поколений (Вежбицкая, 2011: 269).

Для обозначения наименований, наиболее ярко отражающих национальные особенности культуры народа-носителя конкретного языка, используется множество терминов: безэквивалентная, неполноэквивалентная лексика, реалии, варваризмы, лакуны, фоновая лексика, национальные словесные образы, экзотическая лексика, культуремы и др. (Журавлёва, 2006: 30-31).

По представлениям ученых-лингвистов, семантика считается областью, где язык и культура наиболее тесно соприкасаются. Семантические системы разных языков и отдельные языковые явления, содержащиеся в них, имеют несовпадающие элементы, ту или иную национально-специфическую

информацию, характерную только для данной национально-культурной общности людей Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров первыми провели систематическое исследование национально-культурного аспекта лексического значения и на материале разработанной ими лингвострановедческой теории слова русского языка. На материале английского языка это исследование продолжил Г.Д. Томахин (Журавлева, 2006: 31).

Согласно лингвострановедческой теории слова, национально-культурные семантические доли, присутствующие в лексических единицах, придают им национальную специфику. Национально-культурные семантические доли – это семантические признаки, которые "формируются, складываются в границах определенной этнокультурной и национально-языковой общности. Они могут входить в лексическое понятие (интенционал), и такое слово будет считаться появившимся внутри данной исторической общности людей. Такие слова формируют пласт безэквивалентной лексики (Верещагин, Костомаров, 2013: 67). Национально-семантические доли могут встречаться и на уровне лексического фона (импликационала). В этих случаях в понятийно тождественных лексических единицах присутствуют расхождения в области семантики, т.е. в знаниях и ассоциациях о конкретном предмете или явлении у носителя данного языка. Такие лексические единицы называются фоновой лексикой (Томахин, 2012: 145; Ощепкова, 2015: 63). Для обозначения национально-культурной информации в составе лексического значения существуют и другие термины: национально-культурные компоненты значения и культурно-исторические компоненты.

В слове содержится не только актуальная информация, передаваемая через повседневную речевую коммуникацию. В нём накапливается информация различного типа: социально- историческая, интеллектуальная, экспрессивно-эмоциональная, оценочная, общегуманистическая, а также национальные знания. Такая информация является основой социально-

исторического, национально обусловленного культурного компонента смысловой структуры слова (Журавлева, 2006: 32).

Исходя из перечисленного, можно сделать вывод о том, что национально-культурная информация – это совокупность внеязыковых и текстовых семантических компонентов, отображающих культурное наследие и современность данного национального коллектива, и существующих в сознании носителя языка. Национально-культурная (фоновая) информация одинакова для автора и реципиента текста в том случае, если они принадлежат к одному и тому же национально-культурному и языковому коллективу со сложившимися представлениями об окружающей действительности, с определенными оценками социально-политических и культурно-исторических процессов и явлений. Отсюда следует, что и у носителя языка и у адресата фоновая информация различается – она может совпадать в некоторых аспектах, не совпадать или полностью отсутствовать, что влечет за собой неполноценное и иногда неверное восприятие действительности (Журавлева, 2006: 34).

1.5 Газетная лексика, содержащая национально-культурную информацию

В настоящее время язык прессы все больше изучается не как замкнутая система, а вместе со всеми его многочисленными связями и функциями. Появляются новые аспекты изучения языка прессы: когнитивный и прагматический. Т.к. когнитивная лингвистика связана с исследованием проблемы соотношения языка и сознания и роли языка в концептуализации и категоризации мира, то её главной задачей является построение модели языковой коммуникации как основы обмена знаниями (dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/349223). Когнитивный подход к изучению

языка основывается на изучении публицистической картины мира, которая оказывает огромное влияние на людей за счет использования эффективных средств воздействия (Солганик, 2013, 33).

Прагматический аспект используется при изучении языка газеты в связи с тем, что изображаемое в газетах представление о мире служит не только для информирования читателей (информационная функция газеты), но и для убеждения и влияния на них (перлокутивная функция). В прагматическом аспекте основательно рассматривается специфика производителя речи и специфика объекта речи (адресанта и адресата). Со спецификой адресата связано понятие модальности, т.е. отношения автора к содержанию речи, выражаемое степенью эмоциональности, образности, субъективности/объективности и оценочности.

Другой важный аспект изучения языка газеты – социолингвистический, предполагает анализ функционирования средств массовой информации и эффективности их воздействия на разные слои социума (Журавлёва, 2006. 34-35).

Читателям, для которых английский язык не является родным, при изучении национально-культурной специфики газеты необходимы фоновые знания, которые, однако, имеют различный характер. Выделяют три вида фоновых знаний по степени их распространенности: общечеловеческие фоновые знания, региональные и страноведческие, в которых находит отражение культура страны. Страноведческие фоновые знания характерны лишь для конкретной нации или национальности и находят своё отражение в языке данной национальной общности (Верещагин, Костомаров, 2013: 134). В газетных текстах употребляются лексические единицы, несущие в себе национально-культурную информацию.

Исследуя культурно-специфические языковые факты, присутствующие в языке газеты, необходимо принимать во внимание кумулятивную функцию языка, т.е. его способность отражать, закреплять и сохранять в себе информацию о постигнутой человеком действительности, в том числе и

культурно-специфической информации, присущей только данной национальности. Подобная информация появляется под воздействием политических, экономических, социальных и географических, особенностей конкретного региона и зависит от специфических черт всех видов его искусства, науки, быта и обычаев народа. (Журавлёва, 2006: 37).

В фоновой информации охватываются, прежде всего, особые, присущие только этой стране факты истории и государственного устройства, особенности её географической среды, характерные предметы материальной культуры прошлого и настоящего, этнографические и фольклорные понятия, известные как реалии. К реалиям относят не только данные, факты, явления и предметы, но также и названия, слова и словосочетания (Виноградов, 2014: 38). Все эти явления присутствуют в языке газеты.

Помимо обычных реалий, выражаемых через безэквивалентную лексику, и употребляющихся в языке газеты, фоновая информация присутствует в особых реалиях – ассоциативных, связанных с разнообразными национальными историко-культурными явлениями и особым способом закрепленных в языке. Эти реалии выражаются обычными словами, а не безэквивалентной лексикой, а их специфичность – в компонентах значения слов, в оттенках слов, во внутренней словесной форме, в эмоционально-экспрессивной окраске. Коннотации, т.е. присутствующие в словах стилистические, эмоциональные и смысловые оттенки, не существуют отдельно, а соединяются в слове, имеющем своё вещественно-смысловое содержание, и присоединяются к одному из его значений (Виноградов, 2014, 39). В языке также можно обнаружить лексические единицы, полностью состоящие из такой информации: названия характерных только для отдельных наций и народов предметов материальной культуры, исторических событий, государственных организаций, праздников, телепрограмм, элементов фольклора и т.д.

Рассматривая газетный текст как источник национально-культурной информации, следует учитывать его важнейшее свойство –

информативность, т.е. способность передавать в своем содержании фактическую, концептуальную и подтекстовую информацию. Информативность формирует страноведческий потенциал, или национально-культурную информацию. Определяя лингвострановедческую специфику газетного текста, необходимо принимать во внимание как языковые, так и внеязыковые факторы (цели и задачи статьи, авторская позиция и позиция издательства в целом, ценностные ориентации данного языкового коллектива, его социальный, исторический и культурный опыт). Экстралингвистические факторы определяют речевую структуру, конкретное языковое наполнение газетного текста, отбор лексических средств в том числе.

Различные элементы языка в неодинаковой степени отражают и сохраняют информацию о культурном своеобразии. Прежде всего это утверждение верно для единиц лексического уровня, так как именно лексическая система наиболее тесно связана с предметами внеязыковой действительности. У территориальных вариантов языка присутствуют свои нормы функционирования языковых средств, и наиболее заметно это выражается на лексическом уровне (Журавлёва, 2006: 38-39).

Газетный текст в различных частях Великобритании отличается по своему содержанию и структуре. В нем находят отражение различные языковые и национально-культурные особенности каждого региона. Статьи различных газет могут отличаться не только по размеру, но и по набору языковых средств: их количество может варьироваться в зависимости от коммуникативно-прагматических норм национальных вариантов английского языка.

Каждый территориальный вариант языка обладает лексическими, грамматическими и стилистическими нормами, присущими ему одному. Но формируются они на единой языковой норме, общей для всех англоязычных текстов. На неё опирается каждый вариант и на её основе развиваются различные территориальные языковые нормы. Сама языковая норма

понимается как «совокупность наиболее устойчивых традиционных реализаций языковой системы, отобранных и закрепленных в процессе языковой коммуникации» (Лингвистический энциклопедический словарь, 2008: 337). Языковые средства, входящие в понятие нормы, являются достаточно разнородными, и поэтому в языковой норме сохраняются многие синонимические ряды и их варианты.

Степень территориальной вариативности находится в зависимости от существующей языковой ситуации. Различные виды норм отличаются по составу входящих в неё явлений: например, основой литературной нормы являются стилистически нейтральные и широко употребляемые языковые явления, в её периферию входят архаичные и новые феномены вместе с функционально и территориально маркированными явлениями (Журавлёва, 2006: 69).

Совокупность всех территориальных вариантов и используемых в них слов и устойчивых выражений, составляет лексический корпус британского варианта английского языка. (Виноградов, 2014: 83).

К общеанглийским особенностям языка газеты относят грамматические правила и основной словарный фонд. Особые территориально-специфические черты, присущие каждому региону, в большей степени проявляются на лексическом уровне и становятся отличительной чертой каждого диалекта и территориального варианта языка.

Газеты, как широкоформатные, так и таблоиды, являются формальными изданиями публичного типа. Поэтому представляется, что, в большинстве случаев, напечатаны они будут по стандартной форме. В Шотландии, например, где говорят, в основном, на англо-шотландском диалекте, этот язык вряд ли часто будет использоваться в газете, учитывая его низкий статус и отсутствие общепринятой стандартной формы. Однако, некоторые особые слова англо-шотландского диалекта всё же используются в статьях, чаще – в узком контексте (Douglas F., 2007: 47).

Согласно МакКлюру, в письменном англо-шотландском языке можно выделить две разновидности - «thin Scots» и «dense Scots». «Thin Scots» содержит меньшее количество исконно шотландских слов, а «dense Scots» - большее (McClure 2009: 30). Язык шотландских газет скорее напоминает «thin Scots» или даже шотландский вариант английского языка. Для большинства шотландцев «thin Scots» воспринимается гораздо легче, и его считают более символичным, чем «dense Scots».

Существует большое количество вариантов написания шотландского языка, например Lallans, но им владеют только самые образованные шотландцы. Поэтому маловероятно, что издатели рискнут напечатать статью в таком варианте из-за боязни потерять читателей. Исключение могут составлять статьи, в которых обсуждается сам англо-шотландский язык. Если язык статьи больше склоняется к англо-шотландскому диалекту, то это, скорее всего, газета с лимитированным изданием или газета, где обсуждаются только конкретные темы (Douglas F., 2007: 47).

Язык является одним из самых эффективных средств для создания идентичности с читателями. Газеты, которые хотят соответствовать ожиданиям своей аудитории, воспользуются этим средством. Поэтому в шотландских газетах возможен вариант употребления шотландского диалекта английского языка. Лингвистические черты шотландского диалекта могут быть использованы для того, чтобы подчеркнуть шотландскую индивидуальность газеты и привлечь как можно больше читателей-шотландцев. Поэтому использование в газетах шотландской лексики обсуждается напрямую с самими читателями (Douglas F., 2007: 60).

В газетах будет использоваться тот язык, который знаком и удобен для читателей. Сама концепция газеты подразумевает отражение даже мировых событий и их интерпретация для особого восприятия её читателей (Anderson, 2010: 63). Это означает, что газета представляет мировые события на языке, понятном её аудитории. Однако необходимо отметить, что это не обязательно означает, что статьи будут напечатаны тем языком, который

используют все читатели. Например, в случае с национальной газетой, которую читают по всей Шотландии, где существует 3 варианта языка, этого достичь невозможно. Вариант языка каждого читателя является индивидуальным (идиолект), созданным под влиянием множества факторов, таких как его образование, язык, используемый родителями и знакомыми, географические корни, принадлежность к социальной группе и т.д. Газета не может подстроиться под каждого читателя, поэтому в ней используется один вариант языка, соединяющий в себе основные черты всех трех языков, использующихся на территории Шотландии (Douglas F., 2007: 61).

Вариант языка, используемый в статьях, является собственно газетной версией общественного языка. В нём своя риторика, образность и базовый общий запас знаний, которыми предположительно обладает её аудитория. Таким образом формируется основа взаимосвязи «производитель-читатель» (Hall 2008: 61).

По мнению R. Fowler, язык газеты не является объективным отображением речи её читателей. Это, скорее, представление стиля языка, удобного для читателей (Fowler, 2011: 48). Поэтому читатели “Daily Record” из Глазго не ожидают и даже не хотят, что их собственный диалект будет использоваться в качестве основного языка этой газеты на территории всей Шотландии.

Выводы по главе 1

Проведённый анализ теоретического материала позволил прийти к следующим выводам:

- 1) Язык является национальным средством общения, в котором отражаются особые черты, присущие тому или иному народу. Язык СМИ информации хранит в себе национальную информацию об особенностях материальной и духовной жизни общества, в котором он существует.
- 2) В британских газетах содержатся общественно-информативные тексты, выполняющие функцию воздействия на читателей. Однако степень воздействия может варьироваться, т.к. из-за различных социальных представлений читателей и разной степени обладания национально-культурной информацией.
- 3) Существовавшее ранее разграничение между широкоформатными газетами и таблоидами становится менее строгим. На сегодняшний день как в тех, так и в других, предлагается актуальная информация различного типа: политические, экономические и технические новости наряду с информацией развлекательного характера.
- 4) Заголовок является одним из самых важных компонентов статьи, обладающим собственными функциями и особым способом написания. Для передачи основного содержания статьи заголовки часто облачают в форму простых предложений, часто – распространенных. Основной функцией заголовка является привлечение внимания читателей. С этой целью в них используются графические и стилистические средства, такие как полужирное начертание, рифма, аллитерация, восклицательные предложения, крылатые выражения и т.д. Национально-культурная информация, встречающаяся в заголовках, так же, как и стилистические средства, могут вызвать затруднения в понимании их смысла у иностранных читателей.

- 5) Национально-культурные особенности страны можно изучать через лексические единицы языка, в том числе используемые в языке газеты. В таком случае в их семантике выделяется особая культурная составляющая, которая будет являться единицей языка, отражающей национально-культурное своеобразие жизни и истории народа.
- 6) Национально-культурный компонент является важной частью фоновых знаний, в которые входит система мировоззренческих взглядов, эстетических и этических оценок, норм речевого и неречевого поведения. Фоновые знания представляют собой совокупность историко-культурных сведений, вызывающих в сознании носителей языка определённые ассоциации, которые могут возникнуть только у представителей данной лингвокультурной общности и данной культуры. Поэтому восприятие газетного текста будет разным у иностранных читателей и у читателей, для которых данная газета является национальной.
- 7) Национально-культурные семантические доли, присутствующие в лексических единицах, придают им национальную специфику. Национально-культурная специфика характерна для всех уровней английского языка. Язык современной британской прессы отражает национальный характер британцев и раскрывает особенности их мировоззрения.
- 8) Особые территориально-специфические черты каждого региона страны заметнее всего выражаются на лексическом уровне и являются отличительной чертой каждого диалекта и территориального варианта языка. Тот вариант языка, который используется в статьях территориальных газет, представляет собой особую, газетную версию общественного национального языка, обладающую собственной риторикой и образностью.

Глава 2. Газетный текст как отражение национальной культуры

2.1. Языковые средства, содержащие национально-культурный компонент значения.

Используемые в газетных текстах Великобритании различные языковые средства часто выражают национально-культурную специфику страны. Наиболее широко используемыми из них являются безэквивалентная и фоновая лексика, фразеологизмы, метафоры, прецедентные феномены, формулы речевого этикета и заимствования. Национально-культурная специфика находит своё выражение через номинативные средства языка, т.к. именно лексические единицы напрямую связаны с внеязыковой действительностью. Национально-культурные особенности номинативных единиц языка выражаются в существовании не только безэквивалентных единиц, но так же и их разновидности – лакун, т.е. слов и значений, не имеющих выражения в других языках (Журавлёва, 2006: 77).

К данным языковым средствам применим термин «логоэпистема», разработанный В.Г. Костомаровым и Е.М. Верещагиным (Верещагин, Костомаров, 2012: 168). Логоэпистему можно определить как «разноуровневые лингвострановедческие единицы» – слова-понятия, крылатые выражения, фразеологизмы, прецедентные тексты, «говорящие» имена и названия, являющиеся стандартным типом языковой реакции носителя языка на внешние стимулы» (Костомаров, Бурвикова, 2011: 37). Для полного понимания и осмысления логоэпистемы необходимо ориентироваться как в области языка, так и в области передаваемой информации. Логоэпистема также представляет собой языковое выражение закреплённого общественной памятью следа отражения действительности в сознании носителей языка в результате постижения или создания ими духовных ценностей национальной и мировой культур. Через логоэпистему

материализуется национальная духовность, историческая память и основы этнически-культурной ментальности» (Костомаров, Бурвикова, 2011: 38).

Образность речи в газетном тексте обладает устоявшимся характером. Различные фразеологизмы, метафоры, сравнения и другие языковые средства приходят в него из общего языкового фонда выразительных средств (Гальперин, 2016: 306).

2.2 Тематическая классификация безэквивалентной лексики в газете

Пласт безэквивалентной и фоновой лексики, где присутствует национально-культурный компонент, образуется в конкретной этнокультурной и национально-языковой группе. В процессе его формирования может возникнуть языковая недостаточность, означающая отсутствие эквивалента для выражения того или иного понятия или явления. Это зачастую бывает вызвано отсутствием самого понятия: в языке присутствуют слова, план содержания которых не сопоставляется с лексическими понятиями на других языках. Они обозначают уникальные для данной культуры и языка реалии, которые нельзя встретить ни в каких других. Для передачи этих реалий на язык перевода происходит заимствование обозначающих их понятий через транскрипцию и транслитерацию (Верещагин, Костомаров, 2012: 30).

Фоновую лексику формируют лексические единицы, использующиеся для обозначения предметов национальной культуры (праздники, предметы быта, элементы одежды, блюда национальной кухни, названия телевизионных программ и т.д.), а также политические, общественные и технические термины. Встречается явление неполной эквивалентности, когда одно и то же понятие выражается в разных языках с различной степенью достоверности. Многие исследователи придерживаются мнения, что большая

часть слов в разных языках являются эквивалентными, т.к. основаны на межъязыковом понятии: они обладают равным количеством понятийного материала и отражают один и тот же элемент действительности. Несмотря на это, семантика слов различается из-за влияния на неё множества факторов, таких как различия собственно языковой информации, разные лексико-фразеологическая сочетаемость, социолингвистические коннотационные элементы, определяемые культурой, обычаями и традициями разных народов. Из-за подобных различий вопрос о существовании межъязыковых синонимов и эквивалентов представляется очень проблематичным (Журавлёва, 2006: 79-80).

Фоновую лексику, использующуюся в газетно-публицистических текстах Великобритании, можно представить в виде экстралингвистической тематической классификации, в которую входят следующие группы: различные объединения, союзы и ассоциации и их аббревиатуры; частные и государственные компании; государственные учреждения и должности; предметы и явления традиционного быта; национальная валюта, меры веса и длины; праздники; флора и фауна. Данные группы не являются единственными и могут быть дополнены множеством подобных. Перейдём к рассмотрению этих групп и к их примерам, представленным в национальной прессе Великобритании.

1) Названия периодических изданий и информационных агентств, издательств, теле- и радиокompаний:

- Asked by **Sky News** if he could then “live with being in a customs union” beyond a transition period if it meant Britain could still sign such deals (The Daily Telegraph, 01.02.2018).

Sky News – британский 24-часовой новостной телевизионный канал.

- “The signs are positive, it is clear that the government is not only listening, but has understood our position,” she told **Reuters**. “But now we have to persuade the EU 27 to strike a deal which works for this sector.” (The Times, 20.01.2018)

Reuters – британское информационное агентство

- “Brexit attacks on civil service ‘are worthy of 1930s Germany’ ” **said The Observer** (The Times, 05.02.2018)

The Observer - британская воскресная газета

- Osborne, who was sacked by May and is now editor of **London’s Evening Standard**, said: “The Government do not have a majority and when you have increasing numbers of Conservative MPs saying, ‘I’m not happy leaving the customs union’ it’s going to pose a challenge to the Government” (The Daily Record, 02.02.2018)

London’s Evening Standard - британская ежедневная газета

2) Названия различных ассоциаций, союзов, движений, политических партий (национальных, религиозных, политических, общественных); в том числе аббревиатуры:

- **The Tories** would drop five MPs to eight and **Labour** would lose four to have three. **The Lib Dems** would hold steady on four (The Daily Record, 01.02.2018)

The Tories, Labour, The Lib Dems (The Liberal Democrats) – политические партии Великобритании

- The Scottish Conservatives would drop five seats to a resurgent **SNP** if the results of the poll of more than 1000 Scots were repeated in a Westminster election. (The Daily Record, 01.02.2018)

SNP (Scottish National Party) - Шотландская национальная партия

- Sex workers attended a fringe event on Monday at **the TUC** to push the case for decriminalisation, complaining that the current law infringed their human rights by preventing them from setting up brothels. (The Telegraph, 12.09.2017)

the TUC – the Trade Union Congress - Британский конгресс труд-юнионов

- **The GMB** and **Aslef** unions want to see the decriminalisation of sex work, saying it would improve safety for the thousands of men and women who sell their bodies. (The Daily Telegraph, 12.09.2017)

The GMB – General Municipal and Boilermakers Union, **Aslef** - Associated Society of Locomotive Engineers and Firemen – британские профсоюзы

3) Названия частных и государственных компаний:

- Manufacturing recorded its worst performance since June but the reading of 55.3 in **IHS Markit's** closely-watched PMI survey still indicates quarterly growth of 0.6pc (The Daily Telegraph, 01.02.2018)

IHS Markit's – британская исследовательская компания

- Last year an email promising a refund of £240 was sent from scammers masquerading as **the DVLA**. It had a link to a 'secure web form' that's designed to collect personal information from unwitting recipients. (The Daily Mail, 02.02.2018)

The DVLA - The Driver and Vehicle Licensing Agency – Агентство по лицензированию водителей и транспортных средств

- This week **WileyFox** is gearing up to the launch of its third device on June 28. While Muir couldn't reveal any details about the new device, we can expect it to cost under £200 and have equally high end specs. (The Telegraph, 25.06.2016)

WileyFox – британская компания по производству смартфонов

- Meanwhile on the ferries, CalMac warned some services could be cancelled or delayed last minute because of the weather. Yesterday all CalMac crossings were cancelled due to swell conditions. Commuters are urged to keep up to date with transport news via **Traffic Scotland**. (The Daily Record, 01.02.2018)

Traffic Scotland – организация, собирающая и распространяющая информацию о состоянии дорог в Шотландии в реальном времени.

4) Названия государственных учреждений, официальные должности:

- A British soldier in Iraq as part of a mission to counter Islamic State has died, the **Ministry of Defence** said today. Captain Dean Sprouting of the Adjutant General's Corps died on Wednesday at the al-Asad coalition and Iraqi military air base in Anbar province, west of Baghdad. (The Times, 02.02.2018)

Ministry of Defence – министр обороны в Великобритании

- Police and finance watchdogs are being asked to investigate claims that **Royal Bank of Scotland** staff were trained in how to forge customers' signatures. (The Times, 05.02.2018)

Royal Bank of Scotland – Королевский банк Шотландии

- Miss Harman's first title, you might think, rather negates her third. It is well known that **the Lord Privy Seal** is neither a lord nor a privy nor a seal, but the royal job has certainly not majored on women and equality in its 602-year history (The Daily Telegraph, 01.05.2009)

the Lord Privy Seal – лорд-хранитель Малой печати – одна из старейших должностей в британском правительстве

- He omitted even to include the £1.3 billion price for a fleet of five new frigates in its equipment plan, **the National Audit Office** revealed. The NAO also identified a £576 million rise in the cost to build four replacement nuclear-armed Trident submarines. (The Times, 01.02.2018)

the National Audit Office (the NAO) - Национальное финансово-ревизионное управление Великобритании

5) Наименования предметов и явлений традиционного быта. Данную группу лексических единиц можно разбить на следующие подгруппы:

A) наименования национальных песен и танцев, а также национальных музыкальных инструментов:

- But perhaps the definitive British interpretation was created by Holst's friend, Ralph Vaughan Williams. As music director for Frank Benson's

Shakespeare company at Stratford-upon-Avon in 1912-13, he arranged music for “The Merry Wives”, including the “**Greensleeves**”. (The Telegraph, 26.02.2016)

“**Greensleeves**” - английская фольклорная песня

- Joining a lesson with pupils from Gargieston primary school in Kilmarnock, Charles said he tried to learn the **bagpipes** when he was at school but found it hard. "I tried to learn when I was at Gordonstoun but I gave up rather stupidly," he said. "It's quite difficult to learn." (The Daily Record, 23.06.2016)

bagpipes – волынка, традиционный шотландский инструмент

- It's fake news, straight from an emerald-tinted Oz of leprechauns doing drunken **jigs** with red-headed peasants. It is pure Hollywood claptrap and about as Irish as a long hot summer (The Times, 04.12.2017)

Jigs – национальный шотландский и ирландский танец

- наименование национальных блюд традиционной кухни:

- A modest packet of **fish and chips** was said to have played a key role in ousting Derek Robinson as the most militant trade union leader in 1970s Britain. (The Times, 01.11.2017)

fish and chips – рыба и картофель-фри, национальное английское блюдо

- You'd think Yorkshire dwellers would be all over **Yorkshire puddings** with their roast opting for more than anyone else, but like the majority of the country they think that two is the perfect number. (The Daily Record, 25.09.2016)

Yorkshire pudding - традиционный английский мясной пудинг

Б) наименование предметов и явлений национального быта:

- Last Sunday, January 21, Leeander and Zariah appeared on BBC Lifeline, with renowned actor Michael Crawford **CBE** on behalf of The Sick Children's Trust, where she shared her agonising experience. (The Daily Record, 01.02.2018).

CBE – Commander of the Order of the British Empire – кавалер Ордена Британской империи

- The manager's previous deal -expired in 2019, but the Portuguese has increased his commitment to the club and suggested he could stay at **Old Trafford** even longer (The Daily Telegraph, 25.01.2018)

Old Trafford – футбольный стадион, расположенный в Траффордe, Большой Манчестер, Англия.

- Julius Caesar with David Morrissey and Ben Whishaw at **the Bridge Theatre** is a fast, highly political production - with grit, gore, panache and heavy metal (The Daily Mail, 03.02.2018)

the Bridge Theatre - коммерческий театр Лондона

б) Национальная валюта, меры веса и длины:

- Work to fix a leak on Britain's newest and most expensive warship is underway and will not cost the taxpayer a **penny**, the defence secretary said today. (The Times, 19.12.2017)

Penny – мелкая разменная монета в Великобритании

- British food manufacturers could be able to sell goods in **pounds and ounces** once laws are repatriated from Brussels after Brexit, Andrea Leadsom, the Environment, Food and Rural Affairs secretary has said. (The Telegraph, 18.02.2017)

pounds and ounces – фунты и унции – единицы имперской системы измерения в Великобритании

- US army vehicles and British soldiers paraded through the streets of an Estonian city just 300 **yards** from the Russian border yesterday, in a display of Western unity against the encroaching threat from Moscow. (The Daily Telegraph, 25.02.2015)

Yards – ярды – английская мера длины.

- Until, that is, a few dozen model railway enthusiasts gathered in Fort William for the most entertaining engineering project ever seen in Scotland to

build a tiny railroad to run the 71 **miles** to Inverness. (The Daily Record, 21.01.2018)

Miles – мили – английская мера длины.

7) Названия национальных праздников:

А) Собственно религиозные праздники:

- Britons may be becoming less religious but they are celebrating **Easter** with increased fervour. Sales of “Happy Easter” cards, Easter decorations and even Easter trees are booming as the UK adopts an American approach to the Christian festival. (The Times, 26.03.2016)

Easter – Пасха

- Baywatch beauty Kelly Rohrbach swapped her glamorous beach wear for something a bit more practical as she took part in the Alfred Dunhill Championship at the Old Course, **St Andrews** yesterday. (The Daily Record, 06.10.2017)

St Andrews (Day) – день святого Эндрю, покровителя Шотландии

- There is another Mons-specific route to good fortune, however, if you happen to be here on **Trinity Sunday** (in May or June). Then the Grand Place is packed with about 30,000 people — equivalent to the entire population of central Mons — for the town’s unique annual festival. (The Times, 24.01.2015)

Trinity Sunday - День Святой Троицы

Б) Праздники, не связанные с церковью:

- An effigy of the disgraced Hollywood movie producer Harvey Weinstein went up in flames on Saturday night at a traditional **Bonfire Night** celebration in Kent. (The Telegraph, 05.11.2017)

The Bonfire Night – Ночь костров/фейерверков или Ночь Гая Фокса - традиционное для Великобритании ежегодное празднование (не

государственный праздник) в ночь на 5 ноября, когда отмечается провал Порохового заговора 1605 г. против короля.

- As a result, and for the first time since the 1950s, the Duke of Edinburgh wore a morning suit rather than his Grenadier Guards uniform with its bearskin headgear at yesterday's **Trooping the Colour**. (The Times, 18.06.2017)

Trooping the Colour - традиционный военный парад в официальный День рождения королевы, 14 июня.

- Ruth Graham told the Herald: “**The Apple Day** is a way of advertising this and anyone coming along will be able to look at the plans and displays on show or become involved with the new project.” (The Daily Record, 15.10.2010)

The Apple Day – неофициальный ежегодный праздник в Великобритании, проходит 21 октября или в ближайший к этой дате выходной день; посвящен также всем фруктовым садам.

Количество лексических единиц, отмеченных национально-культурной спецификой, варьируется в различных газетах и зависит от её типа, рубрик и секций газеты, способа подачи информации, идеологической направленности и исторически сложившихся традиций. Поэтому, например, в информационных статьях и хронике будут гораздо чаще использоваться аббревиатуры, названия фирм, организаций, союзов и государственных учреждений. Упоминания о предметах быта и национальных праздниках, наоборот, будут встречаться в разделах, посвященных культурной жизни страны.

Представленные группы лексических единиц являются исторически сложившимися, социально, культурно, политически и экономически обусловленными знаками ситуации, в которых наиболее заметно проявляется национально-культурная специфика английского языка. Они наиболее тесно связаны с теми стереотипами, которые сформировались у носителей английского языка, а также с ассоциативным восприятием предметов и

явлений окружающей среды. Для того чтобы адекватно воспринимать и трактовать эти стереотипы, необходимо иметь представление об ассоциативных коннотациях каждого из них.

2.3. Фразеология в газетных текстах Великобритании

Национальная культура тесно связана с использованием лексических единиц фразеологического фонда языка. В идиоматике находят своё выражение национальные реалии, являющиеся показателем самобытности народа и составляющие национальную картину мира. Появление фразеологизмов связано с необходимостью образно представить окружающий мир и отобразить в этом представлении эмпирический и духовный опыт населения страны. Фразеологические единицы являются отражением всех сторон материального и духовного мира нации. Помимо этого, в их структуре отражаются также и нравственные, моральные и психологические характеристики и оценки, выражающие понятие национального духа и национальной личности. Тот пласт идиоматической лексики, который мы можем наблюдать сегодня, представляет собой историческую проекцию культуры и менталитета народа.

Часто основу фразеологической единицы, идиомы, пословицы или поговорки составляет метафора. В поэтическом языке, вместе с метафорой и другими образными средствами, достаточно широко используется символика. Из-за универсальности её механизма, любая, даже самая сложная художественная метафора будет понятна носителю языка. На межъязыковом уровне потребуются умелый переводчик, чьей задачей будет найти другую, настолько же выразительную метафору, но на другом языке. Хотя высока вероятность того, что даже в буквальном переводе эта метафора будет понята представителями другой языковой группы. Те метафоры, которые представляют собой исторические символы, произошли из различных легенд,

мифов и преданий. У этих символов своя специфика: в них не используется перенос значения, как в тропах, а отражается картина мира и фоновые знания.

Фразеологические единицы возникают не столько для описания мира, сколько для его интерпретации, оценки и выражения субъективного отношения. Это является отличительной чертой фразеологизмов и метафор от других номинативных единиц (Маслова, 2014: 82). Во внутренней форме большинства фразеологизмов содержатся понятия, отражающие национально-культурную специфику. Семантику таких фразеологизмов можно анализировать с позиций ценностных установок и стереотипов, свойственных ментальности нации, т.е. в аспекте национальной культуры.

Фразеологизмы и идиоматические выражения, содержащие национально-культурную специфику, можно встретить в газетных статьях. Проиллюстрируем это примерами:

- There's a strapping warrior on hand to **sweep her off her feet** in a time-slipped love triangle (The Times, 09.02.2018).

sweep somebody off their feet - влюбить кого-либо в себя.

- "Big bang pioneer hopes curiosity will **kill the cat**" (заголовок The Times, 14.03.2017)

От «**curiosity killed a cat**» - любопытство до добра не доведет

- Time will tell whether Regan's Project Brave will be a worthwhile legacy. The blundering blazer has gone so let's **strike while the iron is hot** and start thinking more about Project Save. (The Daily Record, 04.02.2018)

strike while the iron is hot – куй железо, пока горячо

- It's not very often this column **gets on its moral high horse**. It's usually more of a drunken donkey ride along the Pleasure Beach. (The Daily Record, 01.03.2015)

gets on high horse - важничать, высокомерно держаться.

- Chelsea are concerned Alex Oxlade-Chamberlain is **getting cold feet** over a proposed £35 million move as the player waits to see whether Arsenal are

prepared to also consider doing business with Liverpool. (The Times, 30.08.2017)

to get cold feet — бояться что-либо сделать

• “They're the women whose names we'll never know,” she told a room of celebrities wearing black in protest against gender inequality. Any chief executive watching last week will know she **hit the nail on the head**. (The Daily Telegraph, 13.01.2018)

hit the nail on the head - попасть в точку

Фразеологизмы, существующие в языке, различаются по своему строению и происхождению, следовательно, можно разделить на несколько групп. В различных фразеологизмах по-разному отражается культура. Проще всего понять и объяснить культурный аспект тех фразеологизмов, в значении которых большую роль играет денотативный аспект. В этих фразеологизмах содержатся страноведческие знания: названия предметов национальной культуры, ссылки на события из истории народа, национальные имена собственные и т.д. Для того чтобы понять их значение, необходимо обладать знаниями о конкретных исторических фактах.

В другую группу входят образно-эмотивные фразеологизмы. Национально-культурная информация находится в их внутренней форме, в которой присутствует отражение культуры – мифы, архетипы, обычаи, традиции, исторические события и элементы материальной культуры. Те образы, которые используются для формирования образно-эмотивных фразеологизмов, должны иметь связь с национально-культурными стереотипами, эталонами, символами. Рассмотрим примеры фразеологизмов обоих типов, встречающихся в газетных статьях:

А) названия предметов национальной культуры, история народа, национальные имена собственные, т.е. страноведческие знания:

- Economic commentators considered the Greek debt crisis and reached for a stock phrase. Ambrose Evans-Pritchard wrote in The Daily Telegraph last week: “Germany faces a **Hobson’s Choice**.” This choice, he said, was

between financial help for Greece or “a sovereign version of the Lehman crisis”. (The Times, 10.02.2016)

Hobson’s choice - «вынужденный выбор», «выбор по неволе», (по имени Робсона, содержателя платной конюшни в Кембридже в 16-м веке, который обязывал своих клиентов брать только ближайшую к выходу лошадь).

- “All we have done for the past ten years is **rob Peter to pay Paul**,” Nicola Pearce, 32, said. “I work 80 hours a week and haven’t taken a steady wage for four years” (The Times, 06.06.2017).

to rob Peter to pay Paul - помогать одному за счёт другого. Вероятнее всего, фраза ссылается на событие в середине XVI в., когда аббатская церковь Святого Петра была поглощена лондонской епархией, и ее средства использовались для ремонта собора Святого Павла.

- John Austin was the last man to **dance the Tyburn jig** on this day in 1783, after it had been decided to move public executions to Newgate. Tyburn, at the west end of Oxford Street near the site now occupied by Marble Arch, had seen almost 500 years of hangings (The Times, 07.11.2012).

to dance the Tyburn jig - быть повешенным, окончить жизнь на виселице (по названию места публичных казней в Лондоне XVIII в.)

- I used to achieve six weeks on the wagon, but in the last couple of years I have struggled to hang on until February 1 before hurtling back into the welcoming and forgiving embrace of dear old **John Barleycorn** (The Daily Telegraph, 07.01.2016).

John Barleycorn – Джон Ячменное зерно, имя героя баллады Р. Бернса. Фразеологизм означает спиртной напиток.

- They always want me in the picture too. **It’s not usually my cup of tea** to be the center of attention and it’s a bit strange to feel that I might be a minor celebrity in Shanghai, but I do love it (The Daily Record, 19.04.2015).

It’s not my cup of tea - это мне не по вкусу, это не по мне

Б) Отражение культуры – мифы, архетипы, обычаи, традиции, исторические события и элементы материальной культуры:

- You'd have to be either fairly confident or extremely reckless to even consider dropping spy cameras around a police station... but then, when it comes to snooping, **Peeping Toms** have rarely been noted for either their good judgment or their subtlety. (the Telegraph, 14.11.2013)

peeping Tom - «чересчур любопытный человек» (в легенде о леди Годиве)

- The 14-night Grand Danube River Cruise harks back to **the halcyon days** of the Grand Tour, passing through Romania, Bulgaria, Serbia, Croatia, Hungary, Slovakia, Austria and Germany. (the Times, 26.11.2017)

Halcyon days (halcyon – зимородок) – мирные дни, спокойное время. Согласно поверьям, зимородок выводит птенцов в гнезде, плавающем по морю в период зимнего солнцестояния – около двух недель. В это время море бывает совершенно спокойным.

- Boorman has lived in Ireland for more than three decades, and has evidently **kissed the blarney stone** - but he always spins a very likeable line in self-deprecation, by which he anchors his more soaring flights of fancy (the Daily Telegraph, 25.08.2013)

to kiss the Blarney stone – уметь льстить, подлизываться. По преданию, тот, кто поцелует камень, находящийся в ирландском замке Бларни, обретёт дар льстить и заговаривать зубы.

- Jelle Klaasen shows **Dutch courage** to send Phil Taylor tumbling (заголовок the Times, 31.12.2015)

Dutch courage – храбрость пьяного. Из-за соперничества с Голландией за звание морской державы в XVII в. в английском языке появилось множество фразеологизмов со словом «Dutch», приобретшим негативный оттенок, а также значение «иностраный, непривычный».

- And if the AAA is gone anyway, they say, we might as well **be hanged for a sheep as a lamb** and borrow more — in this very newspaper we have seen

schemes for embracing the AAA loss to spend more on infrastructure or cut tax (the Telegraph, 20.02.2013).

be hanged for a sheep as a lamb – если тебе суждено быть повышенным за овцу, то почему бы тебе заодно не украсть и ягненка. Отсылка к старому английскому закону, по которому кража овцы каралась смертной казнью через повешение.

• "This was before feminism. They found me unbearable and the way they showed that was by refusing to speak to me, **sending me to Coventry**" (the Daily Record, 02.11.2011).

Send somebody to Coventry - игнорировать кого-либо. Выражение, предположительно, восходит к книге Е. Н. Clarendon 'The History of the Great Rebellion and Civil Wars in England', где упоминается, что во время английской буржуазной революции в г. Ковентри находилась тюрьма для ссыльных роялистов.

Английские фразеологизмы, в состав которых входят сравнительные обороты, можно также разделить на несколько групп:

1) Фразеологизмы, основанные на сравнении с животными и растениями, например:

• Well aware that Andy Murray's hip had been causing him problems, Benoît Paire decided to give it a test yesterday by repeatedly dropping the ball short and forcing the Briton to charge forward. Paire's verdict afterwards was unequivocal: "He can **run like a rabbit**" (the Times, 10.07.2017).

Run like a rabbit - бежать как угорелый, бежать сломя голову.

• I glance up from my bike, sweat cascading down my face, my legs screaming for respite. "Almost there," comes the reassuring sound of my dad's voice. And there he is, casually standing at the top of another gruelling climb. He looks **fresh as a daisy**. (The Times, 26.11.2017)

Fresh as a daisy - свеж как роза: бодр как огурчик.

- Then there were the people who repair the railways trying to make excuses for the chaos on the east coast when engineering work wasn't completed on time, leaving people **packed** into a station **like sardines** or worse, with no way to get home after the festivities (the Daily Record, 29.12.2014).

Packed like sardines – как сельди в бочке

- 2016 was finally Leonardo DiCaprio's year - and as he had his Oscar engraved, the first time winner looked **cool as a cucumber**, cracking a small smile before posing for photographers with his statuette (The Daily Telegraph, 29.02.2016)

Cool as a cucumber - совершенно спокойный, невозмутимый

2) Фразеологизмы, основанные на сравнении с предметами, явлениями и субстанциями:

- Whether they made their fortune trading slaves, building mills or designing financial derivatives, investing one's treasure in a stately home and a patch of English pasture is a trick of the rich **as old as the hills** — and it has never been more popular (The Times, 06.10.2017)

As old as the hills - старо как мир.

- Celtic manager Brendan Rodgers with Mark McGhee at full-time. However McGhee said: “Brendan was **as good as gold**, as always he was dignified in victory like he is dignified in defeat (the Daily Record, 04.12.2016)

As good as gold – «просто золото», чрезвычайно ценный

- Emi Wada's chic costumes, vibrant in their use of colour, **fit like a glove** and move like a dream. Fei Bo's easy flowing choreography blends a sumptuous lyricism for the soloists with powerfully sculpted formations for the statuesque ensemble (the Times, 01.12.2016).

Fit like a glove - быть в пору.

- Relikh won the last three rounds with his swarming aggressive style and he put Ricky Burns under tremendous pressure in the closing stages. Burns is **as tough as old boots** but he endured a tough ending but did his good work in

the middle seal the win for the Scotsman? (the Daily Record, 08.10.2016)

As tough as old boots - очень выносливый, стойкий

• **Like a bolt from the blue**, it took everyone by surprise and caused everyone who had started 2010 with an appetite for risk to take stock," he added. ICAP said that profits for the year to March would now be "in the range of £295m to £315m" compared with the guidance of £311m-£347m it gave late last year (the Telegraph, 05.02.2010).

Like a bolt from the blue – как гром среди ясного неба.

Таким образом, можно сделать вывод, что фразеологические единицы являются самыми богатыми национально-культурной информацией единицами, употребляющимися в британских национальных газетах. В них находят своё отражение предшествующие культуры, их обычаи и традиции, исторические события и элементы быта. В состав английских фразеологизмов входят различные национально-культурные компоненты, т.к. значение фразеологических единиц находится в тесной связи с фоновыми знаниями носителей языка, с практическим опытом личности, с культурно-историческими традициями народа, для которого данный язык является родным.

2.4. Метафоры и образы в британской прессе

Метафора является универсальным явлением для любого языка. Её возникновение связано с концептуальной системой носителей языка, с их устоявшимися представлениями о мироустройстве и с использованием определенной системы оценок. Метафора выступает предметом изучения в работах таких ученых, как А.А. Потебня, Н.Д. Арутюнова, Дж. Лакофф, М. Джонсон, В.И. Телия, Ю.С. Степанов и др. Процесс метафорического творчества является основой многих семантических процессов: создания

синонимических средств и полисемии, возникновения новых значений, развития систем терминологии и эмоционально-экспрессивной лексики (Арутюнова, 2009: 9).

В текстах, принадлежащих к газетно-публицистическому стилю, роль метафоры в аспекте национально-культурной специфики английского языка следует рассматривать через культурный, прагматический и когнитивный подходы. С этой точки зрения метафора исследуется не только как способ осуществления номинации, но также как культурная парадигма, соединяющая в себе фоновые знания всего человечества и отдельной культурно-этнической общности (Темнова, 2014: 20). Благодаря накоплению когнитивно-культурологической информации метафора способна ярко отражать суть социальных трансформаций. Она значительно влияет на мировоззрение носителей языка и участвует в создании «идеологических мифов», тем самым выполняя перлокутивную функцию газетно-публицистического стиля, т.е. функцию влияния и убеждения. (Журавлева, 2006: 149).

В исследованиях Н.Д. Арутюновой рассматриваются три вида метафор: номинативная, образная и концептуальная (Арутюнова, 2008: 333-343). В изучаемом нами материале газетных статей наиболее часто встречается концептуальная метафора. Её основная роль заключается в для осмыслении и обозначения событий, явлений и понятий, имеющих отношение к миру идей. С её помощью создаются новые концепты уже существующих понятий (под «концептом» понимаются те смыслы, которые используются человеком в процессе мышления). По определению Ю.С. Степанова культурный концепт – это сгусток культуры в сознании человека, «пучок» представлений, понятий, знаний, ассоциаций, который сопровождает слово, культурно-ментально-языковое образование (Степанов, 2011: 40-41). Рассмотрим примеры концептуальных метафор в газетных текстах Великобритании:

- Government workers, tribal elders, contractors and those alleged to spy for foreigners have all been targeted in a **wave of killings** in the first six months of the year (the Daily Telegraph, 08.08.2012)

wave of killings – волна убийств

- East Ayrshire Council refuse to rule out giving **the green light** to Scotland's first 'puppy farm'. That's after an application was submitted by a Newmilns-based family heavily linked to the UK Dog Breeding Academy in Fivemiletown, County Tyrone. (The Daily Record, 09.12.2016)

green light – одобрение, разрешение

- Vandals turn South Ayrshire into **hotbed of destruction** after more than 1000 incidents in just one year. NEW statistics show vandalism is on the rise with defaced signs, smashed windows and spray painted monuments just some of the targets for troublemakers (The Daily Record, 07.10.2016)

hotbed of destruction – рассадник разрухи

- West Ham are facing the prospect of severe sanctions after the most serious **outbreak of trouble** yet inside the London stadium as David Moyes's side crashed to a 3-0 defeat against Burnley (The Times, 10.03.2018)

outbreak of trouble – вспышка беспорядков

В Великобритании в газетных статьях используются также и номинативные, образные метафоры. Приведем следующие примеры:

- From a political point of view Russia don't really care who will be the next prime minister in **foggy Albion**. Under Gordon Brown and Labour, relations between Moscow and London had already effectively been frozen due to the Litvinenko affair. (The Daily Telegraph, 09.05.2010)

foggy Albion – туманный Альбион, поэтическое название Англии

- The flight is the first direct air link to one of Britain's oldest and most isolated overseas territories, and it should ease concerns that the runway was among the most expensive **white elephants** in history. (The Times, 14.10.2017)

white elephant – букв. «белый слон» - обременительное или разорительное имущество, подарок, от которого не знаешь, как избавиться

- In spite of a long career in financial journalism, I never became a fan of “rich lists”. Of course a lot of people find them great fun, lustily feeding, as they do, **the green-eyed monster** that hides in most of us (the Times, 27.09.2015)

the green-eyed monster – букв. «чудовище с зелеными глазами», ревность.

- In **the Eternal City**, the scores are eternally stuck with England 31 points ahead. They were 31 points ahead after a last-quarter try-fest yesterday and it was the same two years ago; actually they were 41 ahead four years ago but pretty much all of these contests now follow a pattern where England pull slowly away, break clear and then tear away into the distance (the Times, 05.02.2018)

the Eternal City – «вечный город», Рим.

Особое внимание следует уделить использованию в газетных текстах индивидуально-авторской метафоры. Семантика слов, создающая метафорический смысл, вызывает в сознании читателя субъективные ассоциации, зависящие от личностных особенностей и психического склада. Индивидуально-авторская метафора создается путём трансформации и модификации национальной картины мира в соответствии с собственным мировосприятием автора. Приведем примеры:

- Longer lasting, stunning orange tabachines bloom across warmer Cuernavaca. This «**City of Eternal Spring**», once the home of Cortes, Emperor Maximilian, Barbara Hutton Woolworth, the heiress, and Wittgenstein, nestles on the slopes of volcanoes that ring the metropolis (The Daily Telegraph, 04.06.2010)

City of Eternal Spring – город вечной весны

- In the **soup of unanswered questions** about what Brexit, come March 2019, will actually look and taste like, free movement and borders loom large (The Times, 02.08.2017)

soup of unanswered questions – суп из вопросов без ответа

- Mark Nevin uses skills to bring our most magnificent buildings back to life. He is our **Michelangelo**, restoring Scotland's most beautiful buildings to their former glory (The Daily Record, 15.02.2009)
- The **Dark Lady of my Sonnets** and I have polar opinions on the charms of Vietnam, at least as represented by its northern capital Hanoi, where we spent a holiday a few years ago. (The Times, 21.01.2018)

Проведя анализ вышепредставленных метафор, можно сделать вывод о том, что в английской прессе чаще всего метафоризированные термины употребляются в статьях с политической и социокультурной тематикой, а реже всего – в статьях на экономические темы. При обсуждении наиболее важных и актуальных тем авторы увеличивают количество используемых метафорических выражений, помогающих раскрывать важность описываемой проблемы.

Важно подчеркнуть, что метафора содержит ключ к пониманию не только национально-специфического видения мира, но и его универсального образа (Арутюнова, 2008: 371). Многие метафорические модели распространились по всему миру и получили интернациональный характер. Это объясняется огромным влиянием мировой прессы, а также значимостью метафоры в общественно-политических текстах.

2.5. Отражение речевого поведения и речевого этикета в текстах газет Великобритании.

Согласно А.А. Леонтьеву национально-культурную специфику речевого общения формируют несколько факторов, которые функционируют

на разных уровнях организации процессов общения и имеют разную природу. Эти факторы можно разделить на следующие группы:

- факторы, связанные с культурной традицией: разрешенные и запрещенные в данном социуме типы и разновидности общения (табу на любое общение в течение того или иного времени в определённом месте, табу на общение с определенным лицом или группой людей); стандартные акты общения, принятые в национальной культуре народа (например, традиционные праздничные ритуалы); этикетные характеристики общепринятых актов общения; ролевые и социально-символические особенности общения, отражённые в системе ролевых и статусных отношений; функции языковых и текстовых стереотипов общения; собственно организация текстов;

- факторы, связанные с социальной ситуацией и социальными функциями общения (этикетные формы речевого поведения);

- факторы, связанные с этнопсихологией (психолингвистическая организация речевой деятельности, паралингвистические явления);

- факторы, определяемые конкретно спецификой языка данной общности» (Леонтьев, 2008: 191-192).

Изучив данную классификацию, можно сделать вывод, что к формулам речевого поведения и речевого этикета относят социально заданные и культурно-специфические правила речевого поведения людей в различных ситуациях общения. Эти правила варьируются в зависимости от социальных и психологических ролей участников общения, их ролевых и межличностных отношений в официальной и неофициальной обстановке. Формулы речевого поведения и этикета закреплены в номинативных единицах, в единицах грамматики, а также в стилистике.

Проводя анализ изучаемого нами материала, можно заметить, что некоторые случаи ситуаций речевого поведения сложились довольно давно и под влиянием исторических традиций. Например: государственным строем Великобритании является парламентская монархия, и поэтому в этой стране

до сих пор существует традиция обращения с упоминанием титулов и дворянских званий, а также обращение по специальным формам:

- **The Queen**, accompanied by **The Duke of York, Colonel, Grenadier Guards**, was received this morning in the Grand Reception Room at Windsor Castle by the **Regimental Lieutenant Colonel, Grenadier Guards (Major General Roland Walker)**, **Major Grant Baker** (Regimental Adjutant) and **the President**, Grenadier Guards Association (Colonel Richard Aubrey-Fletcher) to mark the appointment of **The Duke of York** as **Colonel of the Grenadier Guards**. (The Times, 22.03.2018)

- **The Countess** appeared to stumble as she got into the Royal Ascot carriage she shared with her husband, **the Earl of Wessex**, and **the Duke and Duchess of Cambridge** (The Daily Telegraph, 20.06.2017).

- **Lord Neuberger**, with whom **Lady Hale** agreed, said that he was of the view, in agreement with **Lord Kerr**, that serious failures that were purely operational would suffice to establish a claim that an investigation carried out pursuant to an article 3 duty infringed that duty (The Times, 13.03.2018).

- **The Queen** and **The Duke of Edinburgh, the Duke of Kent, Prince Michael of Kent and Princess Alexandra, the Hon Lady Ogilvy** were represented by the Lord-Lieutenant of West Sussex at a service of thanksgiving for the life and work of the **Duke of Richmond and Gordon** held on Saturday November 25, 2017, in Chichester Cathedral (The Times, 27.11.2017).

Примеры, иллюстрирующие обычаи и протокол королевского приема на высшем уровне в официальной обстановке, а также формы обращения к членам королевской семьи:

- The Government's agenda over the next two years has been laid out by **Her Majesty The Queen** in her address today to MPs and Lords to mark the State Opening of Parliament (The Daily Telegraph, 21.06.2017)

- Speaking at a conference in Edinburgh last Wednesday on behalf of the Prince's Scottish Youth Business Trust (PSBYT), **His Royal Highness The**

Prince of Wales Prince Charles said Michelle Mone, creator of Ultimo lingerie, was a great example of what could be achieved (The Daily Mail, 10.06.2009)

• She said: 'I had been rehearsing A Little Chaos with Alan Rickman and had spent the morning with Kate Winslet **doing full curtseys** and so when I met **Her Majesty** I went **practically prostrate** in front of her. (The Daily Mail, 07.11.2017)

На язык оказывают свое влияние особенности национального характера, а экстралингвистические факторы, в первую очередь, воздействуют на лексику. Особенно ярко в английском языке это отражается в области функционирования речевых формул в речевом этикете. Специфика психологического склада англичан, своеобразие их темперамента и эмоциональности сложились в результате исторического развития страны её особого географического положения и стали отражением ее традиций и обычаев. Отмечается, что наиболее характерными чертами англичан являются постоянство, приверженность традициям, невозмутимость и самообладание. Эти особенности привели к появлению особого стиля речевого поведения, в котором отсутствует излишняя эмоциональность и экспрессивность, но часто встречается особый английский юмор.

Яркой чертой, присущей лексическому составу английского языка, можно назвать наличие прозвищ. Поскольку в Великобритании, состоящей из четырех различных стран, живут разные народы, до сих пор конфликтующих друг с другом, неудивительно, что для каждого из них существуют прозвища, которые могут упоминаться в прессе, несмотря на то, что сегодня это считается оскорбительным. Приведём примеры:

- The BBC has been accused of racism by an SNP politician for using the word “**Jock**” in a headline about the Scottish economy. A report suggesting the economy north of the border is in need of a shock, and that Brexit might provide it, appeared on the corporation's website under the headline “**Jock Shock**”. (the Daily Telegraph, 20.09.2016)

Jock – прозвище шотландцев (Jock-шотландская форма имени Jack).

- Calling a Scot a “**Jock**” is not offensive but calling a Welsh person “**Taff**” may land you in hot water, according to research commissioned by the communications regulator. (the Times, 05.10.2016)

Taffy – прозвища жителей Уэльса (от валлийского «Dafydd» – David – Saint David, покровитель Уэльса)

К другой группе относятся прозвища, созданные для народов других национальностей. Например:

- **Yanks and Limeys** trace the genesis of the Anglo-American alliance and the part it played in the victories of Allied land forces in North Africa and Western Europe between 1942 and 1945. (the Times, 25.07.2015)

Yanks and Limeys – собирательные прозвища для американцев и англичан.

- For l’Institut de Veille Sanitaire (and doesn’t that title just reek of **Frogginess**?) has released figures revealing that 41 per cent of French women over 30 are overweight or obese (their male counterparts faring still worse at 56.8 per cent). Regarding the matter of clinical obesity, the genders rate equal at about 16 per cent. (the Times, 08.11.2016)

Froggy, Frogginess – прозвища французов.

- It concerns all the men of the 14th, who have done all the fighting and dying and, just as we had finished off the **Japs** in Burma and preparing to go home, Mountbatten deals us this knock as if we hadn't had more than our share. (the Daily Telegraph, 29.08.2015)

Japs – прозвище японцев.

Еще одну группу составляют прозвища, иногда авторские, созданные для описания знаменитостей: политиков, деятелей искусства и т.д. Приведем примеры:

- Will our ambitious Miss be thwarted by the **whiff-whaff** man? Oliver Pritchett reveals all in the Telegraph’s annual Christmas story. THE CAST: **The cake fairies**, Mel and Sue, **Little Miss Tough-it** - Theresa May, **Little**

Bo-Peep, Secretary of State for Sheep - Nicky Morgan, **Little Jack Horner** - Ed Miliband, Jill, Minister for Health and Safety - Liz Truss, **Old King Cole** - Nigel Farage, His **flunkeys** - Carswell and Reckless, **Humpty Dumpty** - Alex Salmond, **Little Boy Blue** - David Cameron, **Georgie Porgie** - Boris Johnson. (the Daily Telegraph, 14.12.2014).

- Former Prime Minister Margaret Thatcher passed away this week and despite leaving politics over two decades ago, **the Iron Lady** continued to divide opinion (the Daily Telegraph, 11.04.2013).

the Iron Lady – прозвище первой в Великобритании женщины премьер-министра Маргарет Тэтчер

- Oh, **handy Thandie**. Oh, **true blue Ted**. Oh, everyone. Line Of Duty's penultimate installment was a pacy thrill-ride, taking in grisly woodland discoveries, dying declarations and more disabled cops than an Ironside lookalike contest. (the Daily Telegraph, 24.04.2017)

Handy Thandie - прозвище актрисы Тэнди Ньютон. **True blue Ted** – прозвище бывшего консервативного премьер-министра Великобритании Эдварда Хита (blue - голубой цвет - символ консервативной партии).

К особой группе относятся прозвища описательного характера, выделяющие какую-либо отличительную черту человека: внешность, характер, привычки или умственные способности. Например:

- **Under-fire head** coach given the green light to bring players in as Jambos owner insists he's still the man for the job. (the Daily Telegraph, 28.11.2016)
- Fire head – прозвище для рыжеволосых
- To mark the fact that he had by then been broadcasting on cricket for 40 years, CMJ, as he was widely known, remarked that “some **Clever Dick** once referred to the term ‘gross ignorance’ as being 144 sports commentators”. (the Times, 02.01.2013)

Clever Dick – прозвище для умника

- BBC Breakfast host Dan Walker had a case of the **butterfingers** when he lost the new £1 coin live on air this morning. He and Louise Minchin were giving

their verdict on the new-look quid when it escaped his grasp and fell behind the red sofa. (the Daily Telegraph, 27.03.2017)

Butterfingers – аналог русского «руки-крюки», «растяпа».

- The high school freshman from Long Island, New York, is among a new breed of tech **whiz**-kids being nurtured by the likes of Google and Apple with a view to filling their next talent pool. (the Daily Telegraph, 02.10.2014)

Whiz – прозвище талантливого и одаренного человека.

Присущие англичанам вежливость и сдержанность так же повлияли на появление тенденции выражения негативного личного отношения через наиболее нейтральные формы. Яркая негативная коннотация, неприемлемая для газетного стиля, заменяется на наименее грубый вариант, но отношение автора к ситуации очевидно. Приведем примеры:

- Politics of grumpy old men **turns me off**. (the Times, 05.02.2018)
Turn off – выворачивать, разочаровывать
- Did anyone mention it? **Did they hell**. Did anyone even notice? I actually doubt it. (the Daily Telegraph, 13.03.2018)
- If there is one word that makes me **reach for my proverbial revolver**, it's "solidarity". (the Times, 16.04.2018)

Необходимо заметить, что экспрессивно окрашенные формы обращения стилистически маркированы: чаще всего они употребляются в разговорной речи, а в газетах их можно встретить в статьях на социальные и культурные темы, а также в статьях-обзорах, где автор высказывает своё личное мнение по поводу определенной ситуации или события.

2.6 Заимствования и экзотизмы, содержащие национально-культурную информацию

Как уже отмечалось в предыдущей главе, характерной чертой английского языка является существование его территориальных вариантов:

шотландского английского, а также валлийского и ирландского. Поэтому территориальная национально-культурная специфика может находить свое отражение в официальном государственном языке. (Журавлёва, 2006: 171).

Территориально-культурные заимствования внутри одного национального языка ведут к пополнению лексического фонда этого языка. На национально-культурную специфику английского языка оказывали – и продолжают оказывать – влияние языки и диалекты английского, присутствующие в Шотландии, Уэльсе и Северной Ирландии.

Обратимся к заимствованиям из шотландского языка, которые получают все большее распространение в газетном языке в Великобритании. Это можно объяснить несколькими причинами: сепаратистские тенденции в Шотландии, деятельность националистических партий, стремление к повышению и укреплению национального сознания путём расширения сферы употребления шотландского диалекта английского языка. Большинство заимствований из шотландского в английский относятся к природным объектам и предметам культуры. Приведем примеры:

- Transport Scotland has now admitted that contractors cut corners when the signs along the Great **Glen** cycle route were erected and did not get the official Gaelic placenames body to translate them. (the Times, 21.12.2017)

Glen – долина

- An insider's guide to Scotland's best **loch**-side hotels, in locations such as **Loch** Fyne, **Loch** Lomond and **Loch** Linnhe, featuring Cameron House and Isle of Eriska. (the Daily Telegraph, 18.12.2017)

Loch — озеро

- Gavin Williamson, the Defence Secretary, has stepped in to save the Army's "Be the Best" **slogan** and its historic crossed swords crest after Generals decided to scrap them as part of a costly rebranding exercise. (the Daily Telegraph, 24.12.2017)

Slogan — лозунг, призыв

- **Tartan** has suffered through its unfortunate association with Rod Stewart and Donald Trump, but one of Scotland's finest exports is fighting back on the catwalk. (the Times, 11.03.2018)

Tartan – клетчатая шерстяная материя.

В Уэльсе валлийский язык имеет статус государственного, и его значимая роль в жизни страны, а также развитие национализма и стремление населения сохранить этот язык привели к тому, что количество заимствований валлийских слов в английский язык возрастает. Рассмотрим следующие примеры:

- It was perhaps even more famous for the **coracle** which one Fred Davies launched whenever a clearance sailed over the stand into the River Severn, each recovered ball earning him 50p. (the Daily Telegraph, 28.08.2017)

Coracle — рыбацья лодка, сплетенная из ивняка и обтянутая кожей

- The Regency gardens are superb: wander through them as you make your way up to panoramic views along the river from the battlements. You'll also find a reimagining of the giant **Eisteddfod** chair, from which bards recited poetry in Wales's first talent show, held here in 1176. (the Times, 02.07.2017)

Eisteddfod — собрание уэльских бардов

- Crucial questions over Trident missile flop need answers instead of Westminster **flannel**. Tory MPs who sought to cover Defence Secretary Sir Michael Fallon's embarrassment should be ashamed of themselves. (the Daily Record, 24.01.2017)

Flannel — фланель

- The wonderfully-named **flummery** pudding is thought to have been a Welsh dish that was later adopted by the English. Traditionally oatmeal-based, today there are many variations around the world, with the name often referring to a kind of fruit custard or mousse. (the Daily Telegraph, 16.04.2018)

Flummery — блюдо, приготовленное из пшеницы или овса; также любое сладкое блюдо из муки, яиц и сахара.

Борьба за охранение национального самосознания особенно упорно ведётся в Северной Ирландии. По этой причине заимствования из ирландского языка в английский, в основном, связаны с необходимостью отобразить национальные особенности и отсутствующие в английском языке понятия:

- At the end of the 19th century the Irish botanist Nathaniel Colgan conducted research into the identity of the **shamrock**. He sought plants only from rural districts — to be collected by an “Irish peasant who can certify the specimen to be the real **shamrock**, proper to be worn on St Patrick’s Day”. (the Times, 16.03.2018)

Shamrock — трилистник

- An insider's guide to the best shops in Belfast, including the best for designer jewellery, ceramics, Irish Linen and art, from Geoff Hill, Telegraph Travel's Belfast expert. **Shillelaghs?** Crystal? Linen antimacassars? Titanic mugs? (the Daily Telegraph, 11.12.2017)

Shillelagh — дубинка

- One’s personal political anguish should not detain other people for long; but, just in passing, I’ve resolved mine. There has never been a more important time for people like me to stick with **the Tories**. (the Times, 07.04.2018)

Tory — тори, консерватор

- Funny how things never go according to that plan and, after years of research I’ve identified the evil culprit – wine! The seemingly innocent grape juice that turns polite ladies into screaming psychotic **banshees**. (the Daily Telegraph, 05.01.2014)

Banshee — злой дух, предвещающий смерть.

После рассмотрения примеры заимствований в английский язык слов и выражений из языков народов, проживающих на территории Великобритании становится очевидно, что их процент в общем слое лексики не очень велик. В основном такие заимствования в газетных текстах используются для придания им экспрессивности и местного колорита.

Проблема взаимоотношения народов, проживающих на территории одного государства, находит своё отражение в прессе и зачастую выражается посредством использования заимствованных слов.

В каждой национально-культурной общности существует представление о жизни и порядках в других странах и у других народов. Часто эти сведения доносятся в искаженном виде и основываются на социально-психологическом восприятии, получившем название «стереотип сознания». Значительная часть этих слов выполняет номинативные и художественные функции и обозначает условия жизни и быта другого народа, помогает создать местный колорит за счет лексических единиц и представленной в них локальной и фоновой информации. Очень часто подобные слова не несут в себе правдивой информации о национальных особенностях той или иной страны. Они получили название «экзотизмы» и, точно так же, как и диалектизмы, стали «привязанными» к определенной социогеографической зоне. Данные явления также находят своё отражение в языке газеты.

Первоначально в газетах существовала традиция печатать заимствования и экзотизмы в кавычках или выделять курсивом. На данный момент эта традиция не исчезла, и кавычки и курсив не используются только в тех случаях, когда происходит полная ассимиляция и грамматическая модуляция этих слов, или в том случае, когда какие-то из них переходят в разряд общеизвестных слов. (Журавлёва, 2006: 185-186).

В современных газетных статьях можно встретить большое число экзотизмов, придающих тексту национальный колорит той страны, которую имеет в виду автор. Рассмотрим примеры:

- There's a candle on the table, flamenco on the stereo and **padrón peppers** on the menu. So bring on **la corrida** (the Times, 22.04.2017)

La corrida (исп.) – бой быков в Испании

- Oxford-educated Fiona Graham, was the only foreigner in 400 years to be accepted into the ranks of the **geisha**, whose skills in traditional Japanese

dance, poetry and music are a revered part of national culture. (the Daily Telegraph, 04.06.2011)

Geisha (япон.) – женщина в традиционном кимоно, с макияжем и причёской, развлекающая своих клиентов японским танцем, пением, ведением чайной церемонии, беседой на любую тему.

- The ultimate aim is to be able to achieve **nirvana**. You do this by finding an exercise that is almost addictive, that keeps you wanting more. "You need to stick your hand up and be honest. If you're the kind of person who wants a quick fix, find quick fix exercise motivators. (the Daily Record, 15.03.2010)

Nirvana (санскр.) – освобождение от страданий в буддизме, высшая цель существования.

- The loudest cheers of the night came for his signature move, which went viral after the Baltimore band's appearance on David Letterman's show last year. It's a sideways crouching shimmy that is somewhere between early Elvis and a Cossack **hopak**. (the Times, 02.04.2015)

Hopak (укр.) - национальный украинский танец

- If we could determine the answer, that would be very valuable, would it not? It would help to answer all sorts of interesting questions, interesting not just to sociologists and commentators, not just to Gillette and Wilkinson Sword, but also to advertisers, marketing people and other hard-headed **hommes d'affaires**. (the Times, 09.02.2010)

Homme d'affaires (франц.) – деловой человек

Использование экзотизмов в газетных статьях объясняется необходимостью описания реалий других стран: не имеющих аналогов явлений в различных сферах жизни, культуры, быта. Главным отличием экзотизмов от заимствованных слов является то, что они практически не меняются в заимствующем языке, т.е. не ассимилируются системой языка, не подвергаются грамматическим модуляциям. Из этого следует, что экзотизмы не входят в систему использующего их языка и не являются прочно связанными с лексическим и грамматическим строем данного языка.

2.7. Прецедентные феномены в языке газет Великобритании

В любом лингвокультурном сообществе встречаются прецедентные феномены. Выделяют следующие виды этого языкового явления: национальные прецедентные феномены, знакомые каждому представителю какого-то конкретного лингвокультурного сообщества, и универсальные прецедентные феномены, понятные каждому человеку (Гудков, 2013:104). Рассмотрим национальные прецедентные феномены в газетных текстах Великобритании.

Мы обратимся к таким используемым в газетах прецедентным феноменам, как прецедентные имена, высказывания, ситуации, тексты.

Прецедентные имена – это личные имена, связанные с популярными текстами или ситуациями, известными большинству представителей данного общества или какое-либо имя-символ, при упоминании которого возникают ассоциации с определенными событиями.

- Vulcan head will never beat **Romeos and Juliets** (заголовок the Times, 25.01.2018)

Romeo and Juliet – герои известной трагедии У. Шекспира

- The weak state of the economy and the markets — the FTSE 100 is 20 per cent down from its peak last April — can bring out the inner **Soames Forsyte** in the best of us (the Times, 16.01.2016)

Soames Forsyte – персонаж «Саги о Форсайтах» Дж. Голсуорси, ярый собственник

- Agatha Christie's private life would have stumped even **Poirot**. The publication of Agatha Christie's notebooks will do nothing to reveal what made her tick. Only her novels can do that. (the Daily Telegraph, 22.08.2009)

Poirot – Пуаро – знаменитый герой детективов Агаты Кристи

- To some they are bullies but to most Greeks, exhausted by the country's protracted economic crisis, the vigilantes are modern-day **Robin Hoods**,

fighting to stop greedy banks and the cash-strapped state from auctioning off poor people's homes to settle bad debts. (the Times, 07.04.2017)

Robin Hood – знаменитый герой средневековых английских фольклорных баллад

Ю.Н. Караулов выделяет следующие определения прецедентных текстов:

1. тексты, значимые для той или иной личности в познавательном эмоциональном отношении;
2. тексты сверхличностного характера, т.е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников;
3. тексты, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности. (Караулов, 2017: 216)

Прецедентными считаются тексты стихотворений, песен, произведения художественной литературы.

Д.Б. Гудков определял прецедентное высказывание как цитату в традиционном понимании (как фрагмент текста из произведений художественной литературы, кинофильмов или политический лозунг), так и название произведения. (Гудков, 2013: 107). Приведём примеры:

- **«That all the world shall--I will do such things, what they are yet I know not, but they shall be the terrors of the earth.» To King Lear's threat** Donald Trump would add, "Maybe." (the Times, 08.04.2018)
Данная фраза является отрывком из трагедии У. Шекспира «Король Лир».
- **Ministers admit defeat in battle against grey squirrels. Oliver Heald, the solicitor-general, admits defeat in the battle against the grey squirrel and scraps laws intended to protect their red cousins. Under the Grey Squirrels (Prohibition of Importation and Keeping) Order of 1937, people. You shall not pass!** (the Daily Telegraph, 18.03.2014)

You shall not pass! – известная фраза из книги Дж. Толкиена «Властелин кольца».

- When our waitress (appropriately called Agave) handed it over, I raised it towards her. "**Alas, poor Yorick,**" I said. "I knew it, Agave. A cocktail of infinite jest!" (the Daily Telegraph, 08.11.2013).

"**Alas, poor Yorick**" – цитата из трагедии У. Шекспира «Гамлет»

- **All you need is love**, writes Nicki Martin from Brig Farm Shop, but a little chocolate now and then doesn't hurt. So said Charles M Schulz and who would disagree? (the Daily Record, 13.02.2009)

All you need is love – цитата из известной одноимённой песни The Beatles

Прецедентные тексты и прямое цитирование в газетных статьях служат для усиления воздействия на читателя, помогают достичь основной цели газетной публикации — с максимальной точностью передать конкретную информацию. Также прецедентные тексты используются для разъяснения точки зрения автора статьи, для доказательства его идеи через упоминание определенной фактической информации. Прецедентные высказывания усиливают впечатление за счет создания особого эффекта присутствия.

Прямое цитирование облегчает понимание для читателей, не обладающих фоновыми знаниями, а цитирование без упоминания автора или источника может существенно осложнять понимание газетного текста. Рассмотрим примеры:

- Top of the smoking writers are Martin Amis, with gems such as '**he felt the desire to smoke a cigarette even when he was smoking a cigarette**' (The Information), and Christopher Hitchens with, '**only a fool expects smoking and drinking to bring happiness- booze and fags are happiness**', which is nearly as good as Oscar Wilde's '**A cigarette is the perfect type of a perfect pleasure; it is exquisite and it leaves one unsatisfied. What more could one want?**' (the Daily Telegraph, 24.06.2008)

Цитаты из произведений М. Эмиса «Информация», К. Хитченса «For the Sake of Argument» и О. Уайльда «Портрет Дориана Грея».

- **Winston Churchill** believed in aliens, scientists have discovered. Writing in 1939 he said: **“With hundreds of thousands of nebulae, each containing thousands of millions of suns, the odds are enormous there must be immense numbers which possess planets whose circumstances would not render life impossible”** (*the Daily Record*, 15.02.2017)
- **Democracy, as Winston Churchill said, is the worst form of government apart from all the other ones that have already been tried** and, of course, we should always try to be polite and respect the choices of our fellow citizens (*the Daily Record*, 12.10.2014)

Следующие примеры иллюстрируют цитирование рекламных слоганов в тексте публицистической статьи:

- The roomy reception area at Morgan McKinley’s Dublin office is festooned with the stock-in-trade **slogans** of recruitment: **“Go beyond where you dream”**; **“Your journey is just starting”**; **“Together we go beyond”** (*the Times*, 01.04.2018).
- The new message was devised with help from one of Scotland's top advertising agencies, The Leith Agency. Extra national slogans include **"World Leader in Learning"** and **"First to Introduce Universal Education"** as well as **"Home of Golf"** and the snappy: **"Home of Europe's Fastest Growing Life Sciences Community"**. (*the Daily Record*, 01.07.2012)

Согласно Е.О. Наумовой, в прецедентных феноменах соединяются выразительность и стандарт – два основополагающих принципа организации публицистического текста, которые выделил В.Г. Костомаров. Прецедентные феномены обладают двумя противоречащими друг другу характеристиками: во-первых, они представляют собой воспроизводимые или стандартные единицы; во-вторых, они эмоционально окрашены и передают некую экспрессию – таким образом в дополнение к информативной

функции газеты выполняется еще и эстетическая. Использование прецедентных феноменов придаёт газетному тексту добавочный смысл и экспрессивную выразительность. (Наумова, 2014: 13-14).

Прецедентные феномены формируют языковую картину мира автора-журналиста и читателя, составляют значительную часть лингвокультурного тезауруса представителя определенной национально-культурной общности. В национальном языковом сознании эти явления играют значительную роль. Способность ориентироваться в них и использовать в речи является одной из составляющих владения родным языком. У иностранных читателей могут возникать серьезные проблемы с пониманием прецедентных феноменов.

Свободное владение такими феноменами – результат развития языковой личности в определенной культурной среде. Для носителя языка употребление прецедентного текста в газете не вызывает удивления, и ему не составляет труда определить, с какой целью он используется. Носитель способен идентифицировать заключенный в прецедентном феномене скрытый смысл и лингвокультурный концепт. Однако то же самое нельзя сказать даже о тех иноязычных читателях, которые в достаточной степени владеют фоновыми знаниями, так как у них теряется понимание целостного смысла газетного текста (Журавлева, 2006: 198-199).

Выводы по главе 2

Газетные статьи можно назвать одним из важнейших источников получения знаний о языке. Читая их, мы погружаемся в атмосферу языка и получаем возможность изучить его более подробно. Проведя исследование лингвостилистических особенностей британских газет, можно прийти к следующим выводам:

1. Лексические единицы с культурным компонентом значения играют большую роль в межкультурной коммуникации. При общении на иностранном языке важно не только обладать языковой компетенцией, но и иметь представление о многих явлениях культуры и быта, присутствующих в стране, на языке которой ведется разговор.
2. Национально-культурную специфику таких лексических единиц составляют фоновые знания – совокупность историко-культурных сведений, вызывающих в сознании носителей языка определённые ассоциации, которые могут возникнуть только у представителей данной лингвокультурной общности и данной культуры. Без минимального владения фоновыми знаниями межкультурная коммуникация невозможна.
3. Язык британских газет, являющийся объектом нашего исследования, насыщен лексическими единицами с культурным компонентом значения. Наиболее высокой коммуникативной значимостью в газетных текстах Великобритании обладают реалии, т.к. структурно-семантическая эквивалентность этих единиц в сопоставляемых языках не совпадает, безэквивалентная лексика, фразеологизмы и метафоры, содержащие имена и названия, имеющие отношение к историческим событиям, нравы, быт, обычаи, и прецедентные тексты. Используемые в газетных статьях, эти лексические единицы представляют большую трудность в понимании для тех, кто не обладает фоновыми знаниями. Только знания экстралингвистических факторов, составляющих основу

лексических единиц, позволяют понять весь подтекст и глубину высказывания.

4. Аббревиатуры, содержащие национально-культурный компонент, часто появляются в газетных статьях, особенно в тех из них, которые посвящены политическим и экономическим темам.
5. Наиболее ярко в языке газеты национально-культурная специфика Великобритании выражается через лексику и фразеологию, т.к. они в большей степени, чем единицы других уровней, связаны с внеязыковой реальностью. Таким образом, фразеологизмы, употребляемые в текстах британских газет, отражают национально-культурную специфику. Национально-культурный компонент во фразеологии проявляется со стороны образного содержания ФЕ, в форме выражения (наличие в одном национальном варианте и отсутствие в другом). Национально-культурная информация в газетных текстах особенно ярко проявляется во фразеологизмах, содержащих культурные и исторические компоненты.
6. Метафоры, используемые в газетных текстах в Великобритании, в основном носят общий характер и имеют аналоги по всему миру, поэтому иноязычным читателям не составит труда выделить этот троп из всего текста и понять его значение. Сложнее дело обстоит с авторскими метафорами, которые создаются путём трансформации и модификации национальной картины мира в соответствии с собственным мировосприятием автора. Анализ изученных нами материалов прессы Великобритании показал, что в газетных статьях метафора становится орудием мышления и познания мира, отражающим фундаментальные культурные ценности, т.к. основывается на национально-культурном видении мира. Наиболее метафоризированными представляются статьи на политическую и социокультурную тематику; наименее - статьи, посвящённые экономической сфере.

7. В языке газеты межвариантная национальная специфика общения очень четко проявляется в ситуациях речевого этикета, например, в использовании форм обращения. В Британии существует традиция получения титула за особые заслуги в той или иной сфере: сэръ, пэр, баронет, рыцарь. Упоминание титула является обязательным при обращении к его носителю, особенно это применительно к членам королевской семьи; поэтому в газетных текстах титулы упоминаются обязательно. Характерной чертой британских газет также является употребление прозвищ для известных людей, причём чаще всего они являются авторскими.
8. Национально-культурная специфика британских газет очень ярко выражается через употребление заимствований из языков тех стран, которые входят в состав Великобритании. Заимствования призваны обозначить явления, изначально отсутствующие в Англии, и в основном встречаются в статьях, посвященных культурной или исторической тематике. Также распространено употребление экзотизмов, т.е. слов, обозначающих условия жизни и быта другого народа. Экзотизмы служат для передачи национального колорита и часто являются общеизвестными. Для понимания и восприятия экзотизмов не требуется обширных фоновых знаний.
9. Для иноязычных читателей, не обладающих фоновыми знаниями, наибольшую трудность в понимании газетных статей будут представлять прецедентные феномены. Они объединяют в себе экспрессию и стандарт, и, наряду с другими экспрессивными средствами, представляют собой важные компоненты формирования языковой картины мира у носителя языка. В Великобритании наиболее цитируемыми являются произведения У. Шекспира, а также высказывания сэра У. Черчилля.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящем исследовании была предпринята попытка изучения особенностей британской национальной культуры через лингвостилистические особенности британских газет.

Как известно, характерной особенностью газетно-публицистического стиля является функция воздействия на чувства читателя. Для достижения этой цели в текстах газетных статей используются высокоэкспрессивные лексические и грамматические средства. Газетно-публицистический текст, содержащий национально-культурную специфику, предназначен, в первую очередь, для представителей конкретного общества. Он представляет собой модель национальной ментальности и используется в качестве инструмента для создания нового комплекса понятий в данном культурном обществе, обладающем своей идеологией. Особенностью газетно-публицистического текста является то, что в нём могут быть использованы далеко не все имеющиеся языковые средства.

В английском языке существует явление территориального варианта языка, т.е. наличие нескольких вариантов английского, использующихся в разных частях Великобритании. Варьирование в пределах единого английского языка становится возможным, благодаря наличию в нём разнообразных неязыковых, культурно-исторических и социальных черт. Основываясь на проведённом исследовании, можно сделать вывод, что национально-культурные особенности каждого из территориальных вариантов не нарушают единства общеанглийского языка, а только способствуют его обогащению и украшению.

В статьях на разные темы в британских газетах используется неодинаковое количество лексических единиц, обладающих национально-культурной спецификой. Наши исследования показали, что их наибольшее количество встречается в текстах, посвящённых политическим и культурным темам, а наименьшее – экономическим.

Проведенный анализ практического и теоретического материала позволяет сделать вывод, что в процессе изучения газетно-публицистических текстов конкретной страны можно получить представление о её национальных особенностях, истории, менталитете, культуре и традициях. Национально-культурная информация отражается в лексических и грамматических особенностях газетных текстов, раскрывается через использование безэквивалентной лексики, метафор, фразеологии, формул речевого этикета, заимствований и прецедентных феноменов.

Список использованной литературы

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. Учебник для вузов. М.: Наука, 2008. – 342 с.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. // Теория метафоры: Сборник. /Вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой. - М.: Прогресс, 2009. – 498 с.
3. Арутюнова Н.Д. Функциональные типы языковой метафоры. // Известия АН СССР. Сер. лит. и яз., 2008, Т. 37, №4. – 386 с.
4. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Язык русской культуры, 2008. – 420 с.
5. Брандес М.П., Провоторов В.И. Предпереводческий анализ текста, М.: Нви-тезаурус, 2010. – 224 с.
6. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: Гипотеза логоэпистемы. – М.: Гос. ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина, 2012. – 184 С.
7. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. М.: Рус. Яз., 2010. – 384 с.
8. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. - 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Рус. Яз., 2013. – 452 с.
9. Виноградов В.С. Перевод: Общие и лексические вопросы: Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. – М.: КДУ, 2014. – 224 с.
10. Вольф Е.М. функциональная семантика оценки. – М.: Наука, 2009. – 280 с.
11. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. //Семантические универсалии и описание языков. / Пер. с англ. А.Д. Шмелева под ред. Т.В. Булыгиной. – М.: Языки русской культуры, 2011. – 388 с.
12. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. Опыт систематизации выразительных средств. М.: Либроком, 2016. – 380 с.

13. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ИТДГК Гнозис, 2013. – 288 с.
14. Журавлёва Е.В. Испанский газетный текст как источник национально-культурной информации, диссертация. Москва, 2006. – 226 с.
15. Знаменская Т.А. Стилистика английского языка. – М.: Издательство научной и учебной литературы, 2012. – 207 (с. 151-153)
16. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 2017, – 263 с.
17. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке, Изд, 2-е, доп. – М.: Едиториал УРСС, 2015. – 107 с.
18. Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д. Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века. – СПб.: Златоуст, 2011. – 72 с.
19. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – СПб.: Златоуст, 2009. – 364 с.
20. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики: Учебник для студ. высш. учеб. заведений. - 4-е изд., испр. – М.: Смысл; Издательский центр «Академия», 2008. – 287 с.
21. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - 2-е изд., стереотип. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 183 с.
22. Наумова Е.О. Особенности функционирования прецедентных текстов в современном публицистическом дискурсе. Автореф. дисс. канд. филол. наук. – М., 2014. – 62 с.
23. Ощепкова В.В. Культурологические, этнографические и типологические аспекты лингвострановедения. Автореф. дисс. доктора филол. Наук. – М., 2015. – 70 с.
24. Райхштейн А.Д. Национально-культурная значимость слов и словесных комплексов в художественном тексте // Лингвострановедение и текст: Сборник статей. – М.: Русский язык, 2017. – 168 с.

25. Солганик Г.Я. О новых аспектах изучения языка в СМИ // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2013, № 3. – 151 с.
26. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры. - 2-изд.,испр. и доп. – М.: Акад. проспект, 2011. – 991 с.
27. Томахин Г.Д. Теоретические основы лингвострановедения: Автореф. дис.... доктора филол. наук. – М.: Дипломат. Акад. 2014. – 35 с.
28. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы: Пособие по страноведению. – М.: Высшая школа, 2012. – 239 с.
29. Темнова Е.В. Функционально-прагматическая роль метафоры в публицистическом дискурсе (на материале английского языка). Автореф. дисс. канд. филол. наук. – М., 2014. – 28 с.
30. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2010. – 624 с.
31. Чанышаева З.З. Переводоведение и практика перевода: Учебное пособие. 3-е изд., испр. и доп.– Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – 257 с.
32. Anderson, B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London: Verso, 2010. – 224 с.
33. Bell, A. The Language of News Media. Oxford: Blackwell, 2011. – 277 с.
34. Budge I. New British Politics. Person Education Limited. London: Routledge, 2013. – 254 с.
35. Douglas F. Scottish Newspapers, Language and Identity. Edinburgh University Press, 2009. – 201 с.
36. Fowler, R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press, London: Routledge, 2011. – 251 с.
37. Hall, S. The Social Production of News, London: Macmillan, 2008. – 294 с.
38. Mardh, I. Headlines: On the Grammar of English Front Page Headlines. Malmo, 2016. – 318 с.
39. McArthur T. The Oxford Companion to the English Language. Oxford and New York: Oxford University Press, 2012. – 1216 с.

40. McClure, J. D. Scots: Its Range of Uses. Edinburgh: Chambers, 2009. – 154 с.
41. Metcalf, A. The Grammar of (Newspaper) Headlines. The Chronicle of Higher Education. Washington, D.C., 2013. – 228 с.
42. Morley, J. Truth to Tell: Form and Function in Newspaper Headlines. CLUEB, 2012. – 214 с.
43. Mozūraitytė R. Newspaper Style: Stylistic Features of the Headlines. Šiauliai, 2015. – 39 с.
44. Reah, D. The Language of Newspapers. London: Routledge, 2008. – 117 с.
45. Rich C. Writing and Reporting News: A Coaching Method. Cengage Learning, 2013. – 552 с.
46. Shishkova D.D. Lexical and syntactic peculiarities of an English newspaper article. Kursk, 2015. – 53 с.
47. Swan, M. Practical English Usage. Oxford University Press, 2015. – 674 с.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ И ЭНЦИКЛОПЕДИЙ

1. Лингвистический энциклопедический словарь. /Гл. ред. В.Н. Ярцева. - М.: DirectMedia, 2008. – 688 с.

Список источников фактического материала

1. Вокабула. Энциклопедии, словари, справочники онлайн [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.вокабула.рф>. – (Дата обращения: 12.12.2017)
2. Когнитивная лингвистика [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/349223>. – (Дата обращения: 01.12.2017)
2. Особенности и парадоксальность характера англичан [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://englishgid.ru/jiznvanglii/obraz-jizni/osobennostianglichan.html>. – (Дата обращения: 26.04.2018)
3. The Daily Mail, www.dailymail.co.uk
4. The Daily Record, www.dailyrecord.co.uk
5. The Daily Telegraph, www.telegraph.co.uk
6. The Times, www.thetimes.co.uk
7. What is the journalistic style? [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://steptos.com/the-science/what-is-the-journalistic-style>. – (Дата обращения: 12.12.2017)