

УДК 811.1'42

Могилевцев Сергей Александрович
кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры теории и практики
перевода №1
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Sergey Mogilevtsev
PhD in Pedagogy, Associate Professor,
Associate Professor of the Chair of Theory
and Practice of Translation No1
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
2011_16@bk.ru

**ФРАЗОВЫЕ И ПРИСТАВОЧНЫЕ ГЛАГОЛЫ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ И РУССКОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ
МЕДИАДИСКУРСЕ: ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ**

**ENGLISH PHRASAL AND RUSSIAN PREFIXED VERBS
IN NEWS MEDIA DISCOURSE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF USAGE**

В статье рассматриваются английские фразовые и русские приставочные глаголы, функционирующие в новостном медийном дискурсе (печатном и телевизионном). Проведен сопоставительный анализ частоты использования послелогов в составе английских фразовых глаголов и русскоязычных глагольных приставок. Данные глаголы относятся к классу экспрессивно окрашенных лексических единиц, функционирующих в новостном медиадискурсе на указанных языках.

The article deals with expressive lexical units that function in English and Russian print and broadcast news media discourse. They embrace English phrasal and Russian prefixed verbs.

Comparative analysis of the verbs' frequency usage has been undertaken listing English phrasal verbs prepositions and Russian verbal prefixes. The two groups of verbs are analysed as lexical units that function in news media discourse in both languages.

К л ю ч е в ы е с л о в а: новостной медиадискурс; печатные и телевизионные новостные материалы; фразовый глагол; послелог; приставка; приставочный глагол; экспрессивные лексические средства.

K e y w o r d s: news media discourse; print and broadcast news materials; phrasal verb; post-verb preposition; prefix; prefixed verb; expressive lexical units.

В последние годы медиадискурс привлекает внимание многих исследователей. Это связано со значительной ролью средств массовой информации в жизни общества, которое становится более «медиацентричным» [1, с. 3]. Т. Г. Добросклонская определяет *медиадискурс* как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации» [2, с. 21]. Производной медиадискурса является новостной медиадискурс. По мнению И. С. Грибанова, данный вид дискурса «представляет собой самодостаточную и одновременно развивающуюся лингвопрагматическую сущность, обладающую рядом характерных языковых и внеязыковых параметров» [3, с. 5]. Н. В. Поплавская полагает, что главным элементом новостного дискурса является информационная и информационно-аналитическая составляющая, «представленная в жанрах новостной журналистики» [3, с. 9].

Центральным жанром телевизионного новостного дискурса (как англоязычного, так и русскоязычного) является *репортаж* – «видеозапись определенного события, смонтированного на основе дополнительного авторского текста или нового изобразительного материала в соответствии со сценарным планом» [4, с. 60], с «выкладками специалистов», привлечением «научного, статистического и архивного материала» [5, с. 8].

Одной из составляющих телевизионного дискурса является *телевизионная речь* – отдельный пласт «общенационального языка», вбирающий «в себя различные аспекты исторического, политического, социального, лингвистического характера» [6, с. 67]. Исходя из этого, лингвистический анализ различных аспектов (в данном случае лексических) телевизионной речи позволяет ознакомиться с речепотребительной практикой определенного языкового сообщества.

Рассмотрим фразовые глаголы, функционирующие в печатном и телевизионном англоязычном новостном дискурсе. Вопросу функционирования указанных глаголов в англоязычном вещательном дискурсе и способам их перевода на русский язык посвящена одна из наших работ [7]. Поскольку имеющиеся подходы к классификации фразовых глаголов были рассмотрены нами ранее [7], отметим только, что второй компонент фразового глагола, или послелог, «изменяет, уточняет, дополняет значение глагола, к которому он относится» [8, с. 8] либо «превращает его совершенно в другой глагол» [9, с. 309]. Данные лексические единицы характерны для *разговорной речи*, которая понимается как «функционально-стилевая сфера литературного языка,

которая “обслуживает” неформальное, неофициальное непосредственное (преимущественно контактное) общение» [10, с. 60]. Фразовые глаголы, являясь разговорными лексическими единицами [11], придают телевизионной речи оттенок экспрессивности.

Как известно, основными группами жанров англоязычного печатного медиадискурса являются *informative*, *opinionative*, *interpretive* [12, с. 49], однако имеется и другая точка зрения по данному вопросу [13; 14]. С целью выявления степени распространенности фразовых глаголов в англоязычном печатном медиадискурсе нами было проанализировано 20 англоязычных статей – 10 информационных и 10 аналитических (передовая статья и колонка), в которых идентифицировано 73 фразовых глагола. Установлено, что чаще всего в проанализированных материалах используется послелог *up* (38 % случаев), за которым следуют послелогии *out* и *off* (22 % и 11 % соответственно); достаточно часто употребляются послелогии *down* (5,5 %), *on* (4 %), *with* (4 %), *in* (2,7 %). Фразовые глаголы могут иметь как идиоматичное, так и неидиоматичное значение, например:

*The cause of death has been well documented: the EU Large Combustion Plant Directive (LCPD), which forced Europe’s dirtiest power stations to either **clean up** ‘очищать’ or **shut up** ‘замолчать, заткнуться’* (The Daily Telegraph, 29.09.2015).

*But analysts were quick **to point out** (отмечать, указывать) that three of the four appointed men had openly supported the laws, while a fourth had given support with some reservation* (The New York Times, 12.01.2021).

*The sums, he said “simply do not **add up**” ‘не сходится’* (The Guardian, 08.09.2004).

***Sorting this out** requires accurately diagnosing what has gone wrong ‘разобраться, решить проблему’* (The Economist, 25.09.2021) (в двух последних предложениях фразовые глаголы идиоматичны).

Как усматривается из приведенных примеров, практически все фразовые глаголы при переводе на русский язык требуют использования приставочного глагола.

С целью сравнения частотности употребления фразовых глаголов в англоязычном новостном медиадискурсе (в печатном и телевизионном) анализу были также подвергнуты телевизионные репортажи британского новостного канала Sky News, всего 20 репортажей, в которых было идентифицировано 57 фразовых глаголов. Наиболее часто употреблялись послелогии *up* (24,5 % случаев употребления), *out* (17,5 %), *on* (14 %), *down* (10,5 %). Приведем примеры идиоматичных и неидиоматичных фразовых глаголов.

*But nobody ever had thought that until the revelations that he **came forward** ‘объявился’, was **brought out** ‘раскрылась’* (Sky News, 20.08.2009).

*At the stables more than 40 horses are confined to barracks, **wrapped up** ‘укутаны’ *snuggly against the biting cold* (Sky News, 12.12.2010).*

Полученные результаты коррелируют с выводами С. Ю. Богдановой, которая указывает, что существует тринадцать наиболее частотных послелогов,

репрезентирующих все основные пространственные измерения (*up, down, ahead, forth, forward, back, in, out, on, off, about, (a)round, away*) [15]. В нашем случае идентифицировано шесть послелогов – *up, out, on, down, off, back*, а также послелог *through*.

Сравнительную частотность использования послелогов в проанализированных англоязычных материалах можно отразить в виде табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Сравнительная частотность использования послелогов во фразовых глаголах, идентифицированных в англоязычном новостном медиадискурсе

Послелог	up, %	out, %	on, %	down, %	off, %	through, %	back, %
Телевизионный дискурс	25,4	17,5	14	10,5	7	8,7	5
Печатный дискурс	38	22	4	5,4	11	1,3	1,3

Как следует из анализа, два послелога оказались одинаково часто употребительными как в телевизионном, так и в печатном медиадискурсе – *up* и *out*. Такой же вывод можно сделать в отношении послелогов *down, on* и *off*, что свидетельствует о широкой распространенности фразовых глаголов с данными послелогом в англоязычном устном дискурсе и, следовательно, в англоязычном новостном медиадискурсе в целом.

Поскольку значение многих фразовых глаголов невыводимо из значения составляющих их единиц, мы проанализировали идентифицированные глаголы на предмет их идиоматичности. Оказалось, что идиоматичные глаголы в газетных материалах составили 52 % от общего количества фразовых глаголов, в телевизионных материалах – 35 %. Это достаточно высокий показатель, свидетельствующий о том, что идиоматичность является одним из свойств фразового глагола (который И. В. Арнольд называет «идиоматической комбинацией» [16, с. 121]).

Эквивалентами английских фразовых глаголов в русском языке являются приставочные глаголы (с помощью которых и переводится на русский язык большинство рассматриваемых глаголов). Как отмечают исследователи, в русском языке «большая часть приставок имеет общее происхождение и общий звуковой состав с предлогами, вследствие чего они в известных пределах выполняют сходную роль» [17, с. 362].

Нами было выдвинуто предположение о том, что вследствие распространенности фразовых глаголов в англоязычном новостном медиадискурсе (которые переводятся на русский язык с помощью приставочных глаголов и

составляют одну из подсистем экспрессивных лексических единиц данного типа медиадискурса), приставочные глаголы также могут быть широко распространены в русскоязычном новостном медиадискурсе, где они выполняют аналогичную функцию.

С целью проверки данного предположения были проанализированы печатные и телевизионные новостные материалы на русском языке – 20 газетных статей и 20 новостных репортажей. Подчеркнем, что классификация газетных жанров, характерная для журналистики постсоветских стран, значительно отличается от соответствующей классификации, принятой в западной журналистике. Так, в российской журналистике выделяются *информационные*, *аналитические* и *публицистические* жанры, не существует жанра информационной статьи, поскольку подобная статья может быть только аналитической. Информационные газетные жанры, среди прочих, включают информационную корреспонденцию и репортаж; в аналитических жанрах выделяется аналитический отчет, аналитическая корреспонденция, комментарий и статья [18].

Исходя из приведенной классификации, проанализированные материалы, опубликованные в российских газетах «Известия» и «Труд», являются статьями, а материалы белорусских газет «Минский курьер» и «Знамя юности» – информационными корреспонденциями и репортажами. В процессе анализа нами было идентифицировано 268 приставочных глаголов, среди которых преобладают глаголы с приставкой *по-* (12 % случаев употребления), *про-* (10,4 %), *за-* (9,3 %) и *при-* (9 %). Достаточно часто употребляются приставки *вы-* (8,6 %), *у-* (8,2 %), *под-* (5,2 %) и *пере-* (4 %), реже используются приставки *раз-* и *рас-*, *на-*, *о-* (*от-*), *с-* и *со-* (около 3 %). Приведем несколько примеров.

*Великобритания после Брекзита успела **порадоваться** независимости от Брюсселя, но недолго* (Труд, 08.10.2021).

*Полчаса, за которые с акватории Комсомольского озера можно **увидеть** в необычном ракурсе город в вечерних полутонах, **полюбоваться** парком Победы и **понаблюдать** за птицами, **пролетели** незаметно* (Минский курьер, 25.06.2021).

Как видно из данных примеров, многие приставочные глаголы характерны для разговорного языка, то есть экспрессивно окрашены.

Согласно результатам анализа русскоязычных новостных репортажей (эфир на телеканалах РТР, ОНТ, ОРТ, СТБ), в двадцати репортажах нами было идентифицировано 93 приставочных глагола, среди которых преобладают глаголы с приставками *про-* (17,2 % случаев использования), *по-* (12,9 %), *вы-* и *за-* (9,6 %); достаточно распространены приставки *под-* (6,5 %), *при-* (7,5 %), *пере-* (5,4 %). Процитируем несколько примеров.

*Массовая вспышка огневки **пройдет**, как только нормализуется погода* (ОНТ, 14.06.2021).

*Загрузка **прошла** очень оперативно, нам команда **поступила** вчера* (РТР, 29.04.2021).

Постановщики **переосмысли** оперу и она **зазвучала** с новой силой (ОРТ, 30.09.2021).

Как видно из примеров, приведенные в них приставочные глаголы – совершенного вида, ряд из них относится к коллоквиальным лексическим единицам.

Далее рассмотрим понятие *приставочный глагол*. Как отмечает О. С. Ахманова, приставка или префикс – «это выделяющаяся в составе словоформы докорневая аффиксальная морфема, имеющая (в индоевропейских языках) преимущественно словообразовательный характер» [19, с. 340].

Поскольку с помощью глагольных приставок происходит «сжатие многообразия мира», что «означает реализацию определенных моделей движения» [20, с. 112], рассматриваемые приставки могут быть классифицированы в соответствии с выражаемыми ими значениями (пространственно-направительные, количественно-временные: выражение начала/окончания процесса действия; обозначение окончания действия с оттенками полноты, тщательности, энергичности, силы его выполнения; обозначение полной исчерпанности предмета действием; обозначение дополнительного, добавочного действия) [21].

Как показывают исследования тезауруса русских глаголов совершенного вида (или «естественных перфективов»), их количество в русском языке насчитывает 1 981 единицу, а для их образования используются «16 префиксов: *по-, с-, за-, о- (об-), на-, про-, вы-, раз-, из, у-, пере-, под-* (префиксы расположены в порядке убывания частотности)» [22, с. 10]. Нами идентифицировано 16 приставок (*по-, про-, за-, вы-, при-, у-, раз-, рас-, и-, до-, вы-, на-, во, с-, о-, от-*), что совпадает с вышеприведенным списком.

Частотность использования приставок в проанализированных материалах демонстрирует табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Сравнительная частотность использования приставок
в идентифицированных новостных материалах на русском языке

Приставка	по-, %	при-, по-, %	за-, вы-, %	о-, от- об-, %	под-, %	у-, пере-, %	на-, %	рас-, раз-, %	до-, с-, %
Телевизионный дискурс	17	13	10	8,6	6	5,4	3	3,2	3,2
Печатный дискурс	10,4	10	9,5	4,2	5,2	7,1	3	2,6	1,8

Как показали результаты анализа, частотность использования русских префиксов и английских послелогов в печатном и телевизионном новостном дискурсе в целом одинаковая.

Заключительный этап нашего исследования предусматривал сравнение количества коллоквиальных приставочных глаголов в печатном и вещательном медиадискурсе на русском языке – их количество составило приблизительно 65 % от общей численности приставочных глаголов в телевизионных репортажах и 35 % – в газетных материалах. Приведем примеры экспрессивно окрашенных приставочных глаголов.

*По коридорам театра вальяжной походкой **разгуливает** русский царь* (ОРТ, 30.9.2021).

*Причиной энергокризиса в Европе являются ошибки самой Еврокомиссии, доходчиво **растолковал** премьер-министр Венгрии Орбан* (Труд, 08.10.2021).

Преобладание коллоквиальных приставочных глаголов в телевизионной речи можно объяснить тенденцией сближения данного типа дискурса с языком повседневного общения с целью облегчения понимания зрителем информации, транслируемой телевидением.

Подводя итог изложенному, отметим следующее.

1. Фразовые глаголы как коллоквиальные лексические единицы широко распространены в англоязычном новостном печатном и вещательном медиадискурсе. В репортаже продолжительностью звучания до двух минут используются два фразовых глагола; в газетных статьях объемом до двух страниц их количество достигает четырех единиц. Подобное превышение можно объяснить тем, что новостная статья в среднем в два раза больше, чем сценарий репортажа.

2. Как свидетельствуют результаты анализа, в англоязычном новостном медиадискурсе преобладают фразовые глаголы с послелогоми *up*, *out*, *on*, *down* и *off*, частотность употребления которых одинакова для печатного и телевизионного дискурса. Это, на наш взгляд, свидетельствует о распространенности названных послелогов в устной речи и, соответственно, в новостном медиадискурсе.

3. Количество идиоматичных фразовых глаголов в материалах прессы составляет 52 % от общего количества фразовых глаголов, идентифицированных в данных материалах; для телевизионных материалов этот показатель составляет 35 %, что подтверждает факт идиоматичности фразового глагола как лексической единицы.

4. Поскольку фразовые глаголы активно используются в новостном медиадискурсе, а их русскоязычными эквивалентами являются в основном приставочные глаголы, нами было выдвинуто предположение о высокой употребительности приставочных глаголов в русскоязычном новостном медиадискурсе и их экспрессивной окрашенности. Ряд исследователей указывают на сходство функционирования русскоязычных приставок и предлогов, что также свидетельствует о тождественности функций английского фразового глагола и русского приставочного глагола в новостном медиадискурсе.

5. Преобладающими по частоте использования приставками в проанализированных телевизионных и газетных материалах на русском языке являются приставки *про-, по-, при-, за-, вы-, о-, от-, под-, у-* и *пере-*. Это, на наш взгляд, свидетельствует об определенном наборе приставочных глаголов, которыми пользуются журналисты.

6. Значительное количество приставочных глаголов, функционирующих в новостном русскоязычном медиадискурсе, экспрессивно окрашено. Так, на телевизионные материалы приходится 65 % таких глаголов, на печатные – 35 %. Превышение экспрессивных приставочных глаголов на 30 % в телематериалах объясняется стремлением телевизионной речи к разговорному началу.

7. Количество послелогов в идентифицированных нами английских фразовых глаголах в новостных медиаматериалах совпадает с данными, полученными С. Ю. Богдановой, в отношении послелогов, используемых для выражения пространственных измерений в английском языке. Количество выявленных русскоязычных приставок также сопоставимо с имеющимися данными о наличии определенного числа «естественных перфективов» в русском языке. Полученные результаты свидетельствуют о том, что новостной медиадискурс достаточно точно отражает состояние развития языка социума, а новостные материалы должны активно использоваться в учебном процессе при изучении иностранных языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Поплавская, Н. В. Новостной медиадискурс в современном онлайн-пространстве : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Н. В. Поплавская ; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2017. – 17 с.

2. Добросклонская, Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20–33.

3. Грибанов, И. С. Лингвопрагматический анализ телевизионного новостного дискурса в современном испанском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.05 / И. С. Грибанов ; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2014. – 21 с.

4. Егоров, В. В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии / В. В. Егоров ; ред. Т. Матюшенко. – 3-е изд, доп. – М. : Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1997. – 92 с.

5. Осинский, В. Г. Телевизионная публицистика / В. Г. Осинский. – СПб. : С.-Петербург. ун-т, 1992. – 42 с.

6. Ковальчук, Г. Л. Телевизионная речь: особенности формирования / Г. Л. Ковальчук // Вест. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. – 2008. – № 1. – С. 67–71.

7. Могилевцев, С. А. Фразовые глаголы в англоязычном телевизионном новостном дискурсе и их перевод на русский язык / С. А. Могилевцев // Кон-

контрастивные исследования: текст, предложение, слово : сб. науч. ст. / Мин. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Т. П. Карпилович (отв. ред) [и др.]. – Минск, 2019. – Вып. 7. – С. 99–107.

8. Керлин, А. А. Составные глаголы в современном английском языке / А. А. Керлин, М. Д. Кузнец. – Л. : Учпедгиз, 1956. – 126 с.

9. Кунин, А. В. Английская фразеология: теоретический курс / А. В. Кунин. – М. : Высш. шк., 1970. – 344 с.

10. Стилистика и литературное редактирование / под ред. В. И. Максимова. – М. : Гардарики, 2004. – 651 с.

11. Garbatovič, B. Phrasal Verbs in Learner English: A Corpus-Based Study of Lithuanian and Polish Learners of English / B. Garbatovič, J. Grigaliūnienė // Baltic Journal of English Language. Literature and Culture. – 2020 – Vol. 10. – P. 36–53.

12. Marques de Melo, J. Journalistic genres and formats: a classification model / J. Marques de Melo, F. de Assis // Intercom – RBCC, São Paulo. – 2016. – Vol. 39, № 1. – P. 39–54.

13. Harcup, T. Journalism: Principles and Practice / T. Harcup. – London : Sage Publ. Ltd, 2015. – 271 p.

14. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – М. : Урсус, 2005. – 288 с.

15. Богданова, С. Ю. Индексальные конструкции с глаголами речи в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / С. Ю. Богданова ; Иркут. гос. лингвист. ун-т. – Иркутск, 1997. – 15 с.

16. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка : учебник / И. В. Арнольд. – М. : Высш. шк., 1986. – 295 с.

17. Гвоздев, А. Н. Современный русский литературный язык : учебник / А. Н. Гвоздев. – 4-е изд. – М. : Просвещение, 1973. – Ч. 1 : Фонетика и морфология. – 432 с.

18. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 350 с.

19. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Либроком, 2010. – 576 с.

20. Цзинь, Т. Русская приставка о-/об- как реализация трех моделей движения / Т. Цзинь // Вестник Томского государственного ун-та. Сер. Филология. – 2019. – № 59. – С. 110–140.

21. Азизова, М. Э. Приставочные глаголы русского языка в сопоставлении с таджикским языком: структурно-семантический аспект : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 / М. Э. Азизова. – Душанбе, 2015. – 391 л.

22. Горбова, Е. В. Видообразование русского глагола: префиксация и/или суффиксация? / Е. В. Горбова // Вопросы языкознания. – 2015. – № 1. – С. 7–38.