

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.03.02 – Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы Перевод и переводоведение

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой

_____ Т.Ю. Ма
« _____ » _____ 201_ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Репрезентация и перевод фразеологизмов в немецких средствах массовой информации

Исполнитель
студент группы 535-об

(подпись, дата)

А.В. Закаменная

Руководитель
доцент, канд.пед.наук

(подпись, дата)

И.И. Лейфа

Нормоконтроль
доцент, канд.пед.наук

(подпись, дата)

Л.П. Яцевич

Благовещенск 2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Международных отношений
Кафедра Перевода и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
_____ Т.Ю. Ма
«_____» _____ 201_ г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента: Закаменной Альбины Викторовны

1 Тема выпускной квалификационной работы: Репрезентация и перевод фразеологизмов в немецких средствах массовой информации
(утверждено приказом от _____ № _____)

2 Срок сдачи студентом законченной работы: _____

3 Исходные данные к выпускной квалификационной работе: библиографические источники, Статьи из современных журналов и газет Германии: «Die Welt», «Die Zeit», «Westdeutsche allgemeine Zeitung»

4 Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащей разработке вопросов): Роль и функции фразеологизмов в немецких средствах массовой информации, Особенности репрезентации фразеологизмов в немецких средствах массовой информации

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.): Таблица 1 – Фразеологизмы, наиболее часто использующиеся в немецкоязычных СМИ, Рисунок 1 – Специфика представления фразеологизмов в немецких СМИ, Рисунок 2 – Применение фразеологизмов в частях статьи в Германии

6 Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов): отсутствуют

7 Дата выдачи задания: _____

Руководитель выпускной квалификационной работы: Ирина Ильинична Лейфа, доцент кафедры иностранных языков, кандидат педагогических наук
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): _____
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 68 с., 1 таблицу, 2 рисунка, 53 источников.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПЕРЕВОД ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ, СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ, ОСО- БЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

В работе исследован анализ основных подходов к репрезентации и переводу фразеологизмов в немецких средствах массовой информации.

Материалом для исследования являются статьи, взятые из современных журналов и газет Германии: «Die Welt», «Die Zeit», «Westdeutsche allgemeine Zeitung». Всего было проанализировано 50 примеров фразеологизмов, использовавшихся в немецкоязычных средствах массовой информации.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Роль и функции фразеологизмов в немецких средствах массовой информации	8
1.1 Общая характеристика публицистического стиля	8
1.2 Фразеологизмы в структуре языка	14
1.3 Отличительные особенности переводческой деятельности при работе с публицистическим иноязычным материалом	22
2 Особенности репрезентации фразеологизмов в немецких средствах массовой информации	32
2.1 Особенности представления фразеологизмов в немецкоязычной прессе	32
2.2 Коммуникативные функции фразеологизмов в немецких СМИ	42
2.3 Особенности перевода фразеологизмов на русский язык на материале немецкоязычной прессы	50
Заключение	62
Библиографический список	64

ВВЕДЕНИЕ

История развития переводческой деятельности как профессионального и научного знания включает в себя множество этапов в истории человечества. Для того, чтобы отвечать потребностям окружающей языковой действительности, переводчику необходимо владеть универсальным набором переводческих стратегий и средств для оптимальной интерпретации содержания с текста оригинала на текст перевода. Соответственно, при рассмотрении особенностей письменного перевода публицистического текста, важнейшей характеристикой при выборе тех или иных средств перевода является стилистика оригинального текста и его функциональная принадлежность.

Актуальность данной выпускной квалификационной работы состоит в определении лингвистических характеристик и особенностей перевода материалов СМИ с применением фразеологического раздела, так как данная тематика является одной из трудоемких специфических особенностей как в языке оригинала, так и в переводном языке. Фразеологизмы выступают в качестве одних из наиболее древних лексических единиц, основывающихся на культурном, историческом понимании носителей языка места человека в мире. Проблематика данной выпускной квалификационной работы состоит в том, что на современном этапе развития лингвистики и перевода существует достаточно мало четких подходов к интерпретации тех или иных фразеологических оборотов в переводе материалов СМИ с сохранением подобной стилистики текста и языковой образности, что требует специализированного исследования в данной области.

Научная новизна исследования состоит в изучении специфики репрезентации фразеологизмов в немецких средствах массовой информации, которые употреблялись в новейший период (с 2015-2019 гг.), что позволит сформировать представление о современной практике использования фразеологизмов и идиом в современных немецкоязычных СМИ.

Объект исследования: фразеологизмы в составе немецкого языка.

Предмет исследования: применение фразеологизмов в публицистической немецкоязычной речи и их перевод на русский язык.

Гипотезой исследования является предположение, что в немецкоязычной прессе наиболее часто используются фразеологизмы-идиомы (пословицы, поговорки), а также предпринимаются попытки по изменению структуры фразеологизма для формирования иронии, языковой игры в тексте статьи. При переводе фразеологизмов наиболее целесообразно использовать аналоговый перевод, либо описательный, если оригинальная единица отсутствует в русском языке.

Цель исследования: анализ основных подходов к репрезентации и переводу фразеологизмов в немецких средствах массовой информации.

Задачи исследования:

1. Дать общую характеристику публицистического стиля.
2. Охарактеризовать фразеологизмы в структуре языка.
3. Описать отличительные особенности переводческой деятельности при работе с публицистическим иноязычным материалом.
4. Проанализировать особенности репрезентации фразеологизмов в немецких средствах массовой информации.
5. Исследовать особенности перевода фразеологизмов на русский язык на материале немецкоязычной прессы.

Подходы к переводу фразеологизмов в структуре языка как специфического лингвистического корпуса публицистических текстов являются достаточно широко изученными в отечественной научной литературе. Тем не менее, в отношении материалов СМИ на немецком языке на данный момент создано недостаточное количество авторитетных исследований. **Теоретической базой исследования** являются труды таких авторов как: К.Я. Авербух, Ю.Н. Афонькин, С.А. Беляева, Л.Э. Бинович, В.Г. Гак, И.Р. Гальперин, Д.О. Добровольский,

О.Л. Каменская, В.Г. Костомаров, Г.А. Мкртчян, Л.Л. Нелюбин, Е.В. Покровская, В.С. Слепович, В.Н. Телия, И.И. Чернышева и др.

Для того, чтобы в контексте данной выпускной квалификационной работы достичь поставленной цели и задач исследования, мы руководствуемся следующими общетеоретическими и лингвистическими **методами исследования**: анализ, синтез, классификация, анализ научной литературы, обращение к иноязычным словарям.

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в комплексном анализе научно-методической литературы по вопросам определения явления фразеологизма, специфике употребления фразеологизмов в немецкоязычной прессе, а также подходам к переводу фразеологизмов в текстах средств массовой информации.

Практическая значимость данной выпускной квалификационной работы строится на определении ключевых лингвистических особенностей материалов СМИ немецкого языка с использованием фразеологизмов и подходов к их переводу, которые могут быть интегрированы в деятельность профессионального переводчика немецкого языка в работе с аналогичными публицистическими материалами.

Материалом исследования являются статьи, взятые из следующих современных журналов и газет Германии: «Die Welt», «Die Zeit», «Westdeutsche allgemeine Zeitung».

1 РОЛЬ И ФУНКЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В НЕМЕЦКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

1.1 Общая характеристика публицистического стиля

При определении особенностей публицистического стиля следует, в первую очередь, охарактеризовать само понятие стиля. В результате сопоставления данного понятия на примере трудов отечественных и зарубежных исследователей, можно определить следующие существенные черты данного явления. Под стилем подразумевается:

- та или иная разновидность литературной нормы языка;
- данная разновидность функционирует в рамках той или иной сферы общественной деятельности;
- данная разновидность использует в рамках собственных характерных черт такие особенности создания и представления текста, которые позволяют определить ее отличительные черты от других стилей [4, с. 201].

Таким образом, под стилем следует понимать наиболее крупные комплексы речевых особенностей речи. Формирование и функционирование стилей речи являются результатом воздействия разнообразных факторов. Исходя из того, что стиль присутствует в речевом составе языка, на его формирование и функционирование воздействуют такие факторы, которые непосредственно связаны с жизнедеятельностью сообщества носителей данного языка. Среди данных факторов Н.С. Валгина выделяет экстралингвистические факторы, в частности:

- сферу общественной деятельности (научная, правовая, политическая, культурная, бытовая деятельность);
- форму речевой деятельности (в письменной или устной форме);
- разновидность речи (монологическое, диалогическое, полилогическое высказывание);
- характерный способ организации коммуникативного взаимодействия в условиях общественного, либо личного, индивидуального воздействия (сюда

входит весь спектр функциональных стилей за исключением разговорного стиля, который является вариантом организации общественной коммуникации);

- жанровая принадлежность речи (говоря о публицистическом стиле, следует иметь в виду заметку, статью, репортаж и т.д.);

- реализуемые функции общения [12, с. 78].

В рамках каждого из стилей речи язык выполняет те или иные функции (например, при организации общения, сообщения, воздействия и т.п.), тем не менее, для стиля типично выполнение одной ведущей функции, как считает В.Г. Костомаров [33, с. 43]. В частности, для ведущей функции научного стиля следует понимать сообщение фактов, для ведущей функции публицистического стиля – коммуникативное воздействие. Следовательно, в соответствии с теми или иными ведущими факторами можно выделить научный стиль, официально-деловой стиль, публицистический стиль, разговорный, а также художественный стиль.

Публицистический стиль является типичным стилем речи, используемым в рамках политической сферы жизнедеятельности общества. Его функционирование представлено в письменной, а также в устной форме и может проявляться в форме монолога, диалога и полилога. Публицистический стиль выступает в качестве общественного способа коммуникации, как выделяет данную специфику публицистического текста Л.Е. Кройчик [35, с. 51].

К цели публицистического текста следует отнести информатизацию населения в отношении ключевых событий, фактов и явлений, происходящих внутри страны, а также в мире с целью формирования общественного мнения. Наиболее характерной чертой публицистического стиля следует считать сочетание стандартизированных норм литературного языка (при использовании устойчивых языковых средств передачи информации), а также экспрессивных норм языка (при использовании определенных языковых средств, целью которых является оказание коммуникативного воздействия на эмоциональное восприятие читателя).

В структуре жанрового своеобразия, публицистический стиль имеет разнообразные жанры, каждый из которых позволяет достигнуть различных задач в условиях общения с учетом разнообразных условий. Например, к жанрам публицистического стиля следует отнести политические сообщения, передовую статью, заметку, фельетон, памфлет, лирико-публицистическую статью, а также сообщения агитационного характера (лозунг, призыв, обращение), сообщения, ставящие целью информатизацию и эмоциональное впечатление читателя (рецензия, сатирическая заметка, очерк, обзор). Другими словами, данные жанры находят свое выражение в рамках большинства форм массовой коммуникации (печатная корреспонденция, теле и радиопередачи и т.д.), а также в устной форме речи за счет публичных выступлений на те или иные общественные и политические темы. Учитывая подобное разнообразие жанров, публицистический стиль является одним из наиболее трудоемких стилей в теории языка.

Следует подчеркнуть, что публицистический стиль является результатом исторического и общественного развития, следовательно, он чаще, чем другие стили, отражает актуальные социально-политические изменения в общественной жизни, как анализирует данный вид стиля Б.А. Серебренников [40, с. 235]. Отличительные черты публицистических сообщений из различных эпох очевидны даже для неспециалиста. Например, в современной российской действительности по сравнению с советским наследием заметно отсутствие открытой лозунговости и призывности языка газет, стиль представления материала стал менее директивным. Большинство современных авторов в своих статьях преследуют принцип аргументированного сообщения информации, публикации в отношении одной темы зачастую вступают в полемику. Тем не менее, наиболее характерные черты публицистического текста сохраняются вне требований времени и социально-политических изменений.

Наиболее характерной чертой для публицистического стиля является ориентация на оказание воздействия в отношении читателя, как добавляет также С.В. Светлана [45, с. 48]. Следовательно, воздействующую функцию мы можем

определить как наиболее ведущую в рамках публицистического стиля, и данная функция находит свое выражение в форме экспрессивной функции публицистического стиля. Данная функция выражается среди большинства жанров данного стиля вне зависимости от социально-политических требований и условий.

Другой основной чертой публицистического стиля следует также считать информативность изложения материала, которая напрямую связана с функцией популяризации информации. Новизна сообщений обеспечивает популярность и востребованность текстов, созданных в публицистическом стиле. Сама специфика функционирования публицистического стиля в языке, а также показатели жанровой принадлежности тех или иных сообщений приводят к стандартизации определенных языковых средств в рамках публицистического стиля. Подобная формализация некоторых оборотов, клишированность текстов публицистического стиля напрямую связаны с требованиями времени, а также с требованиями экспрессивности текста.

Формулируя итог вышесказанному, С.В. Светлана характеризует следующие типологические характеристики публицистического стиля:

- ориентация на оказание воздействия на читателя (функция воздействия);
- направленность на информатизацию населения (информирующая функция);
- экспрессивность, связанная с функцией воздействия, клишированность высказываний [45, с. 62].

Функция воздействия выступает в качестве ведущей для публицистического стиля, и она же является связующей с экспрессивной характеристикой данного стиля речи. Экспрессивность публицистического стиля обнаруживается, в первую очередь, при интерпретации оценки событий или явлений общественной жизни. Достижение подобной оценочности обусловлено активным использованием лексических единиц с описательными коннотативными характеристиками (прилагательные, существительные, наречия, имеющие положительную или отрицательную оценку). Оценочность публицистического стиля

также выражается за счет соединения общеупотребимых лексических единиц с единицами из сферы книжной, возвышенной. Подобный синтез из образованной, разговорной и научной речи позволяет сообщить информацию в максимально доступной форме, при этом, не потеряв качества публицистического стиля.

Публицистический стиль также активно использует неологизмы и заимствования, а также разнообразные части слов, которые позволяют охарактеризовать специфику происходящих явлений (например, использование приставок анти-, про-, нео- при описании событий и мероприятий) [43, с. 15]. На основании выделенных выше средств массовой информации, язык, использующийся в публицистическом стиле одним из первых начинает использовать и продвигать обновленные лексические единицы, которые фиксируют наименование тех или иных процессов, являющихся новыми для читателей.

Специфика синтаксиса публицистического стиля также отличается своими характерными особенностями, которые зачастую связаны с необходимостью реализации воздействующей функции: как правило, тексты публицистического стиля имеют частые эмоционально- и экспрессивно-окрашенные конструкции с обилием восклицательных и вопросительных предложений, обращений, с постановкой риторических вопросов, лексических повторов, членением предложений и др., как считает З.Я. Тураева [47, с. 73].

Необходимость реализации экспрессивной функции также зачастую связана с использованием конструкций, отличающихся разговорным стилистическим оформлением, например, при использовании специфических частиц, междометий, инверсии, при формировании бессоюзного предложения, при опущении одного или другого члена предложения и т.д. Кроме этого, оценочная функция также находит свое выражение в заголовках, которые должны быть выразительными и броскими для притяжения внимания читателя. Экспрессивная функция, в данном случае, выражается посредством разнообразных средств языковой выразительности, как лексических, так и синтаксических.

Информативная функция публицистического стиля выполняется за счет следующих характеристик:

- особенная манера изложения (документально-фактологическая), при которой используются специальные термины, лексика, а также профессионализмы;

- стремление к обобщению содержания текста, аналитичный характер текста;

- нейтральность изложения, которая достигается за счет комбинирования экспрессивной и неэкспрессивной лексики, употребление сложных синтаксических конструкций с частым использованием подчинительной связи [48, с. 62].

Другой отличительной особенностью публицистического стиля следует также считать наличие специфических газетных языковых стандартов, специфической газетной фразеологии, которые способствуют формированию публицистических клише.

Рассмотрение специфики воздействия публицистического текста на читателя следует осветить также с позиций автора и получателя текста. Как пишет об этом И.Р. Гальперин, в тексте, как в завершеном по своему содержанию речевому произведению, происходит акт речевого взаимодействия между носителями языка, при котором происходит обмен определенной информацией, а языковой материал получает особенное оформление в речи [19, с. 63].

Проблемы взаимодействия между автором и читателем в тексте стали подниматься во второй половине XX века, согласно результатам диахронических исследований В.Г. Костомарова [34, с. 67]. Проблема определения данного коммуникативного взаимодействия, тем не менее, не нашла должного завершения также и в современной действительности, так как разнообразные социально-политические и общественные события постоянно воздействуют на трансформацию и изменение сложившихся позиций автора и читателя при работе с текстом.

Таким образом, было установлено, что публицистический стиль представляет собой один из функциональных стилей речи, представленный как в устной, так и в письменной коммуникации. Основной целью оказания коммуникативного воздействия на аудиторию публицистического стиля является сообщение той или иной информации, которая определенным образом воздействует на сознание реципиента, конструируя систему его отношений, взглядов и ожиданий от окружающей действительности. Отличительными характеристиками публицистического стиля является экспрессивность, информативность, а также активное использование неологизмов, в частности, иноязычного происхождения, которые описывают новейшие явления в социально-общественном аспекте жизнедеятельности общества.

1.2 Фразеологизмы в структуре языка

Явления фразеологических единиц представляются в форме сложной единицы, которые выступают в качестве объекта изучения в условиях междисциплинарной парадигмы в пределах лингвистики, фольклористики, психологии, этнографии и т.д. Ключевым положением, которое объединяет большинство представлений о классификации фразеологических единиц как лингвистических явлений, является попытка выделения наиболее типичных признаков идиомы, которые позволяют раскрыть ее лингвистическую специфику в условиях определенной культуры. Следовательно, определение идиомы как лингвистического явления, предпринимается с позиций следующих подходов, как перечисляет их А.Н. Баранов:

- реализация фольклористского подхода;
- реализация лингвистического подхода [8, с. 62].

Рассмотрим определение лингвистического статуса фразеологизмов с позиций каждого из подходов.

1. Фольклористский подход.

С позиций фольклористского подхода фразеологические единицы (далее ФЕ) определяются как некое суждение, которое в свернутой форме позволяет

закрепить многовековой опыт народа, сконцентрировав коллективное выражение в виде подбора моральных, либо категориальных императивов, как пишет об этом А. Вежбицкая [14, с. 27]. В частности, говоря о ФЕ с фольклористических позиций, В.В. Виноградов характеризует их как «художественное произведение родного слова, которое затрагивает быт народа, выражает его здравый смысл, а также ключевые нравственные категории» [16, с. 68]. С.М. Прокольева, в свою очередь, пишет о том, что идиомы фиксируют определенную закономерность, которая воспринимается как нравственное правило, ритуал, обычай, традиция или рекомендация для каждого из представителей того или иного народа [41, с. 57]. Это также и способ реализации мифопоэтических элементов в структуре современного языка.

Фразеологизмы выступали в качестве носителей тех или иных правил этикета, которые существовали преимущественно в вербальной форме до возникновения и распространения письменности. Они также выступали и ключевым источником информации мифологического регламента, как пишет об этом Н.Ф. Алефиренко [3, с. 24]. Фразеологизмы являются тем средством обратной связи с архаичной культурой народа, которое продвигает абсолютную истину, фиксируют место человека в мире, а также организуют определенный способ мифо-когнитивного воздействия на целевую аудиторию слушателей за счет реализации ряда архетипичных представлений.

Большинство современных авторов-фольклористов, рассматривая явление фразеологизмов в языке, склонны указывать их как важный фольклорный материал, который позволяет охарактеризовать специфику поведения носителей культуры в обществе, а также адаптироваться к окружающим явлениям мира. Говоря о данной функции ФЕ, О.С. Ахманова отмечает, что изучение и усвоение идиом обязательно среди подрастающего поколения, так как это позволяет им усвоить ключевые и основополагающие ценности, указывающие на специфику поведения в обществе [6, с. 57].

Определения в отношении характера и явления ФЕ с позиций фольклористского подхода, позволяют выделить такие сущностные черты как народность данных феноменов, их образность, краткость, а также поучительный характер. При этом идиомы выступают в качестве продукта коллективного опыта, своеобразный синтез коллективного мышления с содержащимся мифопоэтическим элементом или архетипом. Выступая в качестве неотъемлемого элемента фольклора, идиома позволяет полностью выполнить следующие функции народной эстетики, как пишет об этом Л.И. Ахметсагирова:

1. Функция объективации посредством конкретных и знакомых образов (например, идиома «sich die Haare raufen», «рвать на себе волосы» представляет достаточно бытовую ситуацию, знакомую большинству носителей языка, а также формирует общее указание на то, какой интенсивности эмоциональное состояние говорящий испытывает).

2. Функция слаженного звучания, за счет которого фразеологизм наиболее быстро запоминается и становится своеобразным условием для мышления (например, ФЕ «aus allen Wolken fallen», «быть огорошенным» основана на рифмовке второго и четвертого слова, а также на аллитерации звука [l]).

3. Функция реализации лаконичности и компактности речи, что позволяет человеку выразить собственное отношение меткой фразой, доступной и понятной участникам общения (например, ФЕ «reinen Tisch machen», «поставить все точки над i» позволяет сразу же выразить отношение говорящего к той или иной ситуации, которая требует окончательного разъяснения).

4. Функция выражения доброжелательности и гуманности обладает той же коммуникативной характеристикой, что функция, раскрытая выше, но в иной полярности, позволяя метко и четко выразить положительное отношение тех или иных объектов, поведения, внешности людей (например, ФЕ «im siebten Himmel sein», «быть на седьмом небе от счастья» позволяет выразить ободрение, который говорящий демонстрирует тому или иному партнеру по общению).

5. Функция внесения конкретики и олицетворения абстрактных, отвлеченных понятий позволяет наиболее четко передать свою мысль, а также оказать наиболее качественное эмоциональное воздействие на собеседника (например, ФЕ «in den sauren Apfel beißen», «браться за трудное дело» позволяет определить как отношение собеседника к обсуждаемому предмету, так и сформировать целый комплекс экспрессивных оценок, собственного отношения к тому, что за дело ожидает говорящего) [7, с. 79-80].

Таким образом, было определено, что с позиций фольклористского подхода фразеологизм определяется как результат многовекового языкового оформления коллективного разума народа, основанный на опыте, способах организации взаимодействия человека с окружающей средой, отличительными характеристиками которого является образность, поучительный характер, лаконичность и емкость содержания, наличие рифмовки.

Ключевая позиция, продвигающаяся в лингвокультурологической теории о лингвистическом статусе фразеологизмов в немецком языке, непосредственно связана с аксиологическими позициями данного явления в речи и культуре носителей языка. В частности, Д.О. Добровольский пишет о том, что фразеологизмы, выступая в качестве явлений, включенных в языковое пространство носителя языка, выражают целостную систему ценностных ориентаций культуры носителей языка, а лингвистический анализ данных явлений ведет к более глубокому проникновению в границы понимания не столько языковых явлений, сколько ценностных приоритетов культуры той или иной страны [26, с. 39]. Другими словами, фразеологизм является специфическим лингвокультурным текстом, который в сконцентрированной форме позволяет выразить знания и сведения о культуре определенного народа, отражает исторические моменты, традиции, нравы, обычаи носителей языка.

В структуру фразеологизмов как лингвокультурного текста входят культурно-маркированные единицы, которые формируют в сознании носителей определенное представление об окружающем мире на основании логических

конструкций, а также стилистики, речевой традиции, эмоционального восприятия той или иной ситуации, знакомой для носителей языка, как пишет об этом Б.А. Ларин [37, с. 213]. Комплекс подобных сведений выражается в культурно-историческом фоне фразеологизмов.

Измерение показателей культурно-языковых характеристик фразеологизмов в немецком языке возможно при осуществлении анализа культурных концептов, заложенных в структуре данных явлений. Как пишет об этом Е.А. Рыбакова, именно концепт является основным смысловыразителем в структуре фразеологизма, который выступает в качестве многомерного, культурно-значимого социопсихического образования, присутствующего в коллективном сознании, находящего свое выражение в том или ином предмете или явлении посредством языка [44, с. 104].

Таким образом, с позиций лингвокультурологического подхода фразеологизмы являются национально-культурными единицами, которые представляют собой реализацию сконцентрированного опыта народа, историко-культурных реалий и событий, традиций и нравов, опирающихся, в первую очередь, на тот или иной концепт. Данный концепт, находя предметное выражение, знаком и доступен для понимания носителям языка, так как присутствует в их коллективном сознании.

Семантическая классификация А.М. Искоз и А.Ф. Ленковой [29, с. 24] является наиболее обстоятельно представленной классификацией в современной фразеологии немецкого языка. Она известна в российской и зарубежной лингвистике как традиционная структурно-семантическая, в которой фразеологизмы немецкого языка разделены на следующие группы: парные слова, идиомы, крылатые выражения, пословицы.

Под парными словами (Wortpaare) понимаются устойчивые словосочетания, состоящие из двух слов. Именно в немецком языке парные слова распространены и характерны как фразеологические сочетания. Оба слова относятся к такого рода сочетаниям, к одной и той же части речи, например: Mann und

Maus (существительное, «живой и мертвый»), schalten und walten (глагол, «ворочать делами»), fix und fertig (наречие, «быть совершенно готовым»). Парные сочетания слов – это фразеологизмы с целостным значением, возникающим в результате семантического преобразования сочинительных сочетаний, включающих в себя два однородных слова и соединяемых при помощи союзов und, oder, weder...noch [там же, с. 56]. Характерные морфологические особенности – отсутствие артикля и опущение флексии: mit Herz und Mund versprechen (от избытка сердца уста глаголют), auf Herz und Nieren prüfen (основательно проверить) [5, с. 55, 67].

В парных сочетаниях семантическая целостность поддерживается не только семантическими, но и фонетическими средствами, при этом наиболее существенны ударение, рифма, нарастание компонентов.

Идиомы (Idiome) образуют в немецкой фразеологии самую большую группу устойчивых сочетаний и характеризуются неизменяемостью, образностью, переосмыслением, как пишет об этом Н.М. Гайдукова [17, с. 250]. В идиомах сумма значений компонентов не соответствует общему значению выражения: auf der Bärenhaut liegen (досл. лежать на медвежьей шкуре) – лентяйничать, ср. рус. – бить баклуши. Немецкий язык очень богат идиомами: durch die Lappen gehen «улизнуть» (досл. «пройти через тряпки»), в том числе с названиями частей тела: auf seinen fünf Augen beharren – упрямо отстаивать свое какое-нибудь нелепое утверждение (досл. настаивать своими пятью глазами), nicht auf den Kopf gefallen sein «соображать, не быть дураком» (досл. «не на голову упасть»), lange Beine haben «долго длиться» (досл. «иметь длинные ноги»), jemandem einen Floh ins Ohr setzen «обеспокоить кого-л.» (досл. «пустить кому-либо блоху в ухо») и т.д.

Общее значение идиоматических выражений может быть как мотивированным, так и немотивированным. Мотивированными являются такие идиомы, смысл которых можно заключить из значений их компонентов: ins Auge fallen – бросаться в глаза, sich den Kopf zerbrechen – ломать голову, die Nase in etwas

stecken – совать нос куда-либо, Schuppen fiel jemandem von den Augen – у кого-то пелена упала с глаз. Mir sind nämlich so etliche Schuppen von den Augen gefallen (W. Bredel). – У меня, как будто, некая пелена с глаз упала (В. Бредель) [49, с. 57].

К немотивированным относятся такие идиомы, в которых нельзя понять общий смысл из суммы значений его компонентов: j-m Beine machen – подгонять кого-л. (досл. кому-то делать ноги; ср. в русском языке жаргонизм «делать ноги» означает «убегать»), zum Halse herauswachsen – опротиветь, осточертеть (досл. вырасти до шеи), Rosinen im Kopf haben – высоко метить, зазнаваться (досл. «иметь в голове изюм»).

Немотивированные идиомы далеко не всегда можно объяснить этимологически. Нужно отметить, что критерий мотивации очень субъективен и зависит от уровня культуры и образования говорящего. Таким образом, отдельные идиомы для знающих этимологию выражения являются мотивированными, для остальных – немотивированными.

Крылатые слова являются особым видом устойчивых словосочетаний в немецком языке. К ним относят афоризмы, выражения, цитаты, сентенции, высказывания писателей, ученых, политиков, артистов. Авторство отдельных выражений со временем утрачено, но сами крылатые слова продолжают существовать в языке. А. Искоз и А. Ленкова делят крылатые слова по их происхождению на шесть групп: библейские, мифологические, народные, исторические, политические, литературные [29, с. 211].

Из библейских употребляют такие выражения, как: in dem siebenten Himmel – на седьмом небе, verbotene Frucht – запретный плод, die zehn Gebote – десять заповедей и др. Среди библейских выражений встречается большое количество устойчивых сочетаний с соматической лексикой: es klebt einem die Zunge am Gaumen – язык прилип к гортани, im Schweiß deines Angesichts (sollst du dein Brot essen) – в поте лица своего (должен ты добывать хлеб свой), ein Koloss auf tönernen Füßen – колосс на глиняных ногах.

Античная мифология очень богата крылатыми выражениями, среди которых есть также соматические выражения: Achillesferse – ахиллесова пята, eine Schlange am Busen nähren – пригреть змею на груди. Суеверия, сохранившиеся в народе, нашли отражение в фольклоре, народных сказках: der gute, böse Geist – добрый, злой дух; der dritte Hahnenschrei – третий крик петуха [50, с. 77].

Крылатые слова из истории и философии имеют, как правило, своих авторов, например: Das Leben ist kurz, die Kunst ist lang (Hippokrates) – Жизнь коротка, искусство долговечно (Гиппократ). Или Durch Blut und Eisen (O. Bismark) – Огнем и мечом (О. Бисмарк); Die Muttermale des Kapitalismus (K. Marx) – Родимые пятна капитализма (К. Маркс).

Пословицы в обобщенном виде констатируют свойства людей и явлений, дают им оценку или предписывают образ действий:

а) свойства: Reine Regel ohne Ausnahme (нет правил без исключений); Ein Unglück kommt selten allein (Бедя не приходит одна);

б) их оценка: Vorsicht ist die Mutter der Weisheit (Береженого бог бережет); Würden sind Bürden (чем больше почестей, тем больше хлопот);

в) предписание: Trau, schau, wem (доверяй, но проверяй); Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben (не говори гоп, пока не перепрыгнул) [1].

Пословицы порождаются устным народным творчеством или заимствуются из определенных литературных источников, теряя связь с этими источниками. В любом случае они обобщают опыт народа, выведенный из его общественной практики. Хотя основная сфера функционирования пословиц – общо-разговорная речь, они используются также в стиле художественной литературы и в стиле публицистики: Eine Krähe hackt der anderen kein Auge aus (свой своему поневоле брат); Getroffene Hunde bellen (после дождика в четверг); Mit Speck fängt man Mäuse (на лакомый кусочек всякий падок) и др. [49]

Семантика пословицы столь же устойчива, как и ее форма. Однако пословицы часто выступают не в самом абстрактном обобщенно-переносном значении, а лишь в каком-либо более узком смысле, как пишет об этом Е.В. Розей

[42, с. 14]. Иначе говоря, степень фактического обобщения в пословицах может быть различной. Так, например, пословица *Aller guten Dinge sind drei* (ср. Бог троицу любит) означает лишь, что в данных условиях что-либо необходимо сделать трижды или иметь в трех экземплярах. Именно отклонение речевого смысла пословицы от ее наиболее обобщенного значения, вытекающего из ее компонентного состава, и возможность употребления пословицы в таком специфическом смысле удерживают в речевом обиходе некоторые пословицы, первоначально выражавшие мораль, взгляды и социальные условия, давно ушедшие в прошлое.

Таким образом, было определено, что проблема определения лингвистического статуса фразеологизмов в современном языкознании все еще остается весьма острой и нерешенной. В современном языкознании существует несколько подходов к определению лингвистического статуса фразеологизмов, среди них: фольклористский подход, лингвистический подход. Фольклористический подход определяет фразеологизм как свернутое, емкое высказывание, отражающее мудрость народа. Лингвистический подход в широком смысле относит фразеологизмы к разделу фразеологии за счет их устойчивости, воспроизводимости и образности. С позиций структурной классификации фразеологизмов в немецком языке выделяются следующие группы: парные слова, идиомы, крылатые выражения, пословицы и поговорки. Парные слова являются одними из наиболее распространенных, для них характерно наличие некоторых лексико-грамматических особенностей: опущение флексий, артикля.

1.3 Отличительные особенности переводческой деятельности при работе с публицистическим иноязычным материалом

Переводческие трансформации входят в систему приемов перевода, которые используются переводчиком при работе с текстами обширного жанра, коммуникативной направленности в случае, если словарный аналог переводимой единицы либо отсутствует, либо не может в полной мере удовлетворить

потребности целевой аудитории перевода в установлении понимания написанного текста [3, с. 34].

Основополагающим принципом, который заложен в структуру классификации лексических и грамматических трансформаций, является сам характер языковых единиц, выступающих в качестве отправных точек для осуществления преобразования [17, с. 45]. Следовательно, весь комплекс трансформаций может быть подразделен на лексические трансформации, грамматические трансформации, а также лексико-грамматические трансформации, в которых изменения распространяются одновременно на лексические и грамматические характеристики переводимого текста, либо выполняют функцию перехода от лексической единицы к грамматической и наоборот.

Необходимость трансформации при переводе объясняется тем, что пара языков далеко не всегда содержит в своей структуре не только идентичные лексико-грамматические единицы, но также и коннотативные характеристики, включенные в языковое метапространство носителей языка, как отмечает О.Л. Каменская [31, с. 45]. В то же время, текст перевода, вне зависимости от того или иного речевого жанра, требует глубокого филологического анализа содержательной модели и отбора таких единиц, которые позволили бы удовлетворить запросам целевой аудитории перевода. Следовательно, лексические и грамматические трансформации являются необходимыми инструментами в деятельности переводчика как на формальном уровне, так и на метаязыковом уровне.

В современной теории перевода существует достаточно большое количество разнообразных классификаций лексических трансформаций. Говоря о них, И.С. Алексеева выделяет следующие типы лексических трансформаций:

- перестановка лексических единиц;
- замена лексических единиц;
- добавление лексических единиц;
- опущение лексических единиц [2, с. 166].

Данная классификация является одной из элементарных, так как подразумевает простое манипулирование лексическим составом русского языка (далее ПЯ), в то время как более сложная работа над конструированием и воссозданием семантики переводимых лексических единиц, как правило, не ведется. И.Р. Гальперин, говоря о лексических трансформациях, выделяет стилистические трансформации (например, использование синонимической замены, введение приема описательного перевода, компенсацию) и также собственно лексические трансформации (лексическая замена, добавление, конкретизация, генерализация, опущения и т.д.) [20, с. 163].

По мнению Д.К. Катфорд, трансформация в процессе перевода используется, в первую очередь, для подготовки оригинального текста к осуществлению формально-знаковых операций. Следовательно, данный автор выделяет лексические трансформации, которые осуществляют поиск речевых единиц, представленных в семантических системах переводчика, а также прием речевой компрессии, который применяется в качестве синтеза большинства лексических и лексико-грамматических трансформаций [32, с. 71].

По мнению С.М. Прокопьевой, использование последовательного перевода для достижения качественного перевода текста не является допустимым, следовательно, применение лексических и стилистических трансформаций является необходимостью в деятельности переводчика [41, с. 42]. Среди лексических трансформаций данный автор выделяет транслитерацию/транскрипцию, прием калькирования, семантической модификации, описания, комментария, а также прием смешанного (параллельного) перевода. Среди стилистических трансформаций данный автор выделяет операцию замены лексического состава, замены образа, замены тропа или фигуры речи, замену переносного значения, а также дословный перевод с комментированием, а также и без него. И.И. Чернышева считает, что выбор среди всего множества лексических трансформаций осуществляется переводчиком на основании специфики единицы пере-

вода, на которую он ориентируется при создании переводимого текста [48, с 22].

Д.К. Катфорд, описывая классификации лексических единиц, выделяет следующие типы:

- трансформации компонентного уровня при оценке показателей семантической валентности, при которых используются те или иные замены (например, замена морфологических структур лексическими, морфологическими, синтаксическими, фразеологическими и т.д.);

- трансформация прагматического уровня с использованием переводческой компенсации, замены стилистических средств другими средствами, замена лакунарных лексических единиц на аналогичные, которые позволяют интерпретировать, пояснить исходную единицу и т.д.;

- трансформация референциального уровня (переводчик использует прием конкретизации, генерализации, замены реалий, реметафоризацию, метонимическую трансформацию, деметафоризацию, конверсию и т.д.);

- трансформация стилистического уровня (переводчик использует приемы эллипсиса, семантического стяжения, опущения лексической избыточности, лексическое свертывание и расширение и т.д.) [32, с. 281].

Говоря о лексических трансформациях, Е.В. Розен склонен выделять исключительно грамматические и лексические трансформации, где к последним относятся такие приемы как: конкретизация, генерализация, дифференциация значений, антонимический перевод, компенсация лексической потери, смысловое развитие и лексическое преобразование переводимого текста [43, с. 216].

В.Д. Калинина, описывая лексические трансформации, руководствуется подразделением на лексико-семантические приемы, выделяя исключительно лексические преобразования (транслитерацию, переводческое транскрибирование, калькирование, лексико-семантические замены: модуляцию, конкретизацию, генерализацию), а также комплексные лексико-грамматические транс-

формации (например, экспликацию, антонимический перевод, а также компенсацию) [30, с. 253].

Дж. Лайонз в своем исследовании описывает следующие лексические трансформации:

1. Преобразование лексического уровня (синонимическая замена на основании характера контекста).
2. Преобразование стилистического уровня (преобразование стилистических коннотативных характеристик переводимых лексических единиц).
3. Преобразование морфологического уровня (перевод одной части речи в другую, замена переводимой единицы несколькими частями речи).
4. Преобразование семантического уровня (замена детали-признака).
5. Трансформация смешанного характера (использовании конверсии, антонимического перевода и т.д.) [36, с. 248].

Н.К. Гарбовский, выделяя типы лексических трансформаций, выделил следующие подходы:

- замена (использование приема компенсации, синтаксическое замены, замены части речи, тех или иных компонентов предложения, приема конкретизации и генерализации, замены причины следствием, использование антонимического перевода);
- опущение;
- добавление [21, с. 240].

Также существует классификация лексических трансформаций В.Д. Калининой, которая, на наш взгляд, является наиболее полной, включая следующие виды: конкретизацию, генерализацию, использование приема смыслового развития, антонимический перевод, использование приема целостного преобразования, компенсации, а также перевода атрибутивных сочетаний [30, с. 79].

Интерес к изучению публицистического дискурса в последнее время приобретает все большее значение. Вопрос функционирования языка в публицистической сфере (жизнедеятельность, организация, структурно-системные свя-

зи и специфическая обусловленность текстов общественно-политического значения) нашел отображение в публицистическом дискурсе, как пишет об этом А.А. Леонтьев [38, с. 67]. Публицистический дискурс — это связанный (устный или письменный) текст, выраженный с помощью вербальных и невербальных средств, обусловленных ситуацией научно-технического общения вместе с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами. Этот подтип дискурса определяется стойким набором языковых средств, присущих определенному общественно-значимому субъекту и характерных для актуализации заданной темы социально-общественной коммуникации. Это сложное, многогранное лингвистическое явление, единицы которого обладают широкими связями с единицами других типов дискурса.

Поиск доминантных элементов текста является одной из главных задач переводчика на стадии анализа оригинала, как пишет об этом Н.К. Гарбовский [21, с. 76]. И практически всегда речь идет о переводе не изолированных текстов, а текстов, которые функционируют в пространстве определенного дискурса. При переводе публицистических текстов необходимо учитывать определенные характеристики, согласно мнению М.М. Глушко:

- жанровые;
- коммуникативные;
- лингвостилистические;
- этноспецифические [23, с. 83].

Эти характеристики образуют комплексную модель исходящего текста. Жанровая модель описывает общие требования указанного типа текста независимо от конкретной ситуации. Коммуникативная модель формирует представление о пресуппозиции и иллокуции, которые помогут переводчику, еще до начала процесса перевода, а также она фокусирует внимание и выделяет доминанты в самом тексте. В свою очередь эти доминанты отображаются в тексте с помощью разнообразных лингвостилистических средств. И, наконец, любая

коммуникация имеет свою хронологическую специфику, а это — место, время и адресат, на которых ориентирована эта коммуникация.

Для текстов, произведенных в рамках публицистического дискурса, характерны следующие признаки:

– клише и штампы (используются с целью вызвать в сознании адресатов существующие стереотипы, сделать информацию более сжатой, доступной для понимания, таким образом сокращается скорость обработки документов);

– термины и сокращения (являются своего рода центром притяжения внимания), акцентирующие основные понятия [35].

Тексты публицистической тематики отличаются не только лексическими особенностями, но и специфической структурой и реализацией (синтаксические конструкции, письменное оформление), как интерпретирует данный лингвистический феномен В.Г. Гак [18, с. 43]. Во время перевода публицистических текстов должна сохраняться тесная связь перевода с текстом оригинала, так как тексты публицистической тематики очень часто являются нормативными. Существуют жесткие ограничения на всех уровнях, начиная с макроструктур текста до абзацев, предложений и оборотов, придерживаясь стандартизированных форм, клише, устоявшихся выражений и особенных способов выражения целостности когерентности.

Тяжесть информационной нагрузки каждого предложения и важность полной и однозначной передачи информации, когда исключается любая возможность двузначного толкования, обязывают использование длинных предложений со сложным синтаксисом, высоким уровнем гипотаксиса, повторением синтаксической прерывистости. При переводе публицистического стиля широко используются логические структуры со значением условия и причины, как анализирует данные подходы В.В. Виноградов [16, с. 43].

Объективность представления информации обеспечивается преобладанием абсолютного настоящего времени глагола и пассивными конструкциями в оригинале, которые трансформируются в активные формы при переводе, как до-

бавляет В.Г. Костомаров [33, с. 57]. Императивный характер информации обеспечивается путем использования глагольных структур с модальным значением необходимости.

Отличительной чертой публицистического текста является наличие в нем препозитивных атрибутивных словосочетаний, образованных при помощи соположения ряда существительных. Такие словосочетания занимают значительное место в публицистической лексике, как замечает А.Е. Гусева [25, с. 239]. По количеству компонентов эти термины подразделяются на двух-, трех-, четырехкомпонентные и более. В смысловом отношении такие атрибутивные конструкции являются цельными лексическими единицами. Трудности перевода возникают из-за многообразия семантических связей между членами словосочетания, а в ряде случаев из-за многозначности словосочетания, не говоря уже о различиях в структуре немецкого и русского языков. Значительную трудность при переводе составляют и многокомпонентные термины, осложненные аббревиатурами.

При большом количестве компонентов семантико-синтаксические связи внутри терминологического ряда нарушаются, и сочетание распадается на два и более отдельных сочетания. Поэтому для сохранения семантико-синтаксических связей внутри сочетания отдельные компоненты принято соединять дефисом, или же отделять запятой.

Таким образом, было определено, что при переводе текстов публицистического жанра рекомендуется сохранять предельную четкость содержания языка оригинала, использовать эквивалентные слова перевода согласно первому значению слова, а также применять приемы объединения и деструктуризации фразы на несколько частей, дешифрования и подбора аналогичной аббревиатуры при передаче специализированной лексики, акронимов и аббревиатур, а также использовать стилистические средства перевода для поддержания образности и выразительности публицистического текста.

Завершая исследование в рамках первой главы данной выпускной квалификационной работы, можно сформулировать следующие выводы:

1. Публицистический стиль представляет собой один из функциональных стилей речи, представленный как в устной, так и в письменной коммуникации. Основной целью оказания коммуникативного воздействия на аудиторию публицистического стиля является сообщение той или иной информации, которая определенным образом воздействует на сознание реципиента, конструируя систему его отношений, взглядов и ожиданий от окружающей действительности. Отличительными характеристиками публицистического стиля является экспрессивность, информативность, а также активное использование неологизмов, в частности, иноязычного происхождения, которые описывают новейшие явления в социально-общественном аспекте жизнедеятельности общества.

2. Проблема определения лингвистического статуса фразеологизмов в современном языкознании все еще остается весьма острой и нерешенной. В современном языкознании существует несколько подходов к определению лингвистического статуса фразеологизмов, среди них: фольклористский подход, лингвистический подход. Фольклористический подход определяет фразеологизм как свернутое, емкое высказывание, отражающее мудрость народа. Лингвистический подход в широком смысле относит фразеологизмы к разделу фразеологии за счет их устойчивости, воспроизводимости и образности. С позиций структурной классификации фразеологизмов в немецком языке выделяются следующие группы: парные слова, идиомы, крылатые выражения, пословицы и поговорки. Парные слова являются одними из наиболее распространенных, для них характерно наличие некоторых лексико-грамматических особенностей: опущение флексий, артикля.

3. При переводе текстов публицистического жанра рекомендуется сохранять предельную четкость содержания языка оригинала, использовать эквивалентные слова перевода согласно первому значению слова, а также применять приемы объединения и деструктуризации фразы на несколько частей, дешиф-

рования и подбора аналогичной аббревиатуры при передаче специализированной лексики, акронимов и аббревиатур, а также использовать стилистические средства перевода для поддержания образности и выразительности публицистического текста.

2 ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В НЕМЕЦКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

2.1 Особенности представления фразеологизмов в немецкоязычной прессе

Практическое исследование было нацелено на определение особенностей репрезентации фразеологизмов в структуре немецких средств массовой информации. Для этого были отобраны примеры фразеологизмов, использующиеся в публицистических текстах немецкоязычных СМИ в таких газетах как «Die Welt» [51], «Die Zeit» [52] и «Westdeutsche allgemeine Zeitung» [53] и их варианты перевода на русский язык. Всего было проанализировано 50 примеров фразеологизмов, использовавшихся в немецкоязычных СМИ, и 50 вариантов их перевода в русскоязычных СМИ (ИноСМИ, Коммерсантъ, Аргументы и факты).

Практическое исследование подразумевало реализацию следующих задач:

1. Определение специфики репрезентации фразеологизмов, использующихся в немецкоязычных СМИ.
2. Исследование специфики коммуникативных функций, которые реализуются за счет применения немецкоязычных фразеологизмов.
3. Характеристика основных подходов к переводу немецкоязычных фразеологизмов в русском языке.

В качестве опорной была использована семантическая классификация фразеологизмов А.М. Искоз. Материал отбирался в пятилетний период (с 2015-2019 гг.). Критериями отбора материала стали:

- уровень популярности немецкоязычной газеты;
- приверженность тематики газеты общественно-политической сфере;
- основной акцент при выборе материала ставился на статьи социально-политического содержания.

По итогам анализа отобранного фразеологического материала было получено, что применение фразеологизмов в тексте публицистического стиля позволяет повысить воздействие на читателя, усилить те информационные аспекты, которые служат реализации политической и идеологической роли в немецком обществе, оказывают влияние на деятельность, развитие социальных институтов.

Также было определено, что в немецкоязычной прессе довольно часто используются фразеологизмы: это позволяет, с одной стороны, повысить образный характер текста, сделать его более лаконичным, кратким, с другой стороны, фразеологизмы также способствуют повышению показателей информативности, усиливают эффект воздействия текста на читателя.

Наиболее частыми фразеологизмами, которые были отобраны в результате практического исследования, стали (таблица 1):

Таблица 1 – Фразеологизмы, наиболее часто использующиеся в немецкоязычных СМИ

Фразеологизм, источник	Дословный перевод	Значение
1. Den Bock zum Gärtner machen [51]	Делать козла садовником	Поместить кого-либо на неподходящую должность
2. Die Katze im Sack kaufen [53]	Купить кошку в мешке	Быть обманутым, принять желаемое за действительное
3. zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen [52]	Прибить двух мух одним ударом	Убить двух зайцев одним выстрелом, достигнуть сразу несколько целей
4. vom [aus dem] Regen in die Traufe kommen [53]	Войти из дождя в капель	Из огня да в полымя, от неприятности к неприятности
5. mit allen Wassern gewaschen [51]	Быть омытым всеми водами	Пройти огонь, воду, быть закаленным
6. Mein Name ist Hase, ich weiß von nichts [51]	Меня зовут заяц, я ничего не знаю	Я снимаю с себя ответственность. Моя хата с краю
7. glatt wie ein Aal [52]	Гладкий, как угорь	Изворотливый
8. Äpfel mit Birnen vergleichen [53]	Сравнивать яблоко с грушей	Сравнивать несопоставимое
9. wie ein begossener Pudel [51]	Как облитый пудель	Бежать, поджав хвост, как в воду опущенный
10. mit Zuckerbrot und Peitsche [53]	Пряником и кнутом	Тактика наказания и поощрения
11. kein Blatt vor den Mund nehmen [52]	Не держать перед лицом листа	Говорить прямо, не стесняясь

12. da liegt der Hund begraben [51]	Там лежит зарытая собака	Вот, в чем истинная суть дела
-------------------------------------	--------------------------	-------------------------------

Происхождение данных фразеологизмов различно. Большой толково-фразеологический словарь Михельсона дает пояснения к выражению *die Katze im Sack kaufen*. ФЕ восходит к рассказам о Тиле Уленшпигеле (XIV век), который продал скорняку кошку, зашитую в заячий мешок, выдав ее за зайца. Означает это приобретать что-либо, ничего не зная о качестве и достоинствах приобретаемого.

От средневековых театральные постановки ведет свое появление выражения «*kein Blatt vor den Mund nehmen*» – досл. не держать лист перед ртом. Словарь немецкой фразеологии Л.Э. Бинович дает объяснение, что актер, играя роль, загоразживал нижнюю часть лица листом, чтобы его не привлекли к ответственности за то, что он говорит [9, с. 156].

Происхождение многих фразеологизмов остается неясным. К примеру, фраза «*zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen*» предположительно связана со сказкой братьев Гримм «Храбрый портняжка», где главный герой «убил семерых одним махом». В других европейских языках есть сходные с данным фразеологизмом образные выражения, свидетельствующие о древности и универсальности такого восприятия ситуации, когда для двух, обычно разных, дел используется какое-либо одно средство – (ср. лат. *uno in saltu apros capere duos* – в одной лесной долине поймать сразу двух кабанов) [5, с. 241]. Образ фразеологизма в целом отражает стереотипное представление об удачном, обычно хитроумном, решении каких-либо проблем.

Особенно любопытна история выражения «*Mein Name ist Hase (ich weiß von nichts)*». Словарь Ю.Н. Афонькина рассказывает о студенте Гейдельбергского университета Викторе фон Хазе, привлеченном в 1854-1855 гг. к допросу. Хазе помог сокурснику, участвовавшему в дуэли, бежать во Францию и отдал ему свое студенческое удостоверение, что было категорически запрещено. Беглец потерял удостоверение на границе, его нашли и передали в университет. В.

Хазе, когда его стали допрашивать в университетском суде, заявил: «Mein Name ist Hase, ich verneine die Generalfragen, ich weiß von nichts» [5, с. 89]. Эти слова получили большое распространение и в сокращенной форме вошли в поговорку. Сейчас это означает – разг. шутл. «знать не знаю, и ведать не ведаю».

Применение выделенных выше и других фразеологизмов в публицистическом стиле немецкого языка позволяет привлечь внимание читателей на злободневные темы. Наиболее часто фразеологизмы представлены в структуре заголовков, которые позволяют иронично «обыграть» наиболее острые темы в современной мировой экономике. Например, приведем некоторые примеры немецкоязычных заголовков, посвященных военным действиям в Украине, а также долгу Греции Евросоюзу: «Griechenland ist unser Tor nach Europa» (Греция – наши ворота в Европу) [51].

Из представленного примера видно, что фразеологизм «Tor nach Europa» употребляется в данном заголовке с положительной коннотацией, поскольку данная идиома исторически означало «окно в Европу», путь, ведущий к более современной, новой и качественной жизни. Это позволяет одновременно выразить и общее восприятие автором статьи позиции и статуса Греции в отношении Германии.

Однако довольно часто фразеологизмы используются в составе заголовков также и при выражении отрицательной коннотативной характеристики. Проанализируем следующие примеры:

- «EZB zieht Zügel an» [52] (ЕЦБ затягивает пояса) в определении более жестких мер, которые предпринимает европейский центральный банк в отношении экономического статуса Германии;

- «die EZB nimmt uns die Luft zum Atmen» [51] (ЕЦБ перекрывает нам кислород);

- «will Moskau in der Ukraine-Krise einen Keil in die EU treiben?» (Украинское яблоко раздора: чего добивается Москва в Евросоюзе?).

На основании представленных выше примеров видно, что употребление фразеологизмов в немецкоязычных СМИ позволяет сделать позицию автора текста более яркой, выразительной. Например, в первом примере использующийся фразеологизм «die Zügel straffer anziehen» будет переводиться как «натянуть вожжи» в значении ужесточения контроля. Данный фразеологизм наделен своей образностью, поскольку в представлении читателя Центральный Банк Европы представляется в качестве лихого наездника, который пытается совладать с выбивающимися животными

В последнем примере используется устойчивое выражение из военного жаргона, где Keil - боевой порядок углом вверх, так называемый клин. Очевидно, данное выражение подчеркивает якобы воинственные и агрессивные действия Москвы. А в следующем заголовке используемая автором метонимия способствует созданию яркой образности, броскости и комического эффекта: Alexander Dibelius verlässt Thomas Mann [52] (Александр Дибелиус покидает Томаса Манна). Александр Дибелиус - известный врач и финансовый менеджер, продает принадлежащий ему особняк, бывший когда-то во владении Томаса Манна. Используя данный стилистический прием, автор статьи стремится показать, что и «богатые тоже плачут».

Следующие примеры представляют собой терминологические фразеологизмы, поскольку пришли из области техники. Следует отметить, что устойчивые единицы терминологического происхождения редко имеют низкую стилистическую маркированность, т.е. в отличие от фразеологизмов разговорной речи, имеющих в некоторых случаях вульгарный характер, могут найти широкое применение в публицистических произведениях, не снижая их литературной и эстетической ценности. Рассмотрим на конкретных примерах:

- «Auch dieses Spiel könnte ewig dauern, denn es braucht eine Zweidrittelmehrheit im EZB-Rat, um den Geldhahn zuzudrehen» [51]. (Эта игра может длиться вечно, так как для приостановления финансирования требуется две трети голосов управляющего совета ЦБ);

Автор использует выражение закрыть кран, что повышает образность и эмоциональность высказывания, не понижая его стилистической окраски.

- «So könnte in Athen das süße Leben auf Pump weitergehen» [52] (Итак, сладкая жизнь в Афинах благодаря денежному насосу может продолжаться дальше). Выражение из технической и нефтедобывающей сферы очень метко подчеркивает масштабы финансирования Греции Евросоюзом.

Узнаваемые форма и содержание достигают поставленной цели - привлечь внимание широкого круга зрителей и читателей. Учитывая вышесказанное, становится очевидным, что внутри публицистического стиля наблюдается ярко выраженная неоднородность стилистической окраски представленных фразеологических выражений.

Итак, фразеологизмы не могут быть отнесены к исключительно лингвистическому объекту исследования. Целесообразность применения междисциплинарного подхода при дальнейшем изучении фразеологизмов в публицистическом стиле не вызывает сомнения. Одна из особенностей современной прессы - высокая степень прецедентной плотности текста. Здесь ведущая роль принадлежит фразеологическому фонду языка, что делает его объектом исследования лингвокультурологии и когнитивной лингвистики. Также представленные примеры свидетельствуют о том, что лишь незначительная часть фразеологических единиц в современной публицистике экономической и политической тематики носит эпистемогенезисный характер. Самый большой стилистический пласт, как выяснилось в рамках исследования, составляет разговорная фразеология. В качестве исследовательской перспективы выдвигаются вопросы стилистической принадлежности выявленных примеров, их роли в изотопии текста и расширении синонимического ряда.

Довольно часто использование фразеологизмов непосредственно связано с необходимостью выражения того или иного отношения говорящего к обсуждаемой теме, в которой рассказывается об обмане, неискренности. Для этого используются фразеологизмы с соматизмами, которые оказывают воздействие

на читателя за счет введения в контекст упоминания частей тела, чувств, ощущений, знакомых и близких любому читателю.

Репрезентантами концепта «обман» являются фразеологизмы с компонентами «нос», «глаз», «палец», «ухо», «зуб» в русском языке. В немецком языке так же, как и в русском, репрезентантами концепта «обман» являются фразеологизмы с компонентами-соматизмами «Nase», «Ohr», «Daumen», «Auge». Соматизм Zahn («зуб») не является репрезентантом концепта «обман» в немецком языке. Кроме того, в отличие от русского языка, концепт «обман» вербализуется в немецком языке с помощью ФЕ с компонентами Haut, Buckel, что не находит своего отражения в русской ЯКМ.

Проведённый нами анализ языкового материала показывает, что и в русском, и в немецком языке значительную группу составляют единицы, репрезентирующие акциональный обман (разного рода надувательства, жульничества, плутовство и т. д.): «пускать пыль в глаза», «отводить глаза», «для отвода глаз», «замазывать глаза» (гр.-прост.), «оставлять с носом», «натянуть нос» (прост.), «водить за нос», «обводить вокруг пальца».

ФЕ с компонентом «глаз» в русском языке репрезентируют оба члена оппозиции «обман – разоблачение обмана» (пускать пыль в глаза – открывать глаза, глаза открываются (открылись), как будто пелена падет с глаз), в немецкой ЯКМ соматизм «Auge» в составе СФ репрезентирует только представление о разоблачении обмана (j-m gehen die Augen auf, j-m die Augen öffnen, die Augen offen halten) [51].

Анализ языкового материала позволяет говорить о концептуальном единстве восприятия при репрезентации концепта «обман» в русской и немецкой публицистической среде. Образная основа ФЕ «обводить вокруг пальца»; «j-n über den Daumen drehen» создаётся через сравнение быстрого и ловкого обмана с наматыванием нитки на палец. Но при этом в немецком языке символическое значение «обман» получает не любой палец, как в русском языке, а только большой. В немецком публицистическом тексте большой палец руки играет

особую, мистическую роль. А.М. Искоз отмечает, что уже в древней германской мифологии соматизм «Daumen» как орган, который реализует связь с потусторонними силами и обладает сильной энергией мистического свойства [29, с. 104].

Для репрезентации концепта «обман» в русской и немецкой публицистической речи используется и зооморфная метафора. Прототипом СФ водить за нос / *j-n an der Nase herumführen (herumziehen)* является способ управления животными, при котором их водили с помощью кольца, продетого в ноздри. При этом в русской среде этот образ актуализировался сравнением с лошадьми и быками, а в немецкой ЯКМ – с медведями.

В немецких СФ с компонентами *Ohr, Haut, Buckel*, вербализующих концепт «обман», реализуется концептуальная метафора «человек→вместилище», соматизмы *Ohr, Haut, Buckel* могут замещать обозначение всего человека: *die Ohren (die Haut, den Buckel) voll lügen*. Представления о вербальном обмане также находят своё отражение в русской и немецкой публицистической стилистике. Основными компонентами СФ в русском языке выступают соматизмы ухо, язык (вешать лапшу на уши, трепать языком), в немецком языке – лексема *Ohr (j-m etw. ins Ohr blasen (rauen, setzen))*.

Основу значительного количества немецких и русских СФ с компонентами ухо / *Ohr*, глаз / *Auge*, репрезентирующих концепт «обман», образует метонимия «соматизм→функция». Можно также говорить и о реализации перцептивной метафоры, ведь восприятие информации через слух или через зрение тесно связано с процессом познания, однако информация, которую человек получает с помощью слуха, не всегда достоверна и надёжна, таким образом, в СФ находят своё отражение представления о доверчивой и наивной вере в пустые обещания и неправдоподобные рассказы.

И в русской, и в немецкой языковой среде обман и обманщики оцениваются негативно, но в русской языковой среде обман реализуется также и негативная оценка человека, которого обманули: растерять уши (устар.), развешивать

вать уши. Что касается сфер жизнедеятельности, в которых встречается обман, то в немецкой среде зафиксирован способ обмана в торговле: *den Daumen frei führen (den Daumen wiegen)*, – т. е. обвешивать, придавливая чашу весов, что не нашло своего отражения в русской ЯКМ.

Отсюда можно сделать вывод, что анализ ФЕ, репрезентирующих концепт «обман» в публицистической речи, свидетельствует о значительном сходстве русской и немецкой концептуальной среды на репертуарном уровне. В качестве репрезентантов концепта «обман» и в русском, и в немецком языках выступают схожие соматизмы. Образную основу ряда русских и немецких ФЕ, объективирующих концепт «обман», образуют метонимические модели «соматизм→человек», «соматизм→функция» («ухо→слух», «глаз→зрение»), а также зооморфная метафора и метафора «человек→вместитель». Некоторые различия на репертуарном уровне можно объяснить различиями в восприятии и интерпретации объектов и явлений в процессе метафорического осмысления, связанными с особенностями исторического развития России и Германии, традициями, обычаями и другими факторами.

Определив особенности представления фразеологизмов в немецких средствах массовой информации, можно представить их в виде следующего рисунка (рисунок 1):

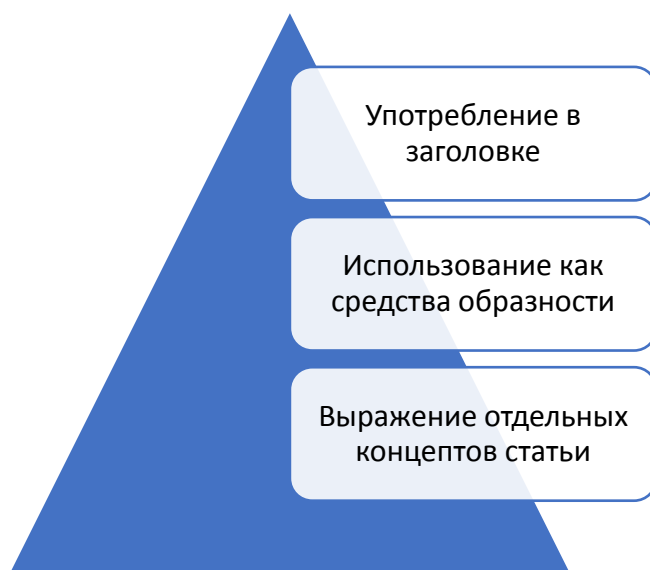


Рисунок 1 – Специфика представления фразеологизмов в немецких СМИ

Таким образом, было определено, что специфика представления фразеологизмов в немецких СМИ происходит в следующих направлениях: включение в состав заголовка, применение в качестве средства языковой выразительности, а также реализация ключевых концептов, которые значимы для основной авторской идеи текста. При этом используются фразеологизмы как в своей полной структуре, так и допускаются изменения, синонимические замены, частичное использование фразеологизма. В большинстве случаев включение фразеологизмов в структуру статьи подчинено цели усиления оказываемого коммуникативного эффекта, усиления воздействия на читателя, а также выражение основной идеи автора за счет меткой, лаконичной, четкой формулировки.

2.2 Коммуникативные функции фразеологизмов в немецких СМИ

На основании осуществленного анализа применения фразеологизмов в немецкоязычных СМИ, было получено, что они, как правило, реализуются в следующих частях статьи (см. рис. 2):

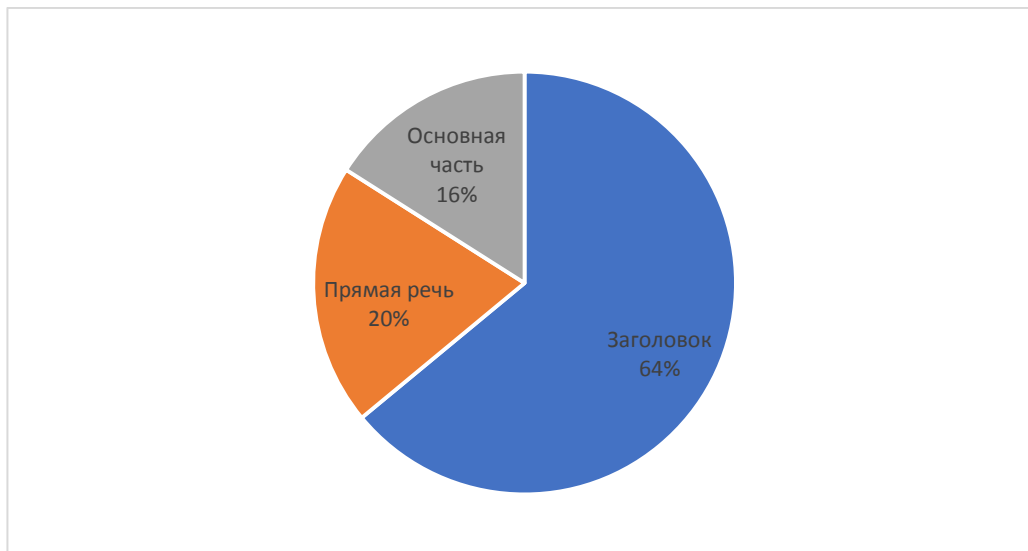


Рисунок 2 – Применение фразеологизмов в частях статьи в Германии

Из представленного выше рисунка видно, что основную часть ФЕ, использующихся в немецкоязычных СМИ, составляют заголовки. Также довольно часто фразеологизмы используются в прямой речи и в основной части. Охарактеризуем основные функции фразеологизмов в выбранных текстах.

1. Использование в качестве заголовка.

Функция: усиление воздействия на читателя, предвосхищение чтения содержания текста, управление особенностями эмоционального восприятия текста.

Анализ функционирования выбранных нами фразеологизмов в текстах газетно-публицистического стиля показывает преимущественное использование данных единиц в заголовках статей, где они призваны косвенно отразить тематику данного текста, и заинтересовать читателя качеством экспрессивно-оценочных эпитетов для характеристики того или иного события, а иногда для характеристики персонажей. При этом данные единицы бывают включены в окружение других слов, встречаются в измененном или укороченном виде. Авторы статей часто применяют такие художественные приемы как аллюзия. Лек-

сически трансформируются один или несколько элементов: происходит замена компонента фразеологизма для усиления экспрессивной окраски речи.

1. Приведем примеры – «Mein Name ist *Merkel* und ich weiß von nichts» [52] – Мое имя Меркель, я ничего не знаю – аллюзия, ср. ФЕ «Mein Name ist Hase, ich weiß von nichts» ≈ моя хата с краю, я ничего не знаю.

2. «Mein Name ist Hase – du weißt von nichts. Bewerbungen – Wer sind Sie überhaupt» – Моя хата с краю – ты ничего не знаешь. Соискательство – кто Вы, собственно говоря? (статья о новых условиях приема на работу [52]).

Приведем еще примеры заголовков с другими ФЕ, где они привлекают читателя, сообщая ему тематику статьи и отношение автора к предмету.

1. «EU-Parlamentarier nehmen kein Blatt vor den Mund – Депутаты Европарламента говорят начистоту» [53] (статья о выступлении Найджела Фараджа в Европарламенте, посвящённом выходу Британии из Евросоюза);

2. «Zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Experten fordern erneut die Einführung einer Finanztransaktionssteuer im Kampf gegen Armut» [52] – Убить 2-х зайцев одним ударом: Эксперты вновь требуют ввести налог на финансовые операции для борьбы с бедностью (статья о новых мерах по борьбе с финансовым кризисом).

2. Фразеологизмы при передаче прямой речи.

Функция: повышение достоверности представляемой информации, повышение уровня убедительности, оказание эмоционального воздействия на читателя.

Во второй группе приведены фразеологизмы, используемые при передаче прямой речи. Речь идет о публикации различных интервью, в которых фразеологизмы используются как сотрудниками печатных изданий, так и самими интервьюируемыми. Функции фразеологизмов в устной речи красочно характеризуют мысль говорящего, придают ему убедительность, воздействуют на эмоции читателя. Приведем примеры:

1. «Länder wollen beim Fiskalpakt nicht die Katze im Sack kaufen» [51] – Страны, приняв фискальный пакт, не хотят получить кота в мешке.

2 «Ausgerechnet Griechenland übernimmt zum 1. Januar die EU-Ratspräsidentschaft. Machen wir jetzt den Bock zum Gärtner?» [53] – Как раз Греция принимает председательство в Совете Евросоюза с 1 января (2014). Не пускаем ли мы козла в огород? (из интервью с министром финансов Вольфгангом Шойбле о судьбе Европы, проведенного журналистами);

3. «Warum hielt England am Bündnis mit Frankreich und Russland fest? – Die Briten wollen zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Russland besänftigen und Deutschland eindämmen. England will nicht, dass Europa die Beute einer einzigen Macht wird» [52]. – Почему Англия держится за союз с Францией и Россией? – Британцы хотят убить 2-х зайцев одним ударом: успокоить Россию и усмирить Германию. Англичане не хотят, чтобы Европа стала добычей какой-то одной державы. (из интервью с историком Кристофером Кларком о причинах первой мировой войны).

Из представленного выше перечня примеров видно, что применение фразеологизмов при передаче прямой речи способствует ее оживлению, повышению образности в структуре статьи, а также более четкому определению основных характерных идей в структуре статьи.

3. Использование ФЕ в основном тексте статьи.

И, наконец, третья группа, выделенная в ходе исследования, представляет собой применение фразеологизма в основной части статьи в качестве эпитета-определения. Этот эпитет также призван подчеркнуть отношение автора к описываемой ситуации и еще больше усиливает эффект воздействия на читателя. Большую роль играет также эффект неожиданности при применении фразеологизма. Приведем несколько соответствующих примеров:

1. «Ja, Erdogans Türkei wäre ein wichtiger Partner. Aber Deutschland und Europa machen dabei den Bock zum Gärtner. Er wird mit uns weiter nach Belieben Katz und Maus spielen, denn er sitzt am längeren Hebel» [53]. – Да, Турция при

Эрдогане была бы важным партнером. Но Европа и Германия пускают при этом козла в огород. Так как он обладает большой властью, то он будет играть с нами в кошки-мышки (из статьи «Erdogan spielt mit uns Katz und Maus» о проблеме беженцев в Европе).

2. «Tsipras würde so zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Er sichert seine Mehrheit im Parlament und spaltet zugleich die ND, die damit kaum noch Chancen auf eine Rückkehr an die Macht hätte» [51]. – Ципрас таким образом убил бы двух зайцев: он обеспечивает себе большинство в парламенте и раскалывает одновременно консервативную партию, у которой едва ли еще будут шансы на возвращение к власти.

Однако ключевой функцией большинства фразеологизмов в структуре немецких СМИ является оказание эмоционального воздействия, создание условий для речевой экспрессии, повышение уровня эмоционального восприятия читателем текста. Проанализируем на следующих примерах:

1. «Putins Bomben treffen gleich drei Ziele auf einen Schlag — sie beenden die Friedensverhandlungen, setzen Europa durch Flüchtlinge unter Druck und bringen Merkel ins Wanken» [52] (Бомбы Путина одним махом попадают в три цели: заканчивают мирные переговоры, оказывают давление на Европу через беженцев и расшатывают позиции Меркель).

Выражения *drei Ziele auf einen Schlag*; *unter Druck setzen*; *ins Wanken bringen* и их соотнесённость с объектом показывают отношение автора к процессу: выражаются неодобрение и критика (во многом спорная): *unter Druck setzen*; *ins Wanken bringen*, однако присутствует и признание успехов: *drei Ziele auf einen Schlag* (вариант выражения *mit einem Schlage zwei Fliegen treffen* — букв. «одним ударом убить двух мух» [49, с. 43]).

2. «Wie sähe eine Syrienstrategie aus, bei der der Westen sich nicht von W. Putin, dem syrischen Regime oder dem IS am Nasenring durch die geopolitische Arena ziehen ließe!» [52] (А как бы выглядела сирийская стратегия, если бы за-

пад не давал водить себя за кольцо в носу - то В. Путину, то сирийскому режиму, то ИГ).

В данном случае фразеологизм «an der Nase herumführen» (водить кого-л. за нос; здесь вариант ziehen) усилен компонентом am Nasenring, который взят из этимологического толкования оборота: в цирке за кольцо в носу водили медведя (Tanzbär) [50, с. 256]. Здесь фразеологическая экспрессия вызывает двойственное ироничное отношение: с одной стороны, самокритика, с другой — в один ряд ставятся Путин, Сирия и ИГ, а расшифровка ФЕ путём эксплицирования за счёт компонента Nasenring и сравнение Запада с животным с кольцом в носу указывает на крайнюю несамостоятельность Запада.

Более точно и полно раскрываются темы, наделенные особенной актуальностью в современных условиях. Например, к теме отношения к ИГ в прессе обеих стран задаются различные вопросы: нем.: «Wieso konnte der IS so mächtig werden? Scheinbar aus Nichts brach er auf der Landkarte des Nahen Ostens» [52] (Каким образом ИГ смогло стать таким сильным? Казалось бы из ничего возникло оно на карте Ближнего Востока). ФЕ aus Nichts показывает незнание ответа на собственный вопрос (и действительно, ответы в немецкой прессе пока довольно приблизительны).

Одной из самых обсуждаемых проблем в немецкой прессе является проблема беженцев и в связи с ней миграционная политика Германии (Flüchtlingspolitik).

В немецких комментариях к Кёльнским событиям мы видим, что наряду со стремлением к политкорректности с общим лозунгом «in Mainstream bleiben» (оставаться в русле), встречаются довольно резкие выражения: «Frustierte Polizeibeamten, denen nach Köln der Kragen geplatzt ist, machen allenthalben die Vertuscherei öffentlich» [53] (потерявшие веру полицейские, у которых лопнуло терпение, делают всё достоянием общественности) Просторечное выражение «j-m platzt der Kragen» (у кого-л. лопнуло терпение) обозначает крайнюю степень ярости [49, с. 116].

Глобальная проблема беженцев отмечается оборотами из технической сферы: «größte Belastungsprobe» (испытание на прочность); (innenpolitisch) «unter massiven Druck stehen»; «(größtmöglichen) Druck machen» (находиться под массивным давлением; оказывать давление). В связи с политикой Ангелы Меркель часто употребляются выражения, связанные с морской тематикой:

- «der Strom der über das Meer nach Europa drängenden Flüchtlinge» [51] (поток хлынувших через море в Европу беженцев);

- «eine Kehrwende vollziehen» [52] (совершить поворот на 180 градусов);

- «eine Wende in die Flüchtlingskrise bringen» [51] (сделать поворот в кризисе с беженцами);

- «einen Kursschwenk fordern» [53] (требовать изменения курса).

Очень часто встречаются обороты с компонентом Griff: «etw. in Griff bekommen» (взять под контроль); «im Griff haben» (владеть ситуацией). В связи с этими выражениями можно упомянуть ставшее крылатым в Германии высказывание Ангелы Меркель 31 августа 2015 года по поводу проблемы беженцев: «Wir schaffen das» («Мы справимся»), в связи с которым газета «Die Zeit» назвала 2015 год годом (пустых) фраз (das Jahr der Phrasen) [52].

Фраза повторяет высказывание американского президента Барака Обамы «Yes we can». По мнению газеты, такие фразы характеризуют публичный дискурс 2015 года и в силу своей расплывчатости внешне производят впечатление универсального ответа на все вопросы. Ср. комментарий: «Wir schaffen das – Sätze funktionieren, weil sich jeder selbst ausmalen kann, was genau geschafft werden soll, wie das erreicht werden könnte und wer mit „wir“ eigentlich gemeint ist. Ihre beliebige inhaltliche Dehnbarkeit macht solche Aussagen so ungemein praktisch» (Высказывания вроде «Мы справимся» существуют и функционируют, поскольку каждый в состоянии представить себе, что именно должно быть сделано, каким образом это может быть достигнуто и кто подразумевается под «мы». Их содержательная растяжимость делает такие высказывания весьма практичными) [52].

Фразеологизмы, относящиеся к политике канцлера, зачастую относятся к военной, а также спортивной сфере. Ср.: «in die Offensive kommen» (идти в атаку); «sich Spielraum erarbeiten» (захватить плацдарм); «reißt euch zusammen» (держите себя в руках); «haltet Kurs» (держите курс); «Wettlauf gegen die Zeit» (бег наперегонки со временем); «der Merkelsche Salto Mortale» [51-53] (сальто-мортале в исполнении Меркель).

И, конечно, в немецкой прессе есть много выражений, предсказывающих неудачу канцлеру: «Merkel fastet Macht, sie ist schon ganz dürr» (Власть Меркель переживает великий пост, она уже совсем исхудала) [53].

В большинстве приведённых выше ФЕ, выполняющих центральную функцию в своих контекстах, сохраняется внутренняя форма, отсюда и наличие разных видов их трансформации, из которых не последнюю роль играет двойная актуализация. Рассмотрим пример, который имеет некий исторический подтекст: «Die Deutschen hatten sich immer kleiner gemacht, als sie waren, und die Franzosen durften sich immer ein bisschen größer machen - mit dieser unausgesprochenen Rollenverteilung hatte Europa lange funktioniert. Nur war Deutschland immer größer geworden und Frankreich immer schwächer» [52] (Немцы старались казаться менее значительными, чем они были, а французам позволялось казаться себе всё более значительными – в этом разделении ролей по умолчанию Европа функционировала долго. Вот только Германия становилась всё значительнее, а Франция всё слабее).

В тексте обыгрываются значения компонентов klein (маленький, незаметный, слабый) и groß (большой, великий, сильный) при помощи формы сравнительной степени этих прилагательных. Во взаимодействии с фразеологическими значениями получились лаконичные микрообразы, показавшие динамику отношений Франции и Германии.

Следовательно, определим функционирование ФЕ в тексте немецких СМИ, можно сделать следующие выводы:

1. ФЕ являются неотъемлемой частью и чаще всего центром политического комментария и несут главный заряд воздействия на читателя, причём взаимодействуют острота обсуждаемой проблемы и экспрессивность ФЕ.

2. ФЕ могут менять смысл в зависимости от политических событий и от изменения политических реалий.

3. Политические события вызывают употребление определённых ФЕ, а эти ФЕ вызывают ассоциации с теми же событиями (ФЕ unter den Teppich kehren — Кёльнские события).

4. В теме «Отношение к России в мире» в российских газетах (ИноСМИ, Коммерсантъ, Аргументы и Факты) появляется всё больше выражений из идеографических групп сопротивление, решимость, актуальность.

5. По поводу мигрантской политики Германии и немецкого канцлера обе стороны употребляют много оборотов, создающих и усиливающих иронию. Немецкая пресса использует для этого множество ФЕ из технической, военной, спортивной и морской сферы.

6. Основным приёмом трансформации ФЕ является двойная актуализация, так как в большинстве примеров фразеологизмы сохраняют внутреннюю форму.

7. Эксплицирование ФЕ как один из видов трансформации может происходить также с помощью добавления компонентов из этимологических толкований этих оборотов, создающих дополнительные оттенки значения.

8. Добавочные смыслы, то есть новые значения, новые коннотации и эмоционально-оценочные приращения появляются в большинстве газетных текстов на политическую тему, где есть фразеология. Зачастую они актуальны только в своём контексте.

9. Сопоставление фразеологии в немецких и русских публикациях (ИноСМИ, Коммерсантъ, Аргументы и Факты) с общей тематикой позволяет выявить разные способы подачи материала не только в стилистике, но и в освещении противоположных взглядов на одну и ту же проблему.

Таким образом, организованное исследование особенностей функционирования ФЕ в немецкоязычной прессе позволило определить, что наиболее часто ФЕ используются в заголовках статей, при передаче прямой речи, а также в основном тексте в качестве языковых средств выразительности. От места употребления фразеологизма зависит и реализующаяся функция: ФЕ в составе заголовка влияют на мотивацию читателя ознакомиться с содержанием статьи, управляют его эмоциональным восприятием содержания текста, выражают центральную позицию автора. ФЕ в качестве примера прямой речи используются для повышения достоверности приводимой цитаты, для более меткого и образного описания ситуации, для целей усиления эмоционального воздействия информации на читателя. В основной части фразеологизмы реализуют функции усиления воздействия и углубления эмоционального восприятия читателя.

2.3 Особенности перевода фразеологизмов на русский язык на материале немецкоязычной прессы

Согласно большинству отечественных авторов (В.Н. Комиссаров, С. Влахов, Т.А. Казакова и др.), фразеология в процессе художественного перевода может быть подвержена четырем путям обработки: подбору фразеологического эквивалента, подбору фразеологического аналога, дословному переводу фразеологизма (калькированию), описательному переводу фразеологизма. Представим характеристику метода фразеологического эквивалента.

Весь комплекс фразеологических единиц, существующих в немецком языке, подразделяется с позиций перевода на две большие категории: на единицы, которые имеют свои эквиваленты в составе русского языка, а также на единицы, которые не имеют своих эквивалентов [30, с. 67]. Эквиваленты по своему составу также могут подразделяться на следующие типы:

1. Наличие постоянного равнозначного соответствия, которое выступает в качестве единственно возможного перевода и не зависит от содержания контекста. Переводческая деятельность в данном случае носит моноэквивалентный характер. В некоторых случаях соответствия в языке перевода могут представ-

лять собой результат дословного перевода фразеологизма, который был совершен когда-то.

Следует привести несколько подобных примеров:

- 1) Mit dem Feuer spielen. – Играть с огнём.
- 2) Den Schwanz einziehen. – Поджать хвост.
- 3) Die Katze im Sack kaufen. – Купить кота в мешке.
- 4) Es ist nicht alles Gold, was glänzt. – Не всё золото, что блестит.
- 5) Blaues Blut haben. – Иметь голубую кровь [4].

В случае, если подобное соответствие существует и его удастся использовать, в контекст перевода переходит весь комплекс значений, соответствующих для аналога. Фразеологический эквивалент в тексте перевода совпадает по большинству параметров с переводимой единицей.

В структуре ФЕ оригинального и переводимого языка встречаются расхождения на уровне лексики, грамматики, либо сочетанные лексико-грамматические расхождения, однако значение и единая стилистическая направленность остаются теми же. В большинстве случаев частичный эквивалент по уровню адекватности своего перевода следует расценивать в качестве равноценного для полного эквивалента. Внутри данной категории могут быть выделены следующие группы:

- русскоязычные эквиваленты для немецкоязычных ФЕ, которые совпадают по своему значению, имеют схожую стилистическую направленность, образность, но их лексический состав в некоторых компонентах расходится («Frau Merkel musste ihren Leichtsinn mit dem Leben büßen» [52] – «Госпоже Меркель пришлось бы поплатиться за свое легкомыслие жизнью»);

- русские эквиваленты для ФЕ немецкого языка, имеющие аналогичное значение, стилистическую направленность, но расходящиеся по показателям своей образности. В данном случае П.П. Литвинов вводит понятие аналога ФЕ [39, с. 171] (Die Türkei wurde aus dem Leben wieder geschieden [51] – И Турции вновь придется уйти из жизни).

- частичные грамматические эквиваленты представляют собой русскоязычные эквиваленты для немецкоязычных ФЕ, которые совпадают по показателям своего значения, стилистической окраске, образности, однако отличаются некоторыми грамматическими характеристиками, порядком слов в предложении [23] (Wie die Regierung (und das Leben) so spielt [52] – Как это происходит обычно при правительстве (и жизни)).

Следует рассмотреть несколько подобных примеров:

1) Etw. wie seine Westentasche kennen. – (досл.: Знать как карман своей жилетки). – Знать как свои пять пальцев.

2) Die Welt ist ein Dorf. – (досл.: Мир – деревня). – Мир тесен.

3) Die Fühler ausstrecken. – (досл.: Выпустить щупальца). – Закинуть удочку.

4) Einen Bärenhunger haben. – (досл.: Иметь медвежий голод). – Голодный как волк.

5) Das Heft in der Hand haben. – (досл.: Иметь в руке тетрадь). – Держать в своих руках бразды правления [4].

Таким образом, было определено, что метод фразеологического эквивалента подразумевает поиск и использование эквивалента, который совпадает по своим лексико-грамматическим характеристикам, имеет аналогичное значение, образность, стилистику, поэтому допускает использование эквивалента без каких-либо потерь в тексте перевода. По уровню своего совпадения с оригинальным фразеологизмом эквиваленты могут быть полными и частичными.

Калькирование используется в том случае, когда другие приемы, в первую очередь, фразеологические, не могут способствовать полноценной передаче идиомы, однако сохранение семантико-стилистических, экспрессивно-эмоциональных особенностей необходимо для того, чтобы удовлетворить ключевым потребностям в переводе художественного текста. Это возникает, например, когда использованная идиома служит для повышения степени эмоционального воздействия на читателя, когда выражает те или иные идеи, зна-

чимые для содержания текста статьи, позволяет выразить основную идею или лейтмотив произведения, познакомить читателя со значимым образом, на котором строится большая часть художественного пространства, как пишет об этом С.М. Прокофьева [41, с. 68]. Например, измененный фразеологизм: «Das Wählers Vertrauen ist so vergänglich wie des Morgens Tau» [53] переводится на русский язык следующим образом: «Доверие избирателей так же мимолетно, как роса на траве».

Калькирование подразумевает дословный перевод, который включает в контекст произведения лексические единицы, составляющие образную основу произведения:

- 1) Eine schöne Geste. – Красивый жест.
- 2) Etwas mit Stumpf und Stiel ausrotten. – Вырвать что-то с корнем и стеблем.
- 3) Im siebenten Himmel sein. – Быть на седьмом небе [52].

Использование калькированного перевода наделено своими преимуществами и довольно распространено при переводе художественной прозы. Кальки, в первую очередь, позволяют полностью сохранить и воссоздать образную систему в произведении, что важно и ценно для целей перевода художественного текста, как замечает Е.В. Розен [42, с. 14]. Кроме этого, калькированный перевод также является средством для преодоления трудностей, возникающих в том случае, когда идиома используется автором для целей создания развернутой метафоры.

В частности, П.П. Литвинов отмечает, что изначально фразеологизм «Es regnet Schusterjungen» переводится «дождь льет как из ведра», однако в примере «Ein unvorsichtiger Schusterjunge gos einen Fluss aus» использование эквивалента невозможно, поскольку в данном случае будет утрачена важная метафора. Наиболее перспективным подходом в данном отношении будет являться использование кальки с внесением дополнения от переводчика: «Был такой дождь, будто, как говорят немцы, один неосторожный ученик сапожника раз-

лил целое коромысло» [39, с. 172]. Как видно, калька позволила сохранить систему образных средств, оставить текст перевода таким же интересным, как и оригинальный текст.

Важно отметить, что при создании соответствия-кальки переводчику важно иметь представление о том, что образ в ПЯ является достаточно мотивированным, поэтому сохранение данного образа позволит реципиенту переведенного текста осознать и уловить данную вторичную номинацию. Например, при переводе фразеологизма «Er lag die Hand für sie ins Feuer» [51] использующаяся калька «Он играл с огнем ради нее» является мотивированной, поскольку опирается на логическую связь между образом человека, о котором говорится, и действиями, которые он может совершить в отношении девушки/женщины. Аналогичный характер также связан и с переводом калькой ФЕ «England bekam kalte Füße wenn es die Klinge des Unions hörte» [53] (Вероятно, у Великобритании сердце в пятки упало, когда она услышала зов Евросоюза), поскольку в данном случае читатель в тексте перевода также осознает, что при испуге довольно часто человек пугается настолько, что руки или ноги холодеют.

В случае, если мотивированность отсутствует, перевод калькой невозможен. Подобная ситуация возникает, в большинстве случаев, когда в тексте присутствует фразеологическое сращение, делающее калькированный перевод бессмысленным. Наиболее часто идиомы подобного типа имеют в своей структуре слова-реалии, которые не поддаются аналоговому, либо эквивалентному переводу в русском языке. Это может быть рассмотрено на обратных примерах, например, перевод «Mann kann nicht die Zga sehen» будет бессмысленным для передачи поговорки «Ни зги не видно», и даже если переводчик заменит лексическую единицу «згу» на дословный перевод «колокольчик на дуге лошади», это все равно не сделает перевод мотивированным для немецкоязычного читателя [20, с. 103].

Другими словами, калькированный перевод ограничен показателями мотивированности в выборе того или иного варианта перевода. Выбор кальки

возможен в том случае, когда он может быть полноценно переведен на другой язык в качестве целостного выражения, а не отдельных компонентов, его формирующих. Калькирование может быть применено при переводе образных идиом, фразеологических единств, которые наделены довольно высоким уровнем метафоричности, поскольку во фразеологических сращениях образная основа практически не воспринимается читателем, именно поэтому калька будет лишена смысла.

Калькированию поддается ряд пословиц, которые не наделены особенным подтекстом, как добавляет также Е.В. Розен [43, с. 65]. Также калькированию поддаются устойчивые сравнения, однако перед применением калькированного перевода переводчику важно удостовериться в том, что носитель языка текста перевода включен в ту же систему языковых отношений, что и переводимый фразеологизм. В частности, концепт «заяц» в разных культурах наделен своими характерными чертами: в русской языковой практике он представляет собой символ трусости, однако в Индии заяц например является символом мудрости, лиса в фольклорных преданиях России обычно представлена женским образом, в то время как в Великобритании чаще встречается лис, а не лисица. При переводе фразеологизма «Aber Gerhard Schröder war ein alter Hase» [52] невозможно подобрать кальку, поскольку концепт «заяц» в русском языке связан, в первую очередь, с трусостью, в то время как в немецком языке данный фразеологизм переводится как «много повидал на своем веку», поэтому переводчику важно подобрать аналог, который полностью бы удовлетворял изначальному замыслу автора: «Но Герхард Шредер хотя бы уже собаку съел на этих делах» в том отношении, что персонаж уже знаком с теми или иными вещами, обсуждающимися в контексте.

Важно иметь представление о том, как будет понята та или иная ФЕ в тексте перевода. В частности, идиома «Türkei rauft sich die Haare» [51] может быть переведена калькой «Турция рвет на себе волосы», и в обоих случаях она будет обозначать выражение крайнего разочарования, фрустрации. Идиома

«Jetzt hat Deutschland damit die Nase voll» [53] будет переведена аналогом «Германия уже сыта этим по горло», и в обоих случаях смысл будет связан с тем, что предел чьему-то терпению наступил.

При использовании калькированного перевода в работе с идиомой также может быть использован метод уподобления, в результате которого калька уподобляется крылатой фразе, как пишет об этом Б.А. Ларин [37, с. 203]. В частности, при переводе идиомы «Und es ist klar: Berlin als Rom war nicht an einem Tage erbaut» [51] нельзя применять аналог «Москва не сразу строилась» в силу национально-культурных отличий, которые могут понизить качество перевода. Лучше применить кальку «И это ясно, Берлин, как и Рим, не был построен за один день» и поработать над его грамматической структурой, приблизив к крылатой фразе: «Рим не сразу строился».

В.П. Жуков, С.М. Прокольева, А.М. Искоз утверждают, что в целях объяснения смысла фразеологической единицы, которая не имеет в русском языке ни аналога, ни эквивалента и не подлежит дословному переводу, переводчику необходимо прибегнуть к описательному переводу. Например:

- eine Leiche im Keller haben – семейная тайна; неприятность, скрывающаяся от посторонних (Jedes Land hat doch eine Leiche im Keller: у каждой страны есть своя тайна, которая тщательно скрывается от посторонних) [52];

- alter Schwede – старина (Frankreich ist aber unser alter Schwede: Все же Франция нам приходится старинным другом) [52];

- der Groschen fällt bei jmdm – доходить до чего-либо, наконец что-то понять (Endlich ist bei EZB der Groschen gefallen! Наконец-то до ЕЦБ дошло) [53];

- aus allen Wolken fallen – быть огорошенным (Vorsicht! Frau Merkel kann mit diesem Bericht aus allen Wolken fallen: Осторожно, этот отчет может огорошить госпожу Меркель) [53];

- sich keine grauen Haare wachsen lassen – не беспокоиться из-за ерунды (Die Redaktion bittet unseren Lesern sich keine grauen Haare wachsen lassen: Ре-

дакция газеты убедительно просит читателей не переживать по этому поводу) [53].

В большинстве случаев для того, чтобы описательный перевод был наиболее качественным, переводчику важно знать о происхождении переводимых идиом, поскольку это позволит ему определить основное содержание, мотивированность ФЕ, а также подобрать соответствующий эквивалент в форме описательного перевода.

Немецкая идиома «den schwarzen Peter haben» – «остаться виновным», возникла в результате известной в Германии одноименной карточной игры, которая в России более знакома под названием Акулина. Одна карта именуется Черным Петером, и если игрок ее вытаскивает, ему необходимо ее передать другому, иначе он проиграет. Поэтому перевод данного фразеологизма целесообразно начинать либо с описательного перевода, либо с использования аналога, но только если он соответствует национально-культурной специфике в контексте, как в следующем примере: «Schließich, hat die Türkei den schwarzen Peter wieder» [51] невозможно было бы перевести, используя аналог о карточной игре в Акулину, поэтому здесь следует использовать описательный перевод: «В конце концов, виновной вновь осталась Турция».

Рассмотрим другой пример, связанный с историей развития кегельного спорта в Германии. Выражение «eine ruhige Kugel schieben» - выполнять не пыльную работу, связано с тем фактом, что игра в кегли впервые появилась в Германии, и основной целью здесь было сбить как можно большее количество кеглей меньшим количеством ударов. Тот, кому это удавалось, оказывался счастливым, победителем. Поэтому при переводе предложения: «Die Arbeit in der Botschaft ist wirklich nicht zu schwer: viele schieben ruhige Kugeln von 8 bis 16.00 jeden Tag im Office» [51] (Работа в посольстве в действительности совсем не пыльная: многие просто появляются в офисе с 8 до 16.00). Здесь видно, что для того, чтобы компенсировать опущение значимого в немецком языке фразеологизма, переводчик ввел другое устойчивое выражение, характерное для

русского языка (не пыльная работа), заменив сам фразеологизм описательным переводом с максимально близкой коннотативной характеристикой (появляться время от времени на рабочем месте).

Описательный перевод ФЕ сводится, по сути дела, к переводу не самого фразеологизма, а его толкования, как это часто бывает вообще с единицами, не имеющими эквивалентов в ПЯ. Это могут быть объяснения, сравнения, описания, толкования – все средства, передающие в максимально ясной и краткой форме содержание ФЕ, все с тем же неизменным стремлением к фразеологизации или хотя бы намеку и на коннотативные значения.

В контексте этот путь перевода самостоятельного значения не имеет, так как в любом случае переводчик постарается вплести содержание ФЕ в общую ткань таким образом, чтобы правильно были переданы все элементы текста в целом, т. е. прибегнет к контекстуальному переводу.

Говоря о приемах перевода ФЕ и выборе между ними, остается оговорить еще одно понятие: контекстуальный перевод. Контекстуальный перевод также называют «контекстуальной заменой». Его не считают третьим (после фразеологического и нефразеологического) типом перевода, поскольку он в любом случае относится к тому или к другому; иногда это – нулевой перевод, когда единица сама по себе как бы растворяется в контексте перевода [23, с. 78].

Чаще всего о контекстуальном переводе мы вспоминаем, конечно, при отсутствии эквивалентов и аналогов – когда фразеологизм приходится передавать нефразеологическими средствами. Белый билет не имеет соответствий в немецком языке, и вероятно, в других языках; в словарях он передан калькой с пояснением или описательно. Для контекстуального перевода этот путь не годится: «голая» калька ничего не даст читателю, а осмысление трудно вместить в текст; сноска же, на наш взгляд, слабое утешение. Поэтому лучше будет «обойти» само сочетание, давая в тексте понять, что речь идет об освобождении от военной службы, причем сделать это нужно в такой форме, чтобы не

пропустить намек на соответствующую коннотацию – пренебрежение, сожаление или иные оттенки модальности.

Таким образом, было определено, что при переводе фразеологизмов в немецкоязычной прессе может использоваться как метод фразеологического эквивалента, так и калькированный перевод. Калькированный перевод идиомы представляет собой последовательный, прямой перевод с сохранением тех же образов, которые используются в языке оригинала. Достоинством калькированного перевода является его легкость в использовании, возможность сохранения тех же образов, выразительных средств, которые используются в оригинальном тексте, возможность преодоления трудностей, возникающих в тексте за счет включения фразеологической образности. Однако важно учитывать показатели мотивированности переводимой идиомы, поскольку фразеологические сращения в публицистическом стиле нередко делают калькированный перевод бессмысленным, а также учитывать показатели национально-культурного компонента. Описательный перевод подразумевает создание развернутого описания значения, либо событий, о которых говорится в идиоме. В большинстве случаев описательный перевод представляет собой результат абстрагирования мыслительной деятельности переводчика от прагматики идиомы и обобщение содержания, смысла, который он выражает в виде описания. Нередко для целей создания качественного продукта описательного перевода требуется знание этимологии фразеологизма, а также речевой практики в языковом сознании носителей оригинального языка.

Завершая исследование в рамках второй главы данной выпускной квалификационной работы, можно сформулировать следующие выводы:

1. Специфика представления фразеологизмов в немецких СМИ происходит в следующих направлениях: включение в состав заголовка, применение в качестве средства языковой выразительности, а также реализация ключевых концептов, которые значимы для основной авторской идеи текста. При этом используются фразеологизмы как в своей полной структуре, так и допускаются

изменения, синонимические замены, частичное использование фразеологизма. В большинстве случаев включение фразеологизмов в структуру статьи подчинено цели усиления оказываемого коммуникативного эффекта, усиления воздействия на читателя, а также выражение основной идеи автора за счет меткой, лаконичной, четкой формулировки.

2. Организованное исследование особенностей функционирования ФЕ в немецкоязычной прессе позволило определить, что наиболее часто ФЕ используются в заголовках статей, при передаче прямой речи, а также в основном тексте в качестве языковых средств выразительности. В зависимости от места употребления фразеологизма зависит и реализующаяся функция: ФЕ в составе заголовка влияют на мотивацию читателя ознакомиться с содержанием статьи, управляют его эмоциональным восприятием содержания текста, выражают центральную позицию автора. ФЕ в качестве примера прямой речи используются для повышения достоверности приводимой цитаты, для более меткого и образного описания ситуации, для целей усиления эмоционального воздействия информации на читателя. В основной части фразеологизмы реализуют функции усиления воздействия и углубления эмоционального восприятия читателя.

3. При переводе фразеологизмов в немецкоязычной прессе может использоваться как метод фразеологического эквивалента, так и калькированный перевод. Калькированный перевод идиомы представляет собой последовательный, прямой перевод с сохранением тех же образов, которые используются в языке оригинала. Достоинством калькированного перевода является его легкость в использовании, возможность сохранения тех же образов, выразительных средств, которые используются в оригинальном тексте, возможность преодоления трудностей, возникающих в тексте за счет включения фразеологической образности. Однако важно учитывать показатели мотивированности переводимой идиомы, поскольку фразеологические сращения в публицистическом стиле нередко делают калькированный перевод бессмысленным, а также учитывать показатели национально-культурного компонента. Описательный пере-

вод подразумевает создание развернутого описания значения, либо событий, о которых говорится в идиоме. В большинстве случаев описательный перевод представляет собой результат абстрагирования мыслительной деятельности переводчика от прагматики идиомы и обобщение содержания, смысла, которое он выражает в виде описания. Нередко для целей создания качественного продукта описательного перевода требуется знание этимологии фразеологизма, а также речевой практики в языковом сознании носителей оригинального языка.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках выбранной темы данной выпускной квалификационной работы было осуществлено исследование особенностей репрезентации фразеологизмов в немецких средствах массовой информации. По итогам осуществленного исследования были достигнуты следующие результаты:

В рамках исследования все поставленные задачи были достигнуты. По результатам достижения первой задачи было получено, что публицистический стиль представляет собой стиль речи, который нацелен на формирование определенного эмоционального воздействия читателя, манипулирования его вниманием, передачу информации и выражение мнения автора статьи. Публицистический стиль наиболее часто представлен в социально-политической и общественной сферах: в газетах, журналах, радиовыпусках, интервью, в новостных выпусках на телевидении и т.д.

При достижении второй задачи в рамках данной выпускной квалификационной работы было получено, что под фразеологизмом в структуре языка следует понимать устойчивое выражение, речевую формулу, которая наделена явлениями вторичной номинации и практически не используется в речи на основании учета первичного значения компонентов выражения. В немецком языке наиболее распространенной является семантическая классификация фразеологизмов, в соответствии с которой выделяются парные слова, идиомы, афоризмы, библеизмы, пословицы и поговорки. Фразеологизмы связаны с историей развития языка и культуры, и нередко выражают те концепты и реалии, которые характерны и значимы для страны носителей языка.

При достижении третьей задачи были получены следующие результаты. Учитывая, что любой фразеологизм наделен вторичной номинацией, работа по переводу фразеологизмов также подразумевает значительную контекстуальную работу. К ключевым подходам по переводу немецкоязычных фразеологизмов на русский язык следует отнести эквивалентный перевод, аналоговый перевод,

описательный перевод, калькирование. Работая с фразеологизмами, важно сопоставлять их по смыслу с русскоязычными аналогами и применять переводческие трансформации.

При решении четвертой задачи были получены следующие результаты. Фразеологизмы в немецкоязычной прессе наиболее часто реализуют функции по привлечению внимания читателя, по повышению степени эмоциональности контекста, а также по трансляции идеи и мнения автора статьи в отношении описываемых событий. Наиболее часто используется подход в трансформации фразеологизма, когда некоторые части опускаются и заменяются актуальными для содержания статьи, а основная «рамка» фразеологизма остается прежней. Это позволяет сформировать эффект иронии и языковой игры, а также разнообразить содержание статьи.

По итогам решения пятой задачи было получено, что наиболее часто в представлении переводов немецкоязычных материалов прессы русскоязычные переводчики руководствуются аналоговым переводом и эквивалентным переводом, но в случае, если изначальный фразеологизм отсутствует по своему содержанию и смыслу в русском языке, применяется также и описательный перевод. Среди переводческих трансформаций следует выделить лексическое опущение, лексико-грамматическую замену, подбор аналога.

Таким образом, можно сделать вывод, что поставленная цель данной выпускной квалификационной работы была достигнута. Выдвинутая гипотеза является истинной. Сформированный материал представляет собой достаточную базу для обучения особенностям анализа и перевода фразеологизмов в тексте немецкоязычных средств массовой информации при изучении немецкого языка в основной общеобразовательной школе. Исследование особенностей применения фразеологизмов в немецких средствах массовой информации наделено определенными перспективами, поскольку позволяет изучать современный немецкий язык, а также особенности стиля и языка современной прессы Германии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Авербух, К.Я. Лексические и фразеологические аспекты перевода: учеб. пособие / К.Я. Авербух, О.М. Карпова. – М.: Академия, 2009. – 172 с.
- 2 Алексеева, И.С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. фил. и лингв. фак. вузов. / И.С. Алексеева. 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2016. – 347 с.
- 3 Алефиренко, Н.Ф. Теория языка. Вводный курс: учеб. пособие для студентов филол. спец. высш. уч. заведений / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Академия, 2014. – 368 с.
- 4 Алимов, В.В. Теория перевода: пособие для лингвистов-переводчиков / В.В. Алимов. – М.: Ленард, 2015. – 240 с.
- 5 Афонькин, Ю.Н. Русско-немецкий словарь крылатых слов / Ю.Н. Афонькин. – Москва-Лейпциг: Русский язык, 2015. – 237 с.
- 6 Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 2016. – 608 с.
- 7 Ахметсагирова, Л.И. Образы фразеологизмов военного происхождения (на материале русского и немецкого языков) / Л.И. Ахметсагирова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2010. – № 3. – С. 79-83.
- 8 Баранов, А.Н. Введение в прикладную лингвистику: уч. пособие / А.Н. Баранов. – М.: Едиториал УРСС, 2013. – 360 с.
- 9 Бинович, Л.Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л.Э. Бинович. – М.: Академика, 2014. – 734 с.
- 10 Брагина, А.А. О телевизионной речи / А.А. Брагина, В.П. Вомперский // Филологические науки. – 2018. – № 2. – С. 48-56.
- 11 Будагов, Р.А. Введение в науку о языке: учеб. пособие для студентов фил. фактов университетов и пединститутов / Р.А. Будагов. – М.: Просвещение, 2015. – 492 с.

- 12 Валгина, Н.С. Активные процессы в современном русском языке: учеб. пособие для студентов вузов / Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2011. – 304 с.
- 13 Валгина, Н.С. Современный русский язык: учебник для вузов / Н.С. Валгина, Д.Э Розенталь, М.И. Фомина; под ред. Н.С. Валгиной. – М.: Логос, 2011. – 528 с.
- 14 Вежбицкая, А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежбицкая. – М.: ЯРК, 2012. – 780 с.
- 15 Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание: пер. с англ. / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 2017. – 416 с.
- 16 Виноградов, В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов. – М.: Язык и слово, 2007. – 423 с.
- 17 Гайдукова, Н.М. Фразеологизмы с цветовым компонентом как средство характеристики человека в немецком языке / Н.М. Гайдукова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2012. – № 11. – С. 247-264.
- 18 Гак, В.Г. Проблемы структурной лингвистики: учебное пособие / В.Г. Гак. – М.: Наука, 2013. – 201 с.
- 19 Гальперин, И.Р. Избранные труды / И.Р. Гальперин. – М.: Высшая школа, 2015. – 255 с.
- 20 Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Филология, 2011. – 138 с.
- 21 Гарбовский, Н.К. Теория перевода: учеб. пособ. для студентов высш. учеб. завед., обучающихся по специальности «Лингвистика и межкультурная коммуникация» / Н.К. Гарбовский. – М.: Изд-во Московского ун-та, 2017. – 542 с.
- 22 Гаспаров, Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б.М. Гаспаров. – М.: Новое литературное обозрение, 2016. – 352 с.
- 23 Глушко, М.М. Функциональный стиль общественного языка и методы его исследования М.М. Глушко. – М.: Речь, 2014. – 133 с.

24 Городникова, М.Д. К вопросу об устойчивых словосочетаниях в современном немецком языке / М.Д. Городникова. – М.: Иностранный язык, 2008. – 325 с.

25 Гусева, А.Е. Нормативно-стилистическая характеристика фразеологизмов в лексикографическом аспекте (на материале немецкого и русского языков) / А.Е. Гусева // Вестник Тамбовского университета. – 2008. – № 5. – С. 238-246.

26 Добровольский, Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии / Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 2013. – № 6. – С. 37-48.

27 Жуков, В.П. Семантика фразеологических оборотов / В.П. Жуков. – М.: Просвещение, 2008. – 160 с.

28 Зиднер, Л.Р. Современный немецкий язык / Л.Р. Зиднер, Т.В. Строева. – М.: Высшая школа, 2007. – 325 с.

29 Искоз, А.М. Лексикология немецкого языка / А.М. Искоз, А.Ф. Ленкова. – СПб.: Питер, 2010. – 314 с.

30 Калинина, В.Д. Теория и практика перевода: учеб. пособие / В.Д. Калинина. – М.: Изд-во РУДН, 2018. – 179 с.

31 Каменская, О.Л. Текст и коммуникация: учеб. пособие для институтов и факультетов иностр. языков / О.Л. Каменская. – М.: Высшая школа, 2010. – 152 с.

32 Катфорд, Д.К. Лингвистическая теория перевода: об одном аспекте прикладной лингвистики / Д.К. Катфорд. – М.: Едиториал УРСС, 2009. – 207 с.

33 Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В.Г. Костомаров. – М.: Изд-во Московского Университета, 2011. – 268 с.

34 Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – М.: Педагогика-Пресс, 2014. – 248 с.

- 35 Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров / Л.Е. Кройчик // Основ творческой деятельности журналиста. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2018. – 410 с.
- 36 Лайонз, Дж. Введение в теоретическую лингвистику: пер с англ. – М.: Прогресс, 2018. – 543 с.
- 37 Ларин, Б.А. Очерки по фразеологии. (О систематизации и методах исследования фразеологических мат-лов) / Б.А. Ларин // Очерки по лексикологии, фразеологии и стилистике. – СПб.: Знание, СпбГУ, 2016. – С. 200-225.
- 38 Леонтьев, А.А. Язык, речь, речевая деятельность / А.А. Леонтьев. – М.: Просвещение, 2009. – 214 с.
- 39 Литвинов, П.П. Фразеология / П.П. Литвинов. – М.: Примстрой, 2011. – 236 с.
- 40 Общее языкознание. Внутренняя структура языка / отв. ред. Б.А. Серебренников. – М.: Наука, 2012. – 565 с.
- 41 Прокофьева, С.М. Механизмы создания фразеологической образности. – М.: Филология, 2016. – 236 с.
- 42 Розен, Е.В. Немецкая лексика: история и современность / Е.В. Розен. – М.: Март, 2000. – 121 с.
- 43 Розен, Е.В. О некоторых клише немецкой устной речи / Е.В. Розен // ИЯШ. – 2013. – № 5. – С. 13-15.
- 44 Рыбакова, Е.А. Игры с фразеологизмами в языке современной немецкой молодёжи / Е.А. Рыбакова // Вестник Костромского государственного университета. – 2012. – № 4. – С. 102-105.
- 45 Светлана, С.В. Телевизионная речь. Функции и структура / С.В. Светлана; под ред. проф. Я.Н. Засурского. – М.: Изд-во Московского Университета, 2016. – 150 с.
- 46 Телия, В.Н. Фразеологизм: лингвистический энциклопедический словарь / В.Н. Телия. – М.: Большая российская энциклопедия, 2012. – С. 559-560.

47 Тураева, З.Я. Лингвистика текста / З.Я. Тураева. – М.: Просвещение, 2016. – 127 с.

48 Чернышева, И.И. Некоторые особенности фразеологии немецкого языка И.И. Чернышева. – М.: Высшая школа, 2009. – 327 с.

49 Beyer, H. Sprichwörterlexikon / H. Beyer, A. Beyer. – Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1989. – 392 S.

50 Graf, A.E. 6000 deutsche und russische Sprichwörter. – Halle (Saale): VEB Max Niemeyer Verlag, 1960. – 297 S.

51 Die Welt. Nachrichten, Hintergründe, News & Videos [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.welt.de>. – 22.05.2019.

52 Die Zeit. Nachrichten, Hintergründe, Debatten [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zeit.de/index>. – 22.05.2019.

53 Westdeutsche allgemeine Zeitung [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.waz.de>. – 22.05.2019.