

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Грищенко Анна, Алешкевич Екатерина (УО МГПУ им. И. П. Шамякина, Беларусь)

Научный руководитель – А. Н. Столярова, канд. филол. наук

Фразеологизмы – это особый вид выражений, которые состоят из нескольких слов и имеют устойчивое значение, отличное от значения отдельных компонентов. Фразеологизмы являются неотъемлемой частью языка и культуры каждого народа. Они широко используются в англоязычных СМИ для создания ярких и запоминающихся образов, а также для передачи определенных смысловых нюансов.

В этой статье мы рассмотрим особенности использования фразеологизмов в СМИ. Материалом для исследования стали публикации англоязычного ресурса howstuffworks.com [1].

Во-первых, фразеологизмы помогают передать не только информацию, но и эмоциональную окраску текста. В новостях или комментариях они могут добавить эмоциональный оттенок, делая материал более привлекательным для читателей:

*They are trying to **drive home** that someone has transgressed – that the individual's behavior merits punishment* (28.02.2024).

Drive home – глубоко вникнуть, убедить кого-то в чем-то. В данном примере это означает попытку сделать понятным, что кто-то нарушил правила и заслуживает наказания.

Также характерной чертой фразеологизмов являются яркость и образность. Они создают образы и ассоциации, что делает сообщения более запоминающимися и живыми. В журналистике они помогают привлечь внимание и удержать интерес аудитории:

*Fancying himself as the ruler of the cosmos, he certainly didn't wish for death to **draw the final curtain** on his reign.*

Draw the final curtain – это идиома, которая подразумевает завершение чего-либо, часто события, проекта или жизни.

Следует упомянуть такую функцию, как повышение эффективности коммуникации: использование фразеологизмов в заголовках статей или репортажах может делать информацию более точной и краткой, что важно в быстром темпе современных медиа (*bite the bullet, blow off steam, jump on the band wagon*).

Фразеологизмы могут помочь определить стиль и тон материала. Они могут быть использованы для создания особого «языка» издания, который будет узнаваем и привлекателен для своей аудитории.

*If you've noticed seashell depletion on the beaches you visit, just know that it's not just a matter of **light-fingered vacationers*** (21.11. 2020).

Light-fingered vacationers – это выражение обычно используется для обозначения людей, которые крадут что-либо, особенно когда они это делают незаметно или легко. В контексте статьи данная единица указывает на тех, кто незаконно собирает морские раковины или моллюсков.

Фразеологизмы в англоязычных СМИ играют важную роль в создании ярких и запоминающихся образов, а также в передаче определенных смысловых нюансов. В целом, фразеологизмы вносят не только разнообразие и красоту в тексты СМИ, но и обогащают язык, делая его более живым и интересным для читателей. Они помогают улучшить коммуникацию и понимание текста, делая его более выразительным и эмоциональным. Рассматриваемые единицы выполняют в текстах следующие функции: выражение авторской оценки, создание образности и обеспечение внутренней организации текста. В текстах публицистики фразеологические единицы используются как в самом тексте, так и в заголовочном комплексе. Будучи употребленными в виде заголовка, фразеологизмы способствуют достижению прагматической установки привлечения внимания потенциального читателя и выражения авторской оценки.

Список использованной литературы

1. Howstuffworks.com [Electronic resource]. – 2024. – Mode of access: <https://science.howstuffworks.com/>. – Date of access: 14.03.2024.

**‘BREAK A LEG!’: «СЛОМАЙ НОГУ!»
ИЛИ ОБ УДИВИТЕЛЬНЫХ СУЕВЕРИЯХ,
СВЯЗАННЫХ С «НЕУДАЧЕЙ» В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КУЛЬТУРЕ**
Дегтярева Валерия (УО МГПУ им. И. П. Шамякина, Беларусь)
Научный руководитель – Е. В. Сушицкая, преподаватель

Во всех странах мира, в любой культуре есть свои необычные приметы и суеверия, в которые человек немотивированно верит. Большинство примет берут свои истоки из древности или средневековья и связаны с конкретными историческими событиями, обычаями, условиями жизни и т. д. Чтобы узнать об удивительных суевериях, связанных с «неудачей», мы обратились к англоязычной культуре. И вот какие приметы мы определили в ходе нашего исследования.

Breaking a mirror (or spilling salt) might hurt you. – Разбитое зеркало или просыпанная соль могут принести беду. В случае с солью есть некие контрмеры: надо быстро подобрать щепотку из просыпанного и бросить через левое плечо. В Британии есть поверье, что по ту сторону зеркала живёт наш двойник, который следит за нами. Разбив зеркало, вы подвергнете его страданиям, а значит и себя заодно.

Spilling milk will bring seven days of bad luck. – Пролитое молоко принесёт семь дней невезения. Это убеждение возникло, возможно, из-за идеи, что выбрасывание продуктов питания, особенно таких ценных вещей, как молоко, приведёт к негативным последствиям.

Never take the last piece of food on a plate. – Это не просто вопрос воспитанности; поверье гласит, что у человека будут неприятности в семейной жизни, а неженатый человек долго не женится.

Unlucky is to walk under a ladder. – Пройти под лестницей – к неудаче. Откуда пошло это суеверие, наверняка неизвестно. Есть версия, что всему виной сопоставление лестницы, стены и земли с треугольником, а число 3 символи-