

Санкт-Петербургский государственный университет

Печак Алина Станиславовна

**Лингвокультурологические особенности
пословиц, содержащих вербалии, в дискурсе СМИ**

Выпускная квалификационная работа

Направление подготовки 45.04.02 «Лингвистика»

Образовательная программа «Теория и история языка и языки
народов Европы»

Профиль «Дискурс и вариативность английского языка»

Научный руководитель: к.ф.н., доц. Кожокина А.В.

Рецензент: к.ф.н., доц. Родионова Е.В.

Санкт-Петербург

2017

Содержание

Глава I. Теоретические основы изучения пословиц в дискурсе СМИ....	7
1. Специфика дискурса СМИ.....	7
.....	
2. Особенности пословиц в аспекте лингвокультурологии: функции, характеристики.....	14
.....	
1.3. Характеристика вербалий в английском языке.....	22
Выводы по Главе I.....	25
Глава II. Анализ пословиц, содержащих вербалии, в дискурсе СМИ.	26
.....	
2.1. Синтаксический аспект анализа пословиц.....	26
2. Семантический аспект анализа пословиц.....	44
.....	
3. Лингвокультурологический аспект анализа пословиц.....	57
Выводы по Главе II.....	78
З а к л ю ч е н и е	80
.....	
Список использованной литературы.....	83
Список использованных словарей.....	83
Список источников примеров.....	85
Приложение.....	94
.....	

Введение

Настоящая работа посвящена изучению пословиц в дискурсе СМИ. Паремнологический фонд всегда привлекал исследователей разных отраслей знания, так как позволял приблизиться к историческим, культурным и лингвистическим изменениям, которые претерпевало общество на определенных этапах своего развития. Пословицы, отражая результат познавательной деятельности человека, исторический опыт поколений, взаимодействуют с наиболее восприимчивым к переменам, происходящим в обществе, дискурсом СМИ, который выполняет функцию информирования населения и формирования у носителей определенной культуры картины мира. Несмотря на большое количество работ, посвященных исследованию паремий и дискурса СМИ по отдельности, представляет интерес объединение этих областей изучения языка как взаимодополняющих и проведение анализа пословиц, представленных в современном дискурсе СМИ.

Актуальность работы.

Тема настоящей диссертации соответствует современной научной лингвистической парадигме, направленной на изучение человека через язык.

Современный этап развития лингвистической науки характеризуется проявлением все возрастающего интереса к антропологическим аспектам языка и анализу языковых явлений в триаде «человек – язык – мир», где язык представляется формой и способом жизнедеятельности человека, способом вербализации человеческого опыта, организации межличностного общения и выражения внутреннего мира человека. Антропоцентрический подход ставит в центр исследований человека как носителя языка и культуры. Многие лингвистические явления изучаются в метапространстве «человек – текст – культура». Это объясняется формированием новой дисциплины – лингвокультурологии, изучающей взаимосвязь и взаимодействие культуры и

языка в его функционировании. Пословицы представляют собой ценное лингвистическое наследие, потому что в них отражается культурно-историческое мировоззрение народа, его обычаи и традиции. Пословицы служат важным источником для исследования языка и культуры.

Предметом данного исследования являются изучение национально-культурной специфики пословиц в англоязычном дискурсе СМИ. В качестве **объекта** исследования выступают пословицы английского языка, в структуре которых есть вербалии, в дискурсе СМИ.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных ученых в следующих отраслях:

- теории дискурса (Н.Д. Арутюнова, Э. Бенвенист, С.И. Виноградов, В.З. Демьянков, О.А. Корда, Д. Кристал, Ю.А. Лотман, С.Миллс, П. Рикёр, Р. Фаулер, В.Е. Хализев);

- дискурс СМИ (А. Белл, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, А.А. Кибрик, Е.А. Кожемякин, В.В. Ученова, Е.С. Щелкунова);

- паремиологии (В.П. Аникин, В.Дж. Витинг, А.А. Константинова, А.Л. Кормильцева, В. Мидер А.А. Потенбня, С.Б. Савенкова, Н.Н. Семенов, В.Н. Телия, Е.А. Яковлева).

Цель настоящей работы – исследовать пословицы, содержащие вербалии, на материале статей дискурса СМИ в аспекте лингвокультурологии.

В связи с этим необходимо решить следующие **задачи**:

1. определить понятие дискурса СМИ;
2. рассмотреть понятия «пословиц» и «вербалий»;
3. осуществить выборку пословиц, содержащих вербалий, с помощью системы электронных словарей;
4. проанализировать статьи, содержащие выбранные пословицы, в дискурсах пяти национальных вариантов английского языка, а именно британского, американского, канадского, австралийского и новозеландского, определить роль пословиц в каждой из них;

5. предложить классификации пословиц в зависимости от их актуальности, тематики и лингвокультурологической ценности;
6. выявить лингвокультурологические особенности использования пословиц в дискурсе СМИ.

Научная новизна работы состоит в анализе актуальных статей дискурса СМИ, построении соответствующей классификации, основанной на результатах исследования, что способствует более полному описанию картины использования пословиц в дискурсе СМИ.

Материалом исследования послужили 362 пословицы, содержащиеся в своей структуре вербалии, найденные в 300 письменных текстах дискурса СМИ. Примеры подбирались методом сплошной выборки с учетом частотности употребления данных пословиц, а также интереса, который они представляют к лингвокультурологическому аспекту. Использованный материал также включает электронные словари пословиц английского языка.

Методы исследования определяются комплексным подходом, который включает в себя метод дефиниционного анализа, синтеза, лингвистического описания, функциональный, семантический и когнитивно-дискурсивный методы, элементы трансформационного анализа, статистический анализ.

Теоретическая значимость состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы в положениях лингвокультурологии и переводоведения, при решении теоретических проблем лингвокультурологии, при изучении языковой картины мира на примере Великобритании, США, Канады, Австралии и Новой Зеландии.

Практическая значимость заключается в том, что результаты данного исследования могут найти применение в методических пособиях и практических курсах, при чтении лекционных курсов по лингвокультурологии, в практике перевода и преподавания английского языка.

Основные положения, выносимые на защиту:

- 1) В соответствии с синтаксическим анализом пословицы, содержащие вербалии, реализуются в дискурсе СМИ пяти национальных вариантов английского языка в значительной степени в неизменной форме;
- 2) Значительное число пословиц, содержащих вербалии, используются в дискурсе СМИ в качестве аргументации в части рассуждения;
- 3) Пословицы, затрагивающие вопросы старения, смерти, здоровья, обращения с животными, не получили распространения в дискурсе СМИ в связи с практикой политической корректности.

Объем и структура работы: диссертация общим объемом 108 страниц печатного текста состоит из введения, двух глав с выводами по каждой главе, заключения, списка использованной литературы и словарей, списка источников примеров.

ГЛАВА I. Теоретические основы изучения пословиц в дискурсе СМИ

1.1 Специфика дискурса СМИ

Данный раздел посвящен изучению характеристик дискурса СМИ, однако прежде всего, необходимо внести ясность в определение самого дискурса. В своем общем значении дискурс подразумевает текст. Тем не

менее, лингвисты принимают во внимание разные факторы, которые способствует развитию и дополнению понятия «дискурс». Рассмотрим предлагаемые лингвистами определения. С.И. Виноградов определяет дискурс следующим образом: дискурс – это «завершенное коммуникативное событие, заключающееся во взаимодействии участников коммуникации посредством вербальных текстов и других знаковых комплексов в определенной ситуации и определенных социокультурных условиях общения» (Виноградов 1999: 139). Дискурс воспринимается С.И. Виноградовым как коммуникативное событие, то есть как то, что происходит в определенное время в определенном месте. Коммуникативность события задана наличием в нем «участников коммуникации», которые обмениваются информацией, представленной в данном случае «вербальными текстами» и «знаковыми комплексами».

В лингвистике широко распространено определение «дискурса», предложенное Н.Д. Арутюновой: дискурс – это «текст в событийном аспекте» или «речь, погруженная в жизнь» (Арутюнова 2000: 136). Следует отметить параллелизм двух определений дискурса, которые предложены С.И. Виноградовым и Н.Д. Арутюновой, обращающих внимание на схожие позиции «текста» и «речи», а также «событийного аспекта» и «погруженности в жизнь».

В.З. Демьянков определяет дискурс как «текст в его становлении перед мысленным взором интерпретатора», который в свою очередь имеет «опорный» концепт или тему (Демьянков 2003: 117). То есть именно восприятие конкретного сообщения адресатом и содержание этого текста, по мнению российского лингвиста, входит в понятие дискурс. В.З. Демьянков также подчеркивает, что дискурс не отделим от логики, так как именно логические отношения и структура сообщения позволяют ему достигать своей цели, а именно быть понятым адресатом. Поскольку текст не может существовать обособленно, В.З. Демьянков вводит понятие «интерпретатора», который «оживляет» текст, пропуская его через свое

сознание. Этот «интерпретатор» призван воспринимать имплицитное и эксплицитное в высказывании, которое автор заключает в пропозиции. Таким образом, текст позволяет поместить интерпретатора в «мир», который создал автор с его «действующими лицами, объектами, временем, обстоятельствами и т.д.» (Демьянков 2003: 118).

Зарубежные лингвисты также уделяют большое внимание исследованию дискурса. По мнению французского лингвиста Эмиля Бенвениста, дискурсом является любое «высказывание», с помощью которого один участник коммуникации стремится воздействовать на другого (Бенвенист 1974: 270). При определении дискурса ученый считает важным наличие именно «живой» коммуникации, а также само сообщение и речь. Тем не менее, функция воздействия, которой лингвист наделяет дискурс, присуща не только устному способу коммуникации, но и письменным текстам, которые также имеют «говорящего» и «слушающего», то есть автора и читателя.

Связь дискурса с устной коммуникацией прослеживается и в работах других лингвистов. Так, Д. Кристал, британский филолог-языковед, отмечает, что анализ дискурса сконцентрирован на структуре именно разговорного языка, в таких жанрах как интервью и комментарий (Crystal 1987: 116). Текстовый же анализ обычно применяют к таким жанрам как, например, эссе. Тем не менее, не отрицается возможность наложения текстового и разговорного типов анализа.

Однако не все лингвисты разграничивают эти типы анализа, и отнесенность высказывания зависит от конкретной коммуникативной задачи. Такого взгляда, например, придерживается французский философ П. Рикёр, который убежден в том, что дискурс может быть выражен как письменным, так и устным текстом. Главное отличие дискурса от языка как устоявшейся системы, нормы, по мнению П. Рикёра, состоит в том, что дискурс – это своеобразное «событие, воплощенное в языке» или «лингвистический узус» (Рикёр 2008). Дискурс в речи определяет

конкретное событие, которое позволяет назвать дискурс явлением темпоральным, в то время как в письменных текстах в дискурс входят понятия иллокутивного и перлокутивного актов, что усложняет процесс его восприятия читателем, определение его смысла и заложенной автором идеи.

Различные исследователи акцентируют внимание на различных аспектах дискурса. Сара Миллс считает, что определению значения дискурса наилучшим образом способствует дисциплинарный контекст, так как понятие дискурса широко распространено и применяется исследователями в совершенно отличных друг от друга отраслях науки (Mills 2004: 3). Согласно Р. Фаулеру, дискурс – это письменный и устный язык с точки зрения ценностей, верований и убеждений, то, как мы смотрим на мир, репрезентация опыта – идеология в нейтральном виде. Разные типы дискурса заключают в себе репрезентации опыта. Источником же этих репрезентаций служит коммуникативный контекст, в который и входит дискурс (Fowler 1991: 37).

В настоящем исследовании под дискурсом будет пониматься логично выстроенный текст, произведенный в данной конкретной ситуации, наиболее полному пониманию которого способствует внимание к экстралингвистическим факторам таким, как участники коммуникации, поднимаемая тема, вопрос, а также сам процесс и результат порождения этого текста, восприятие которого осуществляется непосредственно интерпретатором.

Изучение дискурса СМИ вызывает особый интерес лингвистов. Внимание ученых к таким особенностям данного дискурса как информирование и обсуждение актуальных вопросов действительности делают его одной из наиболее привлекательных областей в научной среде. Внимание исследователей сосредоточено именно на основной составляющей дискурса СМИ, а именно текстах новостного типа. При анализе дискурса СМИ новозеландский социолингвист и исследователь А. Белл предлагает рассматривать жанровую принадлежность текста (новости, реклама), то есть

тип медийного контента, носитель контента (газетные издания, радио станции), а также дополнительную информацию о программах, временном промежутке, освещаемом в новостных статьях (Bell 1991: 12). Он отмечает, что коммуникация между СМИ и их адресатом отличается отсутствием обратной реакции, что не позволяет наиболее полно реализовать потенциал, заложенный в дискурс СМИ. Тем не менее, стоит отметить, что на данный момент растет практика комментариев к новостным заметкам, статьям, что позволяет коммуникации быть завершенной. По мнению А.Белла именно получатель информации определяет стиль коммуникации, диктует правила игры, что предписывает адресантам СМИ определенные действия. Таким образом, представляется невозможным отделить дискурс СМИ от его адресата, что можно определить как взаимодействие, оказывающее влияние на обе стороны процесса.

Комплексный подход в рассмотрении дискурса СМИ актуален и среди российских исследователей. Так, например, Т.Г. Добросклонская предлагает определять медиадискурс как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» (Добросклонская 2008: 153). Дискурс СМИ в работе заменяется понятием медиадискурса, что преимущественно характерно для работ российских исследователей. Т.Г. Добросклонская, кроме того, вводит термин «медиалингвистика», основной задачей которой является изучение языка средств массовой коммуникации. В ее исследование, посвященное изучению языка СМИ, вошло рассмотрение и медиалогии (mediastudies), которая занимается анализом СМИ в диахроническом и функциональном аспектах. Таким образом, сложность и многообразие СМИ требует от лингвистов развития теоретических инструментов для проведения комплексного анализа, что бы позволило выявить набор характеристик, присущих дискурсу СМИ.

Некоторые российские исследователи критически подходят к проблеме изучения дискурса СМИ. А.А. Кибрик подвергает сомнению

обоснованность введения понятия «дискурс СМИ». Именно неоднородность медийного дискурса с точки зрения жанра и модуса он называет одной из причин, почему дискурс СМИ как термин не совсем уместен. Обилие и многообразие текстов в СМИ не позволяет выявить единые черты для всех его типов. Сравнивая дискурс СМИ с публицистическим стилем, А.А. Кибрик предполагает, что оба понятия включают в себя схожий набор признаков, однако, существование публицистического стиля вызывает у него сомнения в связи с отсутствием четких границ между ним и другими функциональными стилями. В результате исследователь приходит к выводу, что понятие «дискурс СМИ» может быть оправдано только в том случае, если оно включает в себя набор медийных жанров, которые имеют устойчивые характеристики (Кибрик 2008: 7). Отметим, что наличие аналитических и информационных жанров в дискурсе СМИ позволяет нам выделять и рассматривать дискурс СМИ как отдельно развивающийся пласт текстового многообразия, тем не менее, определим и другие характерные для дискурса СМИ черты.

Наиболее общее определение медиадискурса предлагает М.Р. Желтухина: дискурс СМИ включает вербальный и невербальный, устный и письменный тексты, а также аспекты, характерные для дискурса в целом (практический, социокультурный, прагматический), и социальное взаимодействие участников коммуникации, которое находит свое отражение в сознании коммуникантов. М.Р. Желтухина представляет два вида факторов, которые влияют на восприятие информации, а именно «факторы, связанные с адресантом» и «факторы, связанные с адресатом» (Желтухина 2003: 39). Последние играют наиболее важную роль, так как призваны спровоцировать у получателя информации определенную реакцию на текст.

Е.А. Кожемякин предлагает понимать под медиадискурсом «речемыслительную деятельность», отличающуюся определенной темой и социокультурным знанием, которые преобладают в информационном поле массмедиа. Основной задачей медиадискурса, по его мнению, является

описание и передача знания о предмете, то есть массмедиа выступает в данном случае в роли посредника, который призван скоординировать читателя в потоке информации, а также связать данное знание с другим в дискурсивном поле (Кожемякин 2010: 13). Такое определение расширяет функции дискурса СМИ, тем не менее, отметим, что социокультурные знания, выраженные в той или иной форме, полностью или частично разделяемые в обществе, является неотъемлемой частью самого текста, так как способствуют пониманию текста адресатом.

Основная цель СМИ при их зарождении состояла в информированности граждан в наиболее беспристрастной форме о событиях, происходящих в мире. Однако с течением времени в СМИ стала более выраженной предвзятость и желание направить взгляд адресата в более выгодном для адресанта направлении. Как утверждает В.В. Ученова, «любое обращение к широкой аудитории с целью ее политической активизации может быть названо публицистичным» (Ученова 1971:13). Политический уклон дискурса СМИ отмечается и другими исследователями, среди которых Н.И.Клушина. В своей работе она использует понятие «идеологемы», как инструмента воздействия на адресата с помощью определенной идеи. Отмечается и ряд специфических черт, характерных для современного дискурса СМИ, таких как «американизация» языка СМИ, сознательный отход от литературной нормы, экспрессивность стиля, что подразумевает такие понятия как ирония, языковая игра и интертекстуальность. О.Н. Григорьева определяет публицистический стиль как «речевую деятельность в области политики во всем многообразии ее значений» (Григорьева 2003: 170). Таким образом, политика имеет принципиальное значение для дискурса СМИ.

При рассмотрении дискурса СМИ возникает вопрос относительно сопоставимости понятий дискурса СМИ, медиадискурса и публицистики. Вариативность текстов, которые включают данные понятия, имеет широкий диапазон. В задачи каждого понятия входит сужение текстового

разнообразия до определенного единства, которое бы отличалось от других групп набором определенных характеристик. Т.С. Дроняева выделяет публицистический и информационный стили средств массовой информации. По мнению ученого, основная цель информационного стиля состоит собственно в оповещении о «социально значимых событиях» (Дроняева 2002: 28). Тем не менее, как представляется, субъективность подачи материала, определенная цель высказывания, наличие адресата позволяют говорить только об условном разделении информационного и публицистического стиля, о чем свидетельствует рассмотрение сферы политики как часть дискурса СМИ.

В свою очередь А.А. Липгарт задается вопросом о целесообразности разделения текстов на функциональные стили, аргументируя это положение частичным совпадением характеристик рассматриваемых функциональных стилей. Вместе с тем, А.А. Липгарт не отрицает необходимости в «выявлении соответствия между определенным типом передаваемого понятийного содержания и способами его выражения», что требует определенных продвижений в лингвистике (Липгарт 2003: 160).

Неоднородность языка СМИ отмечается и другими исследователями. Так, используя приемы герменевтики при анализе текстов СМИ, В.Г. Кузнецов и Ю.Д. Артамонова приходят к выводу об «отсутствии логики возникновения понятий и целостного, внутренне непротиворечивого мироотношения» как характерных черт СМИ и потребности в модификации герменевтического метода (Кузнецов, Артамонова 2008: 112).

Иной точки зрения придерживается Е.С. Щелкунова, которая считает, что СМИ все больше приобретают развлекательный характер, отдаляясь от политических и социальных проблем (Щелкунова 2004: 194). Такое мнение представляется не совсем обоснованным, так как разнообразие носителей материала, а именно газет и журналов, позволяет читателям выбирать, какой жанр вызывает у них интерес. Таким образом, оправдано существование и качественной и желтой прессы, так как оба типа находят своего адресата.

Итак, в настоящей диссертации понятие дискурса СМИ рассматривается в широком смысле. Информационное поле дискурса СМИ не ограничивается текстами, нацеленными на политическую активизацию граждан, а рассматриваются и тексты, направленные на развлечение аудитории. Отличительными чертами дискурса СМИ являются ориентированность на массовую аудиторию, нацеленность на результат, какой бы он ни был в зависимости от конкретного текста, а также информирование в устной или письменной форме.

1.2 Особенности пословиц в аспекте лингвокультурологии: функции, характеристики

Пословицы не теряют своей актуальности, несмотря на изменения, которые внесли в последнее время технологии и перенос коммуникации в цифровое пространство. Интерес к пословицам проявляется в газетах, публичных выступлениях, повседневной коммуникации и в научной среде. Настоящий раздел посвящен рассмотрению пословиц, их функциям и роли в современном дискурсе СМИ.

Прежде всего, следует начать с определения пословиц, которые приводятся в словарных статьях авторитетных изданий. В толковом словаре под редакцией Н.Д. Ушакова пословица определяется как «краткое образное законченное изречение, обычно ритмичное по форме, с назидательным смыслом» (Толковый словарь Н.Д. Ушакова 2009). В словаре под редакцией С.И. Ожегова под пословицей понимается «краткое народное изречение с назидательным содержанием, народный афоризм» (Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова 2008). В лингвистическом энциклопедическом словаре В.Н. Ярцевой пословица рассматривается как «краткое, устойчивое в речевом обиходе, как правило, ритмически организованное изречение назидательного характера, в котором зафиксирован многовековой опыт народа; имеет форму законченного предложения» (Лингвистический энциклопедический словарь 1990). На основании данных определений

можно выделить основные черты, которые приписываются пословицам в словарных статьях русских языковедов, а именно: краткость, назидательность, законченность, ритмичность.

В лингвистике неоднократно подчеркиваются такие характерные для пословиц черты как опыт, передаваемый из поколения в поколение, устная форма, краткость и образность. В своей работе «Русские пословицы и поговорки» В.П. Аникин добавляет к вышеперечисленным характеристикам пословиц их «всеведение и всезнание», определяя пословицы как «обобщенную мысль народа» (Аникин 1988: 6) и наделяя пословицы определенной моральной силой.

Обобщенность как отличительная черта пословиц, подразумевает суммарное знание, заключенное в паремиологических единицах. А.А. Потебня приписывает пословицам обобщенный характер, подразумевая существование у адресата конкретных восприятий, то есть пословица становится своего рода посредником между житейским опытом и его реализацией у конкретного человека (Потебня 1990: 96). Данное восприятие ситуации выстраивается благодаря наличию у человека своего собственного опыта.

Многие лингвисты рассматривают пословицы как отражение менталитета народа. В этой связи следует выделить работу «Русская фразеология» В.Н. Телии, который занимается исследованием фразеологии в лингвокультурологическом аспекте. Основываясь на предположении, что фразеологический фонд языка способствует определению национального самосознания, В.Н. Телия понимает под пословицей «прескрипции-стереотипы народного самосознания, дающие достаточно широкий простор для выбора с целью самоидентификации – иногда из прямо противоположных максим» (Телия 1996: 240). Будучи «мощным источником интерпретации», а также способом миропонимания, пословицы вносят весомый вклад в выявление культурно-специфических характеристик разных народов. В.Н. Телия использует понятия «эталона» – реалии с присущей ей

определенной доминирующей чертой, свойством, которые переносятся на другой объект или субъект. В качестве составляющей части пословицы, эталон призван внести и предписать определенные модели поведения или подчеркнуть особенности уже существующих. Однако при подчеркнутом многообразии паремиологического фонда единой, правильной модели поведения существовать не может, как не может быть и единого поведения у членов социума, что и подчеркивается в определении В.Н. Телии. Такая вариативность в пословицах призвана продемонстрировать всю сложность и противоречивость человеческой природы, отсылая исследователей в область когнитивных наук.

С позиции когнитивистики пословицы выполняют 1) репрезентативную роль, связывая в сознании адресанта описываемую ситуацию с ситуациями схожими по содержанию; 2) экспрессивную роль, что позволяет привлечь внимание адресата и сделать вывод о намерении адресанта (Константинова 2012). По мнению А.А. Константиновой, пословицы способны наиболее полным образом реализовать заложенный в них потенциал с помощью дискурса. Чтобы это подтвердить, она предлагает использовать в исследовании пословиц когнитивно-дискурсивный подход, который должен учесть все преимущества и недостатки предыдущих исследований. Как и многие другие лингвисты, А.А. Константинова ставит своей целью изучить функционирование пословиц и поговорок в текстах, опираясь на лингвокогнитивные и лингвопрагматические принципы. «Когнитивность» данного подхода заключается в том, что сознание адресатов дискурса, в котором содержатся пословицы, видоизменяет ситуацию под влиянием определенных параметров, что определяет пословицы как комплексный феномен, требующий изучения и анализа.

В лингвистических исследованиях наряду с понятием «пословица» широко употребляется понятие «паремия». Изначально «паремия» означала отрывки из Священного писания, и только позже приобрела значение «нравоучительного слова» (Толковый словарь В.И. Даля, 2015). Большинство

лингвистов понимают под паремиями афоризмы народного происхождения, которые включают в себя пословицы и поговорки. По мнению С.Б. Савенковой, отличительными чертами паремий можно назвать устойчивость в языке, воспроизводимость в речи, анонимность, использование в дидактических целях (Савенкова 2015: 101).

Размышляя о свойствах паремий, Н.Н. Семененко выделяет у них две функции: когнитивную и прагматическую, которые заключаются в восприятии паремии сознанием говорящего и достижении с их помощью коммуникативного эффекта. Н.Н. Семененко уделяет особое внимание этноязыковому сознанию, целостность которого достигается посредством использования паремиологического фонда, и этнокультурным ценностям – необходимому компоненту паремий, что и создает языковую личность (Семененко 2011: 15).

С точки зрения Е.А. Яковлевой, паремии можно рассматривать в качестве аллюзий к существующим традициям и выражениям в языке, что позволяет сохранять и передавать из поколения в поколение сложившиеся в обществе взгляды и устои (Яковлева 2016: 10).

В ряде работ российские лингвисты не разделяют пословицы и поговорки, а рассматривают их как единый языковой феномен. Пословицы и поговорки существуют и в языке, и в речи, выражаются в краткой форме, происходят из народного творчества и демонстрируют культурное своеобразие народов.

Для английских ученых также предпочтительнее говорить о *proverbs* в целом. Одной из наиболее влиятельных и цитируемых в зарубежной научной среде работой, посвященной изучению пословиц, является исследование В. Мидера. Согласно ученому, пословицы представляют собой опыт и знания, житейскую мудрость, которые заключены в комментарии к происходящему в человеческих отношениях. В. Мидер называет их «голосом из культурного прошлого», который благодаря своей исторической связи и опыту поколений оказывает сильное влияние на их восприятие народом

(Mieder 2004: 16)¹. Лингвист подчеркивает, что пословицы не принадлежат ни логической, ни философской системам. И тем не менее, они выполняют важную функцию в коммуникации, служат эффективным риторическим приемом, чем и пользуются современные журналисты.

Пословицы обязаны своим появлением людям и выражают в большинстве своем непреложную истину, которая сопровождается ритмом и аллитерацией. Такая формулировка способствует лучшему запоминанию и позволяет пословицам и поговоркам лучше усвоиться и сохраниться при переходе из поколения в поколение. Одним из основных требований к пословицам В.Дж.Витинг называет «древность», которая должна подтверждаться письменными источниками и памятниками (Whiting 1932: 302). Некоторые пословицы содержат и образное и буквальное значения, но в большинстве случаев преобладает только одно, считает В.Дж. Витинг (Там же).

Один из виднейших ученых-паремиологов А. Тайлор называет пословицы «Wisdom of many and wit of one» (Taylor 1994: 3). Это свидетельствует об уникальности и своеобразии пословиц, их форме как метких и остроумных замечаний. А. Тайлор придерживается мнения, что пословицы являются комплексным феноменом, который не поддается определению, тем не менее, он сравнивает их структуру с суммирующими утверждениями или общими замечаниями.

Лингвокультурология сформировалась относительно недавно, но оказала значительное влияние на развитие других гуманитарных наук. Особенность лингвокультурологии как науки состоит в антропоцентричности подхода к исследованию культуры, восприятию языка как реализации национальных культурных ценностей. Именно ценностно-познавательное пространство языковой картины мира является предметом

¹ См. оригинал: «Proverbs are traditional – this is the sense of historically-derived authority or of community-sanctioned wisdom that they convey – that makes them work. Proverb – voice from the cultural past» (Mieder 2004: 16).

исследования лингвокультурологии, которое находит свое воплощение в паремиологическом фонде.

В настоящей работе представляется важным определить, какие лингвокультурологические особенности характерны для пословиц, используемых в дискурсе СМИ. Пословицы отражают культуру определенного народа, способствуют выявлению определенных черт менталитета их носителей, тем самым, позволяя исследователям приблизиться к идентификации самих культурных ценностей. Пословицы, таким образом, выполняют роль своеобразных стереотипных моделей поведения, характерных для определенной группы людей, которые, отличаясь дидактичностью, требуют следования моральным установкам. Лингвокультурологический потенциал, заложенный в пословицах, способствует пониманию того, как культура влияет на язык и как язык определяет культуру, установлению и укреплению межкультурных контактов, число которых в связи с процессами глобализации растет. Исследование пословиц позволяет выявить определенные характерные черты национального менталитета, построить в соответствии с результатами определенную модель поведения с членами того или иного общества, преодолеть барьеры в процессе межкультурной коммуникации. В качестве наиболее самобытной составляющей культуры лингвисты выделяют традиции, обычаи, национальные культуры мира, художественные культуры, что составляет национально-культурные ценности, которые и находят свое отражение в многообразии пословиц. Как отмечает В.А. Маслова «культурная информация языковых знаков имеет по преимуществу имплицитный характер» (Маслова 2001: 32), что подкрепляет примерами паремиологических единиц, демонстрирующих отличия формы и содержания, декодирование которых требует от реципиента определенной культурно-специфической осведомленности.

Выдающимся трудом в области лингвокультурологии считается работа Джорджа Лакоффа «Современная теория метафоры», в которой

исследователь подчеркивает значимость метафоричности для человеческого мышления, выражающейся в осмысление одних ментальных структур (концептуальных доменов) с помощью других² (Лакофф 1992:1). Метафоричности как составляющей часть пословиц уделяют внимание многие лингвисты, среди которых и Дж. Пенфилд и М. Дуру, занимающиеся исследованием использования пословиц в африканском обществе. Они называют пословицы фольклорными метафорами, которые не ограничены определенными сферами использования³ (Пенфилд, Дуру 1988).

В работе «Пословицы: социальное применение метафоры» Питер Сейтел проводит анализ пословиц с положения их метафоричности, которая находит воплощение в традиционной, художественной и краткой форме (Seitel 1994: 122). Исследователь вводит понятие «корреляции», под которым понимается способность говорящего/адресанта соотносить ситуацию, которая выражена в пословице, с определенным адресатом в социальном контексте/ситуации⁴.

Пословицы как краткое народное изречение с определенным содержанием содержат общепризнанные понятия, служащие для описания мира. Это делает их привлекательными для использования, в частности, журналистами в дискурсе СМИ, поскольку пословицы способны ярко и емко передать смысл текущей описываемой ситуации. В большинстве случаев авторы публицистических текстов-адресанты обращаются к пословицам, чтобы наделить свое высказывание основными характеристиками пословицы, а именно подчеркнуть моральную сторону, дидактичность, опыт поколений.

² G. Lakoff. The contemporary theory of metaphor. "The locus of metaphor is not in language at all, but in the way we conceptualize one mental domain in terms of another" (1992:1).

³ J. Penfield, M. Duru. Proverbs: metaphors that teach. "Proverbs are folkloric metaphors but unlike other oral folklore they are not set apart or restricted to certain domains of usage ." (1988)

⁴ P. Seitel. Proverbs: A Social Use of Metaphor By correlation I mean the manner in which the speaker "matches up" the terms in the proverb with the people in the social situation and possibly in the social context. (1994)

Использование пословиц в дискурсе СМИ может приобретать и субверсивный характер, то есть пословицы способны выполнять отличные от своих основных функции. Пословицы в таких случаях служат посредником между ситуацией, которая в них демонстрируется, и позицией автора, который выражает несогласие с выдвинутыми в пословице положениями или подчеркивает их устаревшую форму и значение.

Непосредственное использование пословиц определяется изменениями, происходящими в обществе. Адресант исходит из потребностей социума, актуальности тематики, что может привести, например, к трансформации формы пословиц. Так, например, еще в работе В.Л. Архангельского (1964) подчеркивается непостоянность пословиц в дискурсе СМИ, которая заключается в актуализации паремиологических единиц, не задействованных в коммуникации до определенного времени, и не реализации пословиц, превалирующих в текстах рассматриваемого типа.

Таким образом, в результате анализа работ исследователей пословиц, можно выявить их следующие характеристики: краткость, дидактичность, ритмичность, законченность мысли. Пословицы содержат опыт народов, что отражает их лингвокультурологическую ценность. Пословицы как носители определенного знания при использовании в текстах, нацеленных на массовую аудиторию, приобретают функции воздействия, так как способствуют лучшему пониманию адресатом информации.

Использование пословиц в дискурсе СМИ влияет на форму пословицы, придавая ей сходство с поговорками, так как от полноценного выражения остается только определенная ее часть, которая, тем не менее, служит отсылкой к первоначальному варианту пословицы. Это оставьте для второй главы, это надо показывать на примерах.

1.3 Характеристика английских вербалий

В научном обществе нет пока общепринятого мнения относительно определения вербалий. К вербалиям принято относить герундий, инфинитив

и причастие настоящего времени. Некоторые исследователи предпочитают рассматривать каждую категорию в отдельности, объясняя это особенностями каждой категории, которые необходимо принимать во внимание. Такое подробное и детальное изучение вербалий, анализ каждой отдельной группы неличных форм глагола не входит в задачи настоящего исследования. В данном разделе представляется важным дать общую характеристику вербалий.

Большинство исследователей сходятся во мнении, что необходимо различать личную и неличную формы глагола, последняя из которых отличается отсутствием категорий лица и числа. Некоторые лингвисты называют неличной формой формы глагола, которые частично представляют процесс (действие или состояние) как признак или «частично опредмечиваются» (Выгонская, Корнеева, Миндели 2013: 3), что объясняет использование понятия глагола, так как в определении сохраняется доминирующее значение действия.

С понятиями личных и неличных глаголов напрямую связаны соответственно категории финитности и нефинитности. Нефинитность объединяет в себе характеристики глагола и других частей речи таких, как существительные, прилагательные, наречия, в свою очередь не выражают предикативных категорий. Однако, не все лингвисты согласны с такой формулировкой. Среди них и Е.Ю. Калинкина, которая предлагает понимать под нефинитными формами «причастия и отглагольные номинализации, то есть отглагольные репрезентации, которые выступают в атрибутивной и актантной функциях» (Калинкина 1998: 9). Как представляется, такое определение не исключает определение нефинитной категории глагола, но дополняет его.

Одним из вариантов определения категорий герундия и причастия настоящего времени выделяется понятие «формы на –ing». По утверждению Т.И. Грибановой и Е.Н. Коршуновой, в некоторых случаях допустимо включать в эту группу отглагольные существительные (Грибанова,

Коршунова 2011). Под причастиями настоящего времени обычно понимают форму на – ing в составе причастных оборотов. Герундий же в таких случаях отличает наличие глагольного управления и именных признаков.

Итак, под вербалиями в настоящей работе понимаются нефинитные формы глаголы, в которых нет явно выраженного субъекта действия, категорий числа и лица. К ним относятся инфинитивы (инфинитивные конструкции), герундии (герундиальные конструкции) и причастия настоящего времени.

Завершая данный раздел, следует остановиться на еще одном важном моменте. Материал настоящего исследования ограничен пословицами, в содержании которых есть вербалии. Данное ограничение обусловлено:

- 1) аналитизмом английского языка, для которого характерно использование вербалий;
- 2) синтаксическими особенностями структуры английских пословиц, для которых характерна сжатая краткая форма;
- 3) объемом настоящей диссертации, в содержание которой не представляется возможным включить лингвокультурологический анализ пословиц в дискурсе СМИ во всем разнообразии их синтаксических форм.

Таким образом, наличие вербалий в пословицах служит критерием отбора последних из публицистических статей современного англоязычного дискурса СМИ.

Выводы по Главе I.

- 1) Под дискурсом мы будем понимать логично выстроенный текст, произведенный в данной конкретной ситуации, наиболее полному пониманию которого способствует внимание к экстралингвистическим факторам таким, как участники коммуникации, поднимаемая тема, вопрос, а также сам процесс и результат порождения этого текста, восприятие которого осуществляется непосредственно интерпретатором.
- 2) Дискурс СМИ характеризуется передачей определенных сведений о происходящих событиях, которая сопровождается функцией воздействия на массового адресата как основного получателя информации, широким информационным пространством, в котором имеет место коммуникативный акт.
- 3) Отличительными чертами дискурса СМИ являются ориентированность на массовую аудиторию, нацеленность на результат, какой бы он ни был в зависимости от конкретного текста, а также информирование в устной или письменной форме.
- 4) Под пословицами мы будем понимать законченные утверждения, отличающиеся такими особенностями как мудрость, передаваемая из поколение в поколение, обобщенность, краткость, ритмичность, устойчивость, воспроизводимость, дидактичность, метафоричность и лингвокультурологическая ценность. Будучи эффективным риторическим приемом, пословицы выполняют особую роль в дискурсе СМИ, демонстрируя значимость преподносимой информации, ее релевантность и правдивость.

- 5) Особенность лингвокультурологии как науки состоит в антропоцентричности подхода к исследованию культуры, восприятию языка как реализации национальных культурных ценностей. Пословицы как лингвокультурологические единицы отражают культуру определенного народа, способствуют выявлению определенных черт менталитета их носителей, тем самым, позволяя исследователям приблизиться к идентификации самих культурных ценностей.
- 6) Вербалиями мы будем считать нефинитные формы глаголы, в которых нет явно выраженного субъекта действия, категорий числа и лица, которые включают в себя инфинитив, герундий и причастие настоящего времени. В данной работе вербалии используются для осуществления выборки пословиц и проведения их анализа в дискурсе СМИ.

Глава II. Анализ пословиц, содержащих вербалии в дискурсе СМИ

2.1 Синтаксический аспект анализа пословиц в дискурсе СМИ

Исследование пословиц, имеющих в своем составе вербалии, представляется релевантным начать именно с синтаксического аспекта, то есть деления пословичного единства на группы, содержащие герундий, инфинитив и причастие настоящего времени. В данном разделе мы проследим, как пословицы употребляются в текстах, как меняется при этом их структура и какие синтаксические особенности сопровождают использование пословиц в дискурсе СМИ. При выборке пословиц, содержащих вербалии в дискурсе СМИ, были получены следующие данные: всего было выявлено 362 пословицы, из них 14 пословиц имеют в своей структуре причастия, 36 пословиц содержат герундий, 312 пословиц отличаются наличием инфинитива и инфинитивных конструкций. Инфинитив и инфинитивные конструкции преобладают в пословицах, так как являются наиболее употребительной формой, используемой во времени, виде и залоге глаголов. Кроме того, преобладание пословиц, содержащих инфинитив и инфинитивные конструкции, обусловлено историческим развитием английского языка, рассмотрение которого, тем не менее, не входит в рамки данного исследования.

Анализ пословиц, содержащих инфинитив и инфинитивные конструкции, позволил выявить следующие данные:

- пословицы, содержащие инфинитив после модальных глаголов (104): *can* (58), *must* (23), *may* (10), *should* (9), *might* (2), *could* (1), *ought to* (1);
- пословицы с инфинитивами в повелительном наклонении (98);
- пословицы, содержащие инфинитив после вспомогательных глаголов со значением будущего времени (74): *will* (49), *would* (14) и *shall* (11);

- пословицы, в составе которых инфинитивы используются после прилагательного (20), глагола (15), существительного (7) или наречия (2) - (44);

- пословицы, в составе которых присутствуют конструкции с *take* (9) и *let* (9), после которых следует инфинитив (18);

- пословицы с инфинитивами, которые употребляются в настоящем времени в отрицании (15);

- пословицы, инфинитивы в которых употребляются в пассивном залоге (3).

- пословицы, в которых инфинитивы употребляются после усилительного *do* (2);

- пословицы, в которых инфинитивы употребляются в качестве подлежащего (2);

- пословицы, в составе которых есть Complex Object (1).

Разграничение пословиц в соответствии с категориями вербалий отражено в Приложении 1.

Перейдем к рассмотрению наиболее частотных пословиц, в составе которых преобладает инфинитив, в дискурсе СМИ. Так, пословица “*What can't be cured must be endured*” означает, что не следует жаловаться в ситуациях, которые нельзя исправить. В пословице используется модальный глагол *can*, который, в соответствии с результатами анализа, получил наибольшее распространение в пословицах, и модальный глагол *must*. В пословице могут быть заменены составляющие ее части:

(1) ROONEY BIN: *Colds and cold weather can't be cured, must be endured* [*The Florida Times Union*];

В примере (1) подлежащее, выраженное относительным местоимением *what*, заменяется на подлежащее, выраженное конкретными существительными *colds and cold weather*.

Пословица может быть использована без синтаксических изменений в своем первоначальном виде:

(2) *"What can't be cured must be endured," said Segar's partner Caleb C. Willard -- who also owned the famous Willard's Hotel in Washington D.C. -- when a New York Times correspondent at Old Point asked him about the pending destruction of the landmark. [Daily Press]*

(3) *But his bride Ekin talked him into getting into the cage, saying: "I am not afraid of the crane. What can't be cured must be endured." [Mirror];*

(4) *Meanwhile we his sons, myself included, belonged to the pained category of "what cannot be cured must be endured". [The Irish Times];*

Пословица используется практически в неизменном виде как в американском дискурсе СМИ (пример 2), так и британском дискурсе СМИ (примеры 3, 4). В примере (4) используется модальный глагол *can* с отрицанием *not* в полной форме *cannot*, что придает высказыванию официальный характер. В примерах (2) и (3) используется прямая речь, что позволяет авторам статей использовать сокращенную форму *can't*.

Пословица *"All good things must come to an end"* означает, что все хорошее имеет тенденцию когда-нибудь заканчиваться. В структуре пословицы содержится инфинитив *come*, который следует после модального глагола *must*. Пословица используется в вопросительной форме:

(5) *All good things must come to an end? [Hattiesburg American]*

В примере (5) пословица используется в форме вопроса, тем не менее, ее синтаксическая форма не меняется, что характерно для устной речи.

(6) *Must all good things come to an end? [Financial Times]*

В примере (6) пословица используется в заголовке статьи. Порядок слов соответствует порядку слов вопросительного предложения.

В данной пословице могут быть заменены составляющие ее элементы:

(7) *Yes, there is a sense in which his ministry, which was a "good thing," came to an end years ago. [Hattiesburg American]*

Модальный глагол *must* заменяется на глагол *come*, который стоит в прошедшем времени Past Simple, что подчеркивает релевантность рассматриваемой пословицы для данного текста.

(8) *The good news is that bad things will end too. [Financial Times]*

В данном случае части пословицы меняются на антонимичные: автор производит замену модального глагола *must* на глагол *will*, что позволяет сохранить инфинитив в структуре. От выражения *come to an end* остается только семантически значимый для этой пословицы элемент *end*.

Пословица “*Caesar’s wife must be above suspicion*” буквально означает «жена Цезаря должна быть вне подозрений». Это подразумевает, что жена высокопоставленного чиновника не имеет права на ошибки, которые привлекут внимание к персоне мужа. Пословица имеет следующую синтаксическую вариативность:

1. Неизменная форма пословицы:

(9) *In his play "Julius Caesar" Shakespeare taught us that Caesar's wife must be above suspicion; however, that also needs to apply to Caesar's actions [Houston Chronicle].*

Автор намеренно вводит пословицу, чтобы обратить внимание на действия Цезаря, оставляя пословицу в первоначальном виде.

2. Замена частей речи:

(10) *Government officials, like Caesar's wife, must be above suspicion [Carroll County Times]*

В примере (10) именно *government officials* стоят в позиции подлежащего, а первоначальное *Caesar’s wife* вводится в качестве сравнения.

3. Внедрение в структуру пословицы дополнительных элементов:

(11) *Unfortunately for his presidential aspirations, Fillon neglected the admonition of the Roman dictator, that Caesar’s wife must be not only above reproach, but above suspicion [American Thinker].*

В примере (11) в состав пословицы включена конструкция с союзами *not only ... but*. Заметим, что во всех трех случаях (примеры 9-11) пословица употребляется в развернутом виде без каких-либо сокращений.

Пословица “*Children should be seen and not heard*” демонстрирует, как дети должны себя вести, а именно тихо и послушно. Пословица вводится в дискурс СМИ в следующих вариантах:

1. Замена составляющих элементов:

(12) *Unlike the old saying, it's politicians who should be seen and not heard says Frank McAvennie. (The Scottish Sun)*

Пример (12) демонстрирует использование пословицы в заголовке статьи. Замена подлежащего на *politicians* в пословице позволяет автору привлечь большее внимание со стороны читателя к заголовку.

2. Без синтаксических изменений:

(13) *THERE'S an old saying that children should be seen and not heard. Well that's how I feel about politicians. In fact, I'm not even sure they should be seen either. [The Scottish Sun]*

В примере (13) пословица вводится в текст с помощью конструкции *there is*, что позволяет автору привести первоначальный вариант пословицы. Продолжая раскрывать значение пословицы для данной статьи, автор указывает, что политиков в отличие от детей не должно быть и видно

(14) *Changing ingrained parenting styles that focus more on reprimands and “children should be seen and not heard” takes time and energy. [Greenville Journal]*

В примере (14) пословица служит показателем устойчивых воззрений на воспитание детей и является своего рода контекстуальным синонимом слова *reprimand*. Во всех примерах (12-14) модальность, выраженная с помощью глагола *should*, сохраняется.

Инфинитив используется в пословицах и в повелительном наклонении. На примере пословицы “*Don't change horses in mid-stream*”, которая означает «лошадей на переправе не меняют», проследим использование пословицы в дискурсе СМИ:

1. Вопросительная форма

(15) *Why change horses in mid-stream? [Seattlepi]*

В примере (15) пословица используется в вопросительной форме, тем не менее, структура пословицы не меняется. Данная вопросительная форма характерна для устной речи.

Замена побудительного предложения на повествовательное:

(16) *You don't change horses in mid-stream. Stay with the hot hand until it's not hot any more. [NBC Sports]*

В примере (16) инфинитив используется в настоящем времени после отрицания. Местоимение *you* употребляется здесь в качестве показателя проverbsиального значения, а именно воплощения народной мудрости.

2. Замена составляющих элементов:

(17) *The creative process as it exists today cannot change horses in mid-stream. [The Drum]*

В примере (17) подлежащее меняется на конкретное существительное *the creative process*, таким образом, пословица лишается своего директивного характера, так как не является непосредственным обращением к читателю.

3. Употребление инфинитивной конструкции после прилагательного или глагола:

(18) *Even those who don't feel duty bound to honor the voters' intentions will conclude that it's simply too late in the game, with the party already too heavily invested in Trump, to change horses in mid-stream. [Hot Air]*

(19) *For Stovall, if the market continues to rise through October, "that would imply to me they're not really expecting to change horses in mid stream." [Buzzfeed]*

Пословица в большинстве случаев претерпевает незначительные изменения в структуре, что, тем не менее, позволяет инфинитиву использоваться во всех приведенных примерах. Инфинитив в пословице используется и после прилагательного *late* и глагола *expect* в примерах (18) и (19), что демонстрирует устойчивость структуры пословицы к изменениям. Для данной пословицы характерно преобладание в американском дискурсе.

Большой вариативностью в дискурсе СМИ отличаются пословицы с использованием глаголов *make* и *let*, после которых употребляется инфинитив. Рассмотрим примеры такого использования. Пословица "*Absence*

makes the heart grow fonder” имеет следующий смысл: разлука укрепляет чувства. Пословица содержит конструкцию *make smth grow*, в которой *grow* служит инфинитивом. Дискурс СМИ демонстрирует разнообразие синтаксической структуры пословицы:

1. Вопросительная форма (иногда в сочетании с внедрением в структуру пословицы дополнительных элементов):

(20) *Does Absence Make The Heart Grow Fonder Or Does It Make You Forget?*
[Elite Daily]

(21) *Will absence make the heart grow fonder or does out of sight really mean out of mind?* [Elite Daily]

В примерах (20) и (21) используется структура параллелизма, которая вводит альтернативный вариант пословицы, тем не менее, отличается время, в котором употребляются пословицы.

(22) *Does absence really make the heart grow fonder?* [The Sydney Morning Herald]

В примере (22) в структуру пословицы добавляются дополнительные элементы, в данном случае это наречие *really*, вместе с вопросительной формой.

2. Изменение составляющих единиц, частей речи в пословице:

(23) *Is the other person's heart growing fonder or is your removal from his or her sight removing you from his or her mind?* [Elite Daily]

В примере (23) инфинитив отсутствует, используется активный залог глагола *grow*. Изменяется порядок слов, вводится определяющее слово к *heart*.

(24) *Everyone knows it's PRESENTS that make the heart grow fonder.* [The Sydney Morning Herald]

В примере (24) вместо первоначального *absence* используется *presents*, что позволяет пословице подстраиваться под конкретный контекст.

(25) *Absence makes the heart grow fonder... for someone else.* [The Sydney Morning Herald]

В примере (25) в предложение с пословицей добавляется словосочетание *for someone else*, что значительно меняет смысл пословицы в тексте. В примере (26) структура пословицы меняется в связи заменой

частей речи в пословице: подлежащее *absence* уступает место подлежащему *heart*. Вводится отрицание, что позволяет адаптировать пословицу к тексту.

(26) *My partner and I will be apart for a few weeks in July and then a few more in August, yes I will miss her, but my heart will grow no fonder than if we were together; [The Sydney Morning Herald]*

3. Замена составляющих частей пословицы синонимичными или близкими по значению:

(27) *I think distance does help you forget, and cause the heart to grow fonder. [Elite Daily]*

(28) *Distance can make the heart grow fonder; [The Sydney Morning Herald]*

(29) *Absence makes the heart weaker, not stronger. [The Sydney Morning Herald]*

В примерах (27) и (28) вместо *absence* используется контекстный синоним *distance*, что сужает значение первоначального слова, подразумевая только территориальное отсутствие. Замена глагола *make* на *cause* в примере (27) позволяет подчеркнуть причинно-следственную связь. В примере (29) отсутствует инфинитив, *fonder* заменяется синонимичным *stronger*, что позволяет противопоставлять его непосредственному антониму *weaker*. В примере (28) вводится модальность с помощью глагола *can*.

Пословица “*let the cobbler stick to his last*” используется чтобы, показать, что не стоит давать советы в делах, в которых человек не является специалистом. Пословица используется в нескольких вариациях, среди которых “*let the shoemaker stick to his last*”. Вот некоторые примеры употребления:

(30) *Dad used to say, “Let the shoemaker stick to his last.” [West Seattle Herald];*

(31) *Let the cobbler stick to his last [The Guardian];*

Примеры (30) и (31) демонстрируют оба варианта употребления пословицы в неизменном состоянии.

(32) *The shoemaker might stick to his last [Stanford];*

В примере (32) в структуру пословицы добавляется модальный глагол *might*, который служит контекстуальной, коннотативно окрашенной заменой глагола *let*.

(33) *I saw the quote from Gordon Ramsay advising you to stick to cobbling and key-cutting [The Telegraph];*

(34) *You must be mad to open a pub, stick to cutting keys [The Telegraph];*

В примерах (33) и (34) приводится перефраз цитаты, которая содержит трансформированную пословицу. От пословицы автор оставляет только глагол действия *stick to*, преобразуя *his last* в *key-cutting* и *cobbling*.

(35) *A cobbler should stick to his last [The Telegraph]*

Пример (35) является заключительным предложением статьи, что позволяет читателям осознать трансформацию пословицы в предыдущих примерах. Инфинитив вводится с помощью модального глагола *should*.

Рассмотрим употребление пословиц, содержащих герундий, в дискурсе СМИ. Пословица “*One year's seeding makes seven years' weeding*” используется, чтобы предостеречь садовников от сорняков, которые способны быстро распространяться и надолго задерживаться на садовом участке. Пословица используется в следующих вариациях:

(38) *One year's seed is seven years' weed [The Telegraph];*

(39) *One Year's Seeding Is Seven Years Weeding [Holes - CANADA]*

(40) *ONE YEAR'S SEEDS, SEVEN YEARS' WEEDS [Toronto Gardens];*

(41) *One year seeding, seven years weeding [The View from Bag End]*

Примеры (38) и (40) демонстрируют трансформацию замены частей речи, в данном случае герундия на существительное. Примечательно, что все пословицы приведены в заголовках статей и имеют схожую, практически одинаковую реализацию пословицы в тексте. В примерах (40) и (41) глагол-связка *is* опускается, что не отражается на значении данной пословицы. Примечательно, что в словаре пословиц издательства Оксфордского университета пословица представлена, опираясь на американский дискурс, в большинстве же рассматриваемых нами случаев, пословица используется в британском и канадском дискурсах СМИ.

Примеры пословицы “*Seeing is believing*”, которая означает, что необходимо увидеть, чтобы поверить, представлены ниже:

(42) *Seeing is believing: Diamond quantum sensor reveals current flows in next-gen materials [Science Daily]*

(43) *Seeing Is Believing: How Mobile And Local Journalism Can Fight Fake News [Huffington Post UK]*

(44) *Seeing is Believing launches the second phase of the Innovation Fund [Seeing is believing]*

(45) *SEEING IS BELIEVING PROGRAMME [Social Enterprise Scotland]*

(46) *IPL - Seeing is Believing - Exploring Computer-Mediated Reality [University of Otago]*

(47) *Seeing is believing: the art of illusion [The Sydney Morning Herald]*

(48) *Seeing is believing [The Straits Times]*

Во всех семи вышеприведенных примерах демонстрируется устойчивость структуры пословицы, так как она используется в неизменном виде.

Наименьшее количество случаев содержания вербалий в пословицах было зафиксировано именно в категории причастия настоящего времени. Рассматривая роль причастия в предложении, было обнаружено, что в 12 пословицах причастия выполняли функцию определения, стоящего перед определяемым словом, в 1 случае – функцию определения после определяемого слова и в 1 случае – части сказуемого. Выявим характерные синтаксические черты использования пословиц, содержащих причастие настоящего времени, в дискурсе СМИ на примере пословицы “*A barking dog never bites*”, которая буквально переводится «собака, что лает, редко кусает». Причастие настоящего времени в структуре пословиц в дискурсе СМИ в некоторых случаях трансформируется в другую часть речи. Приведем примеры употребления пословицы:

1. Замена частей речи в пословице:

(49) *Dog's bark worse than neighbours' bite. [The Timmins Times]*

В примере (49) причастие *barking* трансформируется в существительное *bark*.

(50) *An Exhibition About Dogs That Barks but Doesn't Bite [Hyperallergic]*

Пословица «*A barking dog never bites*» в модифицированном виде используется и в заглавии (пример 50): причастие трансформируется в глагол.

(51) *Peter Jackson: Top dogs in Europe have bark but no bite [The Rugby Paper]*

В издании, посвященном рэгби, опубликована статья, где *bark* также выполняет номинативную функцию, как в примере (49). Глагол *bite* в пословице трансформируется в существительное.

(52) *This dog would not only bark but also bite [MWC NEWS]*

В примере (52) вместо причастия используется глагол *bark*. В тексте статьи используется и другой вариант, который представлен в примере (54).

(53) *Bark but no bite: Dangerous Dogs Act in spotlight as attacks rise [The Guardian]*

В качестве существительного *bark* употребляется и в примере (53), что сопровождается изменением части речи и глагола *bite* в существительное.

(54) *Does a barking dog not bite? [MWC NEWS]*

В примере (54) используется вопросительная форма данной пословицы. В данном случае сохраняется форма причастия настоящего времени глагола *bark*.

В некоторых случаях пословицы сохраняют свою первоначальную, словарную форму. При рассмотрении использования пословицы *A rising tide lifts all boats*, которая буквально переводится «прилив поднимает все лодки», в дискурсе СМИ было выявлено, что в большинстве статей пословица имеет одинаковую форму.

(55) *A Rising Tide Lifts All Boats [HUFFPOST]*

(56) *A Rising Tide Lifts All Boats [The IRISH NEWS]*

В примерах (55) и (56) структура пословицы не претерпевает изменений.

(57) *A Rising Tide Only Lifts All Boats When Everyone Has a Boat [Truthout]*

В примере (57) в текст пословицы включается наречие *only*, что позволяет данному заголовку предвосхитить тематику статьи.

(58) *He goes on to say that the American economy is still rising, but it is lifting fewer boats [The Angullian]*

В примере (58) *rising* становится частью сказуемого, глагол *lift* меняет форму Present Simple на Present Continuous. В структуру пословицы добавлены такие элементы как наречие *still* и прилагательное в сравнительной степени *fewer*.

(59) *Let us level the playing fields so that the rising tide for which we've long waited will in fact lift all boats.* [The Angullian]

В примере (59) в структуру пословицы внедряются дополнительные элементы, чтобы «оживить» пословицу, показать ее актуальность для конкретного текста.

(60) *Does raising all boats lift the tide?* [The Economist]

В примере (60) приведена вопросительная форма, в которой реализуется пословица, а также изменен порядок подлежащего и дополнения.

Среди причастий настоящего времени также встречаются те, которые перестали употребляться как причастия и были полностью замещены прилагательными. Среди таких примеров пословица “*squeaking wheel gets the grease*”, которая означает, что те люди, которые жалуются или громко заявляют о своих желаниях, получают, что требуют. Приведем примеры употребления пословицы:

(61) *How to Complain: Squeaky Wheel Still Gets the Grease* [CNBC]

В структуру пословицы в примере (61) добавлено наречие *still*.

(62) *Sometimes the squeaky wheel does get the grease* [LimaOhio]

В структуру пословицы может внедряться и усилительный глагол *do*, как в примере (62).

(63) *For women in business, the squeaky wheel doesn't get the grease* [The Washington Post]

В состав пословицы в примере (63) добавляется отрицательная частица *not*.

(64) *So the squeaky wheel, or the squeaky rat, gets the grease, and in this case, the squeaky rat has higher FoxP2* [Scientopia Scicurious].

На сайте, посвященном вопросам физиологии нервной системы, *squeaky wheel* соотносится с *squeaky rat* и взаимозаменяется (пример (64)).

В соответствии с употреблением пословиц в дискурсе СМИ мы выдели наиболее употребляемые трансформации пословиц:

1. Употребление пословицы в вопросительной форме;
2. Изменение составляющих единиц в пословице;
3. Замена частей речи в пословице;
4. Добавление слов в структуру пословицы;
5. Вариации в использовании времени в пословице;
6. Отрицание.
7. Исключение элементов из состава пословицы

В ходе анализа употребления пословиц были получены следующие статистические данные. Среди пословиц, содержащих инфинитив и инфинитивные конструкции, распределение трансформаций выглядит следующим образом:

- употребление пословиц в вопросительной форме – 40: 19 пословиц в американском дискурсе, 11 – в британском, 5 – в новозеландском, 3 - в австралийском, 2 – в канадском;

- изменение составляющих единиц в пословице – 53: 26 пословиц в американском дискурсе, 17 – в британском, 2 – в новозеландском, 7 - в австралийском, 1 – в канадском;

- замена частей речи в пословице – 13: 7 - в американском дискурсе, 3 – в британском, 2 - в австралийском, 1 - в новозеландском;

- добавление слов в структуру пословицы – 38: 22 пословиц в американском дискурсе, 10 – в британском, 4 - в австралийском, 1 – в новозеландском, 1 – в канадском.

- вариации в использовании времени в пословице – 34: 7 в американском дискурсе, 3 – в британском, 2 – в австралийском, 2 – в новозеландском;

- отрицание – 17: 7 в американском дискурсе, 5 – в британском, 2 – в канадском, 2 – в австралийском, 1 – в новозеландском;

- исключение элементов из состава пословицы – 33: 18 в британском дискурсе, 13 – в американском, 2 - в австралийском.

Также стоит отметить употребление пословиц в неизменном состоянии. Всего был зафиксирован 109 случаев: 54 пословиц в американском дискурсе, 34 – в британском дискурсе, 9 – в новозеландском, 7 - в канадском, 5 - в австралийском дискурсе.

В случае пословиц, содержащих герундий, статистические данные выглядят следующим образом:

- употребление пословицы в вопросительной форме – 12: 8 – в американском дискурсе; 2 – в британском, 1 – в австралийском, 1 – в канадском.

- изменение составляющих единиц в пословице – 24: 14 – в американском дискурсе, 5 – в британском, 2 – в канадском дискурсе, 1 – в новозеландском, 1 – в австралийском.

- замена частей речи в пословице – 8: 5 – в американском дискурсе, 3 – в британском;

- добавление слов в структуру пословицу – 27: 17 – в американском дискурсе, 6 – в британском, 2 – в новозеландском, 1 – в канадском дискурсе, 1 – в австралийском.

- вариации в использовании времени в пословице – 5: 3 – в американском дискурсе, 1 – в британском, 1 – в канадском дискурсе.

- отрицание – 7: 3 – в американском дискурсе, 3 – в британском, 1 – в канадском дискурсе.

- исключение элементов из состава пословицы – 28: 11 – в американском дискурсе, 8 – в британском, 5 – в канадском дискурсе, 2 – в новозеландском, 2 – в австралийском.

Отметим употребление пословиц в неизменном состоянии. Всего было зафиксировано 42 случая: 21 пословиц в американском дискурсе, 14 – в

британском дискурсе, 2 – в новозеландском, 3 – в канадском, 2 – в австралийском дискурсе.

Рассматривая употребление пословиц, содержащих причастия настоящего времени, мы выявили следующие данные:

- употребление пословицы в вопросительной форме – 27: 14 – в американском дискурсе; 8 – в британском, 3 – в австралийском, 1 – в канадском, 1 – в новозеландском.

- изменение составляющих единиц в пословице – 33: 15 – в американском дискурсе, 11 – в британском, 3 – в австралийском, 2 – в канадском дискурсе, 2 – в новозеландском.

- замена частей речи в пословице – 15: 6 – в американском дискурсе, 5 – в британском, 2 – в канадском, 1 – в новозеландском, 1 – в австралийском.

- добавление слов в структуру пословицы – 24: 13 – в американском дискурсе, 8 – в британском, 3 – в австралийском.

- вариации в использовании времени в пословице – 7: 5 – в американском дискурсе, 2 – в британском.

- отрицание – 11: 7 – в американском дискурсе, 3 – в британском, 1 – в канадском дискурсе.

- исключение элементов из состава пословицы – 22: 10 – в американском дискурсе, 7 – в британском, 2 – в австралийском, 2 – в канадском дискурсе, 1 – в новозеландском.

Отметим данные использования пословиц в неизменной форме: Всего было зафиксировано 27 случаев: 13 пословиц в американском дискурсе, 9 – в британском дискурсе, 2 – в новозеландском, 2 – в австралийском дискурсе, 1 – в канадском.

Результаты проведенного анализа позволяют сделать следующие выводы. Наибольшую вариативность в использовании пословиц демонстрирует дискурс СМИ американского национального варианта, что объясняется широким использованием американского английского, обширностью территории. Далее следуют британский, австралийский,

канадский и новозеландский национальные варианты английского языка. Большинство случаев употребления пословиц в американском дискурсе характеризуются неизменностью формы. Менее употребимы трансформации, характеризующиеся изменением составляющих единиц в пословице и добавлением слов в структуру пословицы. В британском варианте большинство пословиц употреблялось в неизменном виде, далее следовало изменение составляющих единиц в пословице и исключение элементов из состава пословицы. В австралийском национальном варианте наибольшее распространение получили пословицы, которые содержат измененные составляющие единицы, далее следовало употребление пословиц в неизменном состоянии, а также добавление слов в структуру пословиц. В канадском дискурсе большая часть пословиц используется в неизменном виде, также актуальными стали пословицы, из состава которых были исключены некоторые элементы, и пословицы, претерпевшие изменение составляющих элементов. В новозеландском варианте английского языка в большинстве случаев пословицы используются в неизменном состоянии, меньшее число пословиц употребляется в вопросительной форме, присутствуют также и пословицы, характеризующиеся изменением составляющих единиц в пословице.

Таким образом, нам удалось осуществить выборку пословиц, содержащих в своей структуре вербалии, определить количественное соотношение выделенных для анализа пословиц. Анализ языкового материала позволяет сделать вывод о том, что большая часть пословиц, содержащих вербалии, приходится именно на пословицы, в составе которых присутствует инфинитив или инфинитивная конструкция, среди которых наибольшее распространение получили пословицы с модальными глаголами. Такое разделение, как нам представляется, обосновано тем, что модальность, выраженная в модальных глаголах, служит имплицитно выраженной коннотацией, которая при употреблении в дискурсе СМИ позволяет адресанту наиболее ясно сформировать свою позицию, выразить мнение

относительно проблемы, поднимаемой в тексте. Второй наиболее реализуемой в пословицах категорией стало повелительное наклонение, которое, как мы полагаем, позволяет пословицам осуществить свою директивную функцию, предписать определенные действия и наставить на путь в соответствии с заложенной в них мудростью и опытом поколений. В дискурсе СМИ пословицы, имеющие в своем составе инфинитив, отличаются стойкостью и часто употребляются в своем неизменном виде. Однако данные пословицы показали наибольшую частотность и в употреблении в вопросительной форме, так как вариативность пословиц, содержащих инфинитив, позволяет адресанту ориентироваться на аудиторию, состоящую из носителей языка, которые способны распознать пословицу в тексте статьи и осознать ее роль для данного контекста. Пословицы, содержащие герундий и причастие настоящего времени, не так распространены в английском языке, что соответственно влияет на их использование в дискурсе СМИ. При анализе статей в дискурсе СМИ было выявлено, что структура пословиц, содержащих герундий в своем составе, отличается особой стойкостью к изменениям. Большая часть пословиц приводится в статьях в своей словарной форме. Хотя количество пословиц, содержащих герундий, превышает число пословиц с причастием настоящего времени в своем составе, тем не менее, наиболее выражены в дискурсе СМИ именно последние. Пословицы, содержащие причастия настоящего времени в своем составе, также более подвержены таким изменениям, как замена причастия настоящего времени на глагол, существительное или прилагательное. Анализ пословиц в дискурсе СМИ национальных вариантов английского языка позволил определить, что большая вариативность в использовании пословиц характерна именно для американском дискурса СМИ, так среди наиболее частотных приемов, привлекающих внимание читателя своими окказиональными образованиями, стали изменение составляющих единиц в пословице, добавление слов в структуры и использование вопросительной формы. В других национальных вариантах английского языка синтаксическая

вариативность не настолько широко выражена, тем не менее, в британском дискурсе СМИ значительную часть трансформаций составило исключение определенных элементов из состава пословиц. Новозеландский дискурс СМИ, также как и австралийский, в значительной мере повторяют статистические данные американского, что также является показательным. Канадский дискурс СМИ по статистическим показаниям схож с британским дискурсом.

2.2. Семантический аспект анализа пословиц

Анализ пословиц в дискурсе СМИ проливает свет на семантическую и прагматическую составляющие применения пословиц. Цель данного раздела определить, как пословицы вводятся в текст и какую роль в нем играют, выявить семантическую вариативность использования пословиц в дискурсе СМИ пяти национальных вариантов английского языка. Исследование пословиц проводится в зависимости от их употребления в анализируемом тексте и делится на соответствующие подразделы:

- 1) использование пословицы в заглавии;
- 2) пословица как введение к статье;
- 3) пословица как часть рассуждения;
- 4) пословица как заключение;
- 5) пословица как ядро статьи.

- 1) использование пословицы в заглавии

Пословица (64) *“A Rolling stone gathers no moss”* используется в заглавии статьи THE INDEPENDENT. Данная пословица обычно относится к человеку, который путешествует или часто меняет работу, поэтому отличается безответственностью и отсутствием постоянного места жительства. Употребление пословицы в данной статье обусловлено несколькими причинами. Во-первых, пословица приобретает буквальную значимость и относится к особняку Whornes Place, который сменил свое положение, переместившись в XVIII веке из Кента в Суррей, что спасло

особняк от «обрастания мхом». Во-вторых, в статье упоминается менеджер британской рок-группы The Rolling Stones, который проживал в особняке в определенный период своей жизни. В развернутом виде пословица используется только в заглавии, но отсылка к музыкальной группе позволяет реализовать потенциал пословицы, так как создает в воображении читателя требуемую картину благодаря образности пословицы.

В статье “*Don't gather negative 'moss'*”, опубликованной в ежедневной газете Southeast Missourian, распространенной в Миссури, автор предлагает альтернативное значение данной пословицы:

(65) *Mankind can gather all kinds of moss -- or baggage -- as he goes or he can rid himself of the unpleasantness in his mind, as he moves.*

Под “*moss*” автор статьи Эллен Шак понимает психологический багаж, который каждый человек имеет при себе, и говорит о необходимости пересмотреть его содержание, избавиться от ненужных, негативных впечатлений, эмоций, очистив, таким образом, свой «камень». В данной статье пословица выполняет функцию наставления, рекомендации, которую автор предоставляет в статье. Первая часть пословицы “*A Rolling stone*” приобретает положительную коннотацию, а именно передового, прогрессивного человека, который способен не держать в себе негативные эмоции.

На сайте Королевского музея Онтарио в разделе «блог» опубликована статья (66) «“*A Rolling Stone Gathers no Moss*” but the stories they can tell...». Пословица призвана продемонстрировать, что геология занимается исследованием пород для описания определенных геологических вех в истории рассматриваемых мест. В данном случае открытие твердой горной породы позволило продемонстрировать направление движения тающих ледников в Ледниковый период. Пословица привлекает внимание к вопросам, которыми занимается геология. Таким образом, автор статьи с помощью мудрости, воплощенной в пословице, делает знание более доступным.

На примере данной пословицы становится очевидна широкая вариативность контекстов ее употребления. Так, в британской статье под *“rolling stone”* подразумевается особняк, который благодаря перемещению в другое графство Англии остался востребованным, что не позволило памятнику архитектуры «порости мхом». В примере (65) американского источника автор опускает подлежащее исходной пословицы *“a rolling stone”*, но использует повелительное наклонение, таким образом, напрямую обращаясь к читателю, на которого ориентирована данная статья. Интерес представляет употребление *“moss”* в данном примере, под которым автор статьи понимает то, что мешает человеку расти и развиваться. Так, трансформация человека в *“a rolling stone”* происходит только после того, как человек избавится от «багажа» негативных эмоций и впечатлений. В примере (66) канадского источника автор ведет повествование о реальном камне, который поспособствовал некоторым открытиям в геологии. С помощью трансформации пословицы автор дает читателю представление, о чем пойдет речь в статье; образность пословицы позволяет вызвать интерес у аудитории.

Использование пословицы в примере (65) выполняет директивную, функцию, так как предписывает адресату сообщения особые действия, выраженные как самой пословицей в модифицированном виде, так и имплицитными высказываниями в самом тексте статьи. В примерах (64) и (66) такая функция эксплицитно не выражена, так как адресант стремится не повлиять на адресата, а донести определенную информацию.

2) пословица как вводная часть статьи

Рассмотрим примеры употребления пословицы в качестве вводной части статьи, которая задает тон всему повествованию. В качестве такого примера можно привести пословицу *“The Devil finds work for idle hands to do”*, которая буквально означает, что дьявол найдет занятие для праздных рук. Пословица используется в статье британской ежедневной газеты Daily Mail *“Drugs in drones, corrupt officers and deaf ministers: If inmates spent every*

weekday doing a full day's work, prisons wouldn't be in such a state, writes ANN WIDDECOMBE” в следующем контексте:

(67) One of my Granny's favourite maxims was 'the Devil finds work for idle hands'. On that basis the current outbreak of violence and disorder in British prisons, where idleness too often takes up too much of each day, has been waiting in the wings for some time [Daily Mail].

Пословица используется, чтобы продемонстрировать проблему состояния тюрем в Британии, а именно незанятость заключенных, что приводит к беспорядкам. Проблема перенаселения тюрем актуальна для Британии в последнее время, что способствует появлению все новых статей об их состоянии. Таким образом, в данном случае пословица позволяет автору лаконично и образно выразить свое отношение к проблеме.

Пословица используется в такой же функции и в статье “*A busy day for the Earl of Wessex*” на сайте Royal Central, освящающем события, в которых участвуют члены королевской семьи. В статье приводится следующая формулировка пословицы:

(68) They say that the Devil makes work for idle hands. If this adage holds water, then the Earl of Wessex is very safe from impromptu tasks and fidgeting indeed following his most recent line up this week. As part of his tour of the county of Surrey in the United Kingdom on Thursday, Prince Edward managed to fit no less than four separate charities in just one day. While making his rounds about the county, the Earl managed to find time and energy to visit the Leatherhead Youth Project, GASP, the Yvonne Arnaud Theatre in Guildford, and the Community Foundation for Surrey before teatime. A feat most definitely worthy of some praise![Royal Central]

В статье речь идет о Принце Эдварде, Графе Уэссексом, которому автор статьи отдает честь за посещение благотворительных организаций и театра Ивонн Арнод в графстве Англии Суррей. Пословица призвана обратить внимание на деятельность Принца Эдварда, противопоставив ее идее, выраженной в самой пословице. Таким образом, автор статьи подчеркивает, что праздность не является характерной чертой Графа Уэссекского.

Приведем пример использования пословицы “*You can't make an omelette without breaking eggs*”, которая буквально переводится «нельзя приготовить яичницу, не разбив яиц». В статье “*Scientists discover way to unboil eggs*”, опубликованной в New York Daily News, пословица используется в следующем виде:

(69) *You can't make an omelet without breaking a few eggs or, in this case, unboiling them. Scientists from the University of California-Irvine and the University of Western Australia have found a way to untangle the proteins that come together when egg whites are cooked, and they say the process could reduce costs for cancer treatment and have a great impact on the biotechnology industry [New York Daily News].*

С помощью пословицы вводится последнее научное открытие, которое заключается в возможности возвращения яиц в их «досваренное», сырое состояние. В данном случае пословица воплощает свое буквальное значение. Употребляя пословицу, автор привлекает внимание к последним научным открытиям, позволяет им стать более доступными для читателя.

3) пословица как часть рассуждения

Обратимся к следующей группе пословиц, которые используются в качестве аргументации и рассуждения в тексте статьи. В качестве примера воспользуемся пословицей “*A whistling woman and a crowing hen are neither fit for God nor men*”, которая имеет следующее значение: женщине неприлично свистеть, а курице кукарекать. Данная пословица задает определенные модели поведения в обществе, служит своеобразным правилом этикета. Пословица применяется в нескольких вариантах, так например, в статье журнала Financial Times опубликована статья, озаглавленная “*I run a women's whistling choir*”, в которой Теа Столвуд убеждает читателя, что свист из женских уст может быть чем-то прекрасным. Анализируя причины того, почему в обществе не одобряют, когда женщина свистит, автор ведет речь о сложившихся, существующих реакциях на свист в разных странах, в которых имеются какие-либо предрассудки против женского свиста, и упоминает пословицу:

(70) *"A whistling woman and a crowing hen are neither fit for God nor men"* [Financial Times].

Пословица служит в данной статье аргументом, почему женщины предпочитают не свистеть в обществе. Автор пытается противостоять сложившейся ситуации с помощью созданного и курируемого ею хора свистящих женщин. Автор считает использование данной пословицы неактуальным для современного общества, так как подобные предписывающие определенное поведение выражения закрепощают женщин, препятствуют раскрытию их талантов. Хор под предводительством автора позволяет женщинам отбросить стереотипы в обществе и заниматься любимым делом.

В ежедневной газете Сиднея The Sydney Morning Herald опубликована статья *"Odd notes at dawn when hens start crowing about the pecking order"*, автор которой повествует о перевоплощении кур разных фермерских хозяйств в петухов посредством изменения моделей поведения:

(71) *A chicken changing from clucking to crowing, pecking and trying to have sex like a rooster is a rare beast, uncommon as hen's teeth. Proverbially, it does not bode well: "A whistling woman and a crowing hen, are neither fit for God nor men." [The Sydney Morning Herald]*

Употребление пословицы в данном контексте подчеркивает актуальность темы, а также буквально выразить содержание пословицы в развернутом виде. Таким образом, контекст дополняет пословицу и демонстрирует ее реализацию с точки зрения сельского хозяйства. В данном примере пословица служит отсылкой на авторитетный источник народной мудрости.

В качестве еще одного примера может служить применение пословицы *"Those who live in glass houses shouldn't throw stones"*, которая означает: не стоит критиковать людей, если вы сами разделяете их недостатки. Пословица используется в канадском журнале Edmonton Journal в статье *"The debate over Edmonton Oilers fans and Stanley Cup Playoff officiating: A "bad look" on whom?"*:

(72) *I don't often comment on the work of other writers or broadcasters, at least not on work that I may disagree with. To be transparent: I am both a writer and a broadcaster. And generally speaking, my view on this subject is "those who live in glass houses shouldn't throw stones". A lot of what we do is subjective, and in some cases (if we are a columnist versus a reporter) opinion-based. One of things that makes journalism valuable is a divergence of that opinion.* [Edmonton Journal]

Автор статьи, размышляя над комментариями после хоккейного матча, высказывает мнение о том, что будучи писателем и радиоведущим, он не считает нужным критиковать коллег, так как расхождение во взглядах является неотъемлемым компонентом журналистики. В качестве аргументации приводится пословица, которая как авторитетный источник играет большую роль в убеждении читателя в своей позиции, что и использует автор.

4) пословица как заключение

Пословица может употребляться в качестве заключительной мысли, высказываемой в статье. Так, на примере уже упоминаемой нами выше пословицы "*The devil finds work for idle hands to do*" продемонстрируем использование пословицы в новозеландском дискурсе СМИ. Статья "*New Plymouth man Gary Timothy Fenwick sentenced for toilet filming*" опубликована на сайте ежедневной газеты Нью-Плимута Taranaki Daily News и содержит следующее употребление пословицы:

(73) *However, he (Judge Chris Sygrove) did make a connection between the offending and Fenwick's unemployment. "The devil makes work for idle hands and I think that's what's happened to you," he said. Fenwick was sentenced to four months community detention, six months supervision and 100 hours of community work. An order to destroy the cameras was also granted* [Taranaki Daily News].

Использование судьей пословицы в отношении обвиняемого характеризует новозеландский национальный вариант английского языка как доступный массовому читателю, ориентированный преимущественно на получателя информации.

5) пословица как ядро статьи

В качестве пословицы как ядра статьи можно привести пример употребления приведенной нами ранее пословицы “*A whistling woman and a crowing hen are neither fit for God nor men*”. Название заметки американского блога «*Easilyriled*» содержит модифицированную пословицу: «*A girl that whistles and a hen that crows, makes her way wherever she goes...*». Пословица присутствует и в тексте заметки: «*A whistling girl and a crowing hen, will always come to a bad end*». Автор ссылается на бабушку как на носителя данной мудрости, человека, который применяет данную пословицу в своей речи. Автор противопоставляет две пословицы, отмечая, что первый вариант пословицы больше соответствует ее характеру. Повествуя о своей непростой судьбе, автор блога уверяет, что необходимо учиться «свистеть», подразумевая развитие в себе сил бросать вызов неодобрению окружающих, чему способствовал в данном случае радикальный феминизм, что может привести к успеху:

(74) It was powerlifting that reconciled me and my wheezy, clumsy body, and it was the women’s movement, it was radical feminism, in fact, that taught me how to be a woman. These two pursuits weave together a way into a movement of women building a world of women, for women. This movement gave me many examples of womanhood that are not feminine or masculine—and women who were outside, strong, loud and taking up space. Girls that whistle, hens that crow, making our way, wherever we go.

I didn’t become a boy, after all. I learned to whistle [Easilyriled].

Значение свиста в данном примере значительно расширяется, включая в себя не только сам процесс свиста, но и другие предубеждения в обществе, таким образом, автор выступает против устоев, которые препятствуют женщинам реализовывать свой потенциал, быть самими собой. Пословица, таким образом, проходит красной нитью в тексте, способствует раскрытию проблемы, демонстрирует особенности характера автора. На основе употребления пословицы в заголовке, предисловии и заключении у читателя складывается полное впечатление об идеи, выражаемой автором статьи.

Вопросительная форма пословицы, вынесенная в заголовок статьи, в некоторых случаях предопределяет использование пословицы как ключевого

звена текста. В этом случае автор вынужден искать и предлагать ответ на поставленный вопрос, чтобы придать статье законченный вид. Так, в статье *“We’re All Living In Glass Houses: 5 Mistakes We Make In Talking About Mental Health”*, опубликованной на сайте британской газеты the HuffPost, повествование строится вокруг использования пословицы *“Those who live in glass houses shouldn’t throw stones”*. Приведем примеры использования пословицы в статье:

(75) Every time I hear someone say a phrase trivializing the toll and impact of mental health in our lives, I hear my mother’s voice loud and clear: “People in glass houses shouldn’t be throwing stones.”

In the end, we all need to judge less and understand more, and language matters. I will not be throwing stones at anyone’s house anytime soon. In fact, I want to help other people make their homes stronger and ready for the inevitable bad weather that will come.[The HUFFPOST]

Автор использует пословицы в заглавии, введении и заключении своей статьи. Пословица имеет большое значение для данного повествования, так как автор ведет речь о психическом состоянии людей. Каждый человек так или иначе сталкивается с психическими отклонениями в своей жизни, и автор призывает не критиковать и не осуждать других, так как каждый может оказаться на месте критикуемого. Автор также использует понятие «дома» фигурально в значении ментального состояния, что позволяет проследить разностороннее применение пословицы.

Среди наиболее частотных приемов употребления пословиц следует отметить такие, как использование пословицы в качестве аргумента в рассуждении и употребление пословицы в заголовке. Статистические данные демонстрируют следующее распределение:

в американском дискурсе СМИ:

- использование пословицы в заглавии - 28
- пословица как введение к статье - 14
- пословица как часть рассуждения - 59
- пословица как заключение - 10
- пословица как ядро статьи – 21

в британском дискурсе СМИ:

- использование пословицы в заглавии - 11
- пословица как введение к статье - 14
- пословица как часть рассуждения - 43
- пословица как заключение - 8
- пословица как ядро статьи – 7

в австралийском дискурсе СМИ:

- использование пословицы в заглавии - 10
- пословица как введение к статье - 7
- пословица как часть рассуждения – 21
- пословица как заключение - 5
- пословица как ядро статьи – 2

в канадском дискурсе СМИ:

- использование пословицы в заглавии -6
- пословица как введение к статье - 1
- пословица как часть рассуждения - 15
- пословица как заключение - 2
- пословица как ядро статьи – 3

в новозеландском дискурсе СМИ:

- использование пословицы в заглавии - 1
- пословица как введение к статье - 4
- пословица как часть рассуждения - 9
- пословица как заключение - 5
- пословица как ядро статьи – 2

В большинстве рассматриваемых нами примеров пословица используется именно в качестве аргументации в части рассуждения, что можно объяснить самой природой пословицы, которая служит для того, чтобы дать совет или рекомендацию, отличается директивной функцией и характеризуется мудростью, передаваемой из поколения в поколение. Тем не менее, отметим некоторые черты, присущие определенным национальным

вариантам. Для американского дискурса СМИ характерно использование пословиц в качестве заголовка к статье. Кроме того, в большинстве американских статей повествование строится на основании определенных пословиц, что не является чертой дискурса СМИ других национальных вариантов английского языка. Британскому дискурсу СМИ присуще употребление пословиц в качестве вводного предложения к статье, что не в такой мере применимо к дискурсу СМИ других национальных вариантов, а также как и в случае с американским дискурсом использование пословиц в качестве заголовка, что позволяет привлечь внимание читателя на статью, заинтересовать аудиторию и выразить позицию автора. Австралийский и канадский дискурсы СМИ схожи с британским и американским, так как реализуют пословицы в заголовках статей. В австралийском национальном варианте пословицы также присутствуют в вводной части текста, что позволяет сделать предположение, что британский английский оказал свое влияние на употребление пословиц в австралийском дискурсе СМИ. В новозеландском варианте пословицы употребляются в качестве заключения к статье, что в пропорциональном отношении не так характерно для других дискурсов СМИ.

Необходимо подчеркнуть, что пословицы могут использоваться в тексте с различными пояснениями или без них. Пояснения к пословицам могут быть введены в дискурс несколькими способами:

1. В тексте публицистической статьи указывается статус пословицы, ее принадлежность к народной мудрости;
2. Пословица вводится в текст без упоминания своего лингвистического статуса;
3. Пословица вводится в текст с упоминанием какого-либо авторитета, родственника, старшего товарища, который передает народную мудрость младшему поколению.

Наиболее частотными приемами оказалось употребление в дискурсах СМИ всех национальных вариантов пословиц без предоставления какой-

либо поясняющей информации: то есть пословица может вводиться в текст с помощью или без помощи кавычек, что демонстрирует желание автора показать прямую отсылку на пословицу или предоставить ее распознавание адресату информации. Для британского дискурса СМИ также характерно использование лингвистического статуса пословицы. Наиболее распространенными являются следующие вводные конструкции:

(76) as the old saying goes [The Guardian]; (77) says the proverb [The Telegraph]; (78) there's the old saying [The Scottish Sun]; (79) unlike the old saying [The Scottish Sun]; (80) they say that [Royal Central].

В американском дискурсе распространена практика упоминания авторитета перед употреблением пословицы. В качестве примеров можно привести следующие:

(81) Dad used to say [West Seattle Herald]; (82) As Harry Truman once said [The HuffPost]; (83) My grandma used to say [Easilyriled].

Таким образом, в ходе анализа пословиц в дискурсе СМИ были получены следующие результаты. Пословицы используются в дискурсе СМИ в пяти возможных вариантах, а именно в заголовке, во введении к статье, в части рассуждения и аргументации, в заключении и в качестве основной идеи и темы статьи. Все варианты были проиллюстрированы на примерах. Наиболее распространенным способом употребления пословицы в тексте в соответствии с данными статистического анализа стало использование пословицы в качестве аргументации в части рассуждения, что демонстрирует актуальность пословиц как мудрости и опыта поколений. Использование пословицы в заголовке широко применяется в американском, австралийском и канадском дискурсах СМИ. Для британского дискурса СМИ характерно использование пословиц во введении к статье, что позволяет адресанту с помощью пословицы привлечь внимание к проблеме и выразить свое отношение. В новозеландском дискурсе СМИ пословицы употребляются и в качестве заключительной мысли, что позволяет пословицам реализовать свой потенциал в качестве рекомендации и совета адресату.

Было также выявлено и проанализировано введение пословиц в статью, а именно пояснения, сопровождающие пословицы в тексте, или их отсутствие. Как показало исследование, в большинстве случаев в дискурсе СМИ пяти национальных вариантов английского языка пословицы вводятся в текст без каких-либо пояснений. В некоторых случаях пословица выделяется кавычками. Среди менее распространенных способов употребления пословиц в тексте оказались идентификация с авторитетом с помощью упоминания известных личностей, а также родственников и старших товарищей по работе, спорту и др., что характерно в большей степени для американского дискурса СМИ, и сопровождение пословиц кратким комментарием, указывающим на их принадлежность к пословичному единству, что проявлялось в статьях британского дискурса СМИ.

2.3 Лингвокультурологический аспект исследования пословиц

В данном разделе мы проследим использование английского языка в пяти национальных вариантах, а именно в дискурсах СМИ пяти стран, где английский язык является государственным. Среди них Соединенное Королевство Великобритании, США, Канада, Австралия и Новая Зеландия. Так как для каждого национального варианта характерна своя национально-культурная специфика, рассмотрим использование определенных пословиц в дискурсе каждой страны. Мы будем использовать понятие «национального языка», которое предложил Г.В. Степанов в отношении «автономного, поддерживаемого и осознаваемого в пределах каждой национальности» формы национальной речи [Степанов 1976, 100].

На примере пословицы *“Children should be seen not heard”* проследим лингвокультурологические различия контекстов ее применения. В статье *“In the land of being a parent”* New Zealand Herald приведено следующее использование пословицы:

(84) *Remember when you were a kid? ... Friday nights with fish and half a scoop. The other Friday night, a former colleague said she was hosting a "kid's dinner". "It's great," said my friend. Last time, she'd pickled her own onions. This time, she was doing burgers. She was heading home right now, in fact, to hand-mince fresh line-caught Hauraki Gulf snapper for the homemade fish patties. When did my friends become 1950s housewives with jobs? When did they start letting their kids call the shots? Children used to be seen, not heard. I am not advocating a return to those days. But do modern, middle-class kids appreciate just how much more of the world revolves around them than it used to?*

Пословица демонстрирует отношение автора статьи к проблеме воспитания детей, так как родители прилагают усилия, которые не ценятся детьми по заслугам, но способствуют воспитанию капризных детей. В статье автор использует метод идентификации с читателем, упоминая некоторые, знакомые только новозеландскому читателю элементы повседневной жизни. Так, например, порции жареного картофеля в новозеландском варианте измеряются с помощью такого слова как *scoop*. В статье упоминается и рыба луциан, которую ловят в заливе Хаураки. Все эти элементы способствуют пониманию читателем позиции автора.

Пословица “*Children should be seen not heard*” применяется и в канадском дискурсе СМИ. В журнале Windsor Star опубликована статья “*Salvation Army charity soldier must be seen, not heard*”, которая содержит пословицу в заглавии. В статье речь идет о волонтере международной религиозной и благотворительной организации Salvation Party, символикой которой являются колокольчики. Основная проблема статьи выражена в следующем предложении:

(85) *A dedicated Salvation Army volunteer has lost her jingle bells after a Grinchy President's Choice bank employee repeatedly complained the ringing caused her “mental anguish.”*

Пословица в данном случае объясняет суть конфликта, а также вследствие неактуальности пословицы для современного воспитания в обществе можно предположить, что таким образом автор статьи высказывает свое недовольство принятым решением организации.

Пословица “*Children should be seen not heard*” используется и в британском дискурсе СМИ. Так, например, газета The Scottish Sun, региональная версия таблоида The Sun, публикуемого в Соединенном Королевстве, содержит следующий вариант использования пословицы в заголовке “*Unlike the old saying, it’s politicians who should be seen and not heard says Frank McAvennie*”. В данном случае примечательно употребление фамилии McAvennie, характерной именно для шотландской местности. Смысловая нагрузка статьи приходится именно на замену *children* на *politicians* в пословице, что также подчеркивается и в тексте статьи:

(86) *THERE’S an old saying that children should be seen and not heard. Well that’s how I feel about politicians. In fact, I’m not even sure they should be seen either. As long as they’re working away quietly in the background on our behalf, and getting the job done, that’s fine by me. Sadly, there’s going to be nowhere to turn between now and June 8 as they argue like kids in the playground. More ranting, more empty soundbites, more garbage. And it seems like only ten minutes since they were at each other’s throats the last time — and the time before that. As soon as Theresa May called the election this week, the entire nation let out one almighty collective sigh and moaned “Here we go again”.*

В данном случае в статье упоминается дата, которая имеет принципиальное значение для народа Шотландии, так как именно 8 июня 2017 года пройдут повторные всеобщие парламентские выборы, которые могут принести Шотландии независимость, при условии если ее национальная партия наберет большинство. Употребление пословицы в такой статье обусловлено тем, что политическая ситуация Шотландии широко обсуждается как внутри самой Шотландии, так и за ее пределами, что и вызывает неодобрение автора статьи. Всеобщие парламентские выборы в Великобритании широко обсуждаются в прессе в связи с тем, что Тереза Мэй не была выбрана народом, что подвергает ее легитимность сомнению со стороны оппозиции.

Пословица широко употребляется и в американском дискурсе. Например, в газетном издательстве в Гринвилле, Южная Каролина, The Greenville Journal опубликована статья под названием “*Speakers: Reading at a*

young age vital in overcoming the achievement gap”, в тексте которой приведено следующее ее употребление:

(87) Changing ingrained parenting styles that focus more on reprimands and “children should be seen and not heard” takes time and energy. The child’s entire community needs to help, including the barbershop, the church, the school, and others, he says.

“We want to help families experience positive reinforcement from every direction,” Ferguson says. “It’s not about hiring new people; it’s not about creating new programs; it’s about changing the conversation.”

Автор данного высказывания призывает окружающих уделять больше внимания воспитанию детей с помощью создания сообществ, которые будут помогать родителям в решении определенных вопросов. Таким образом, вопросы, которые затрагивают личные и семейные отношения, предлагается решать коллективно, привлекая сторонние организации такие, как школа, церковь и др. Пословица используется в качестве показателя консервативного взгляда на воспитание детей, что не актуально для текущей ситуации.

Пословица используется в тексте статьи *“How to Improve Your Public Speaking Skills – 3 Powerful Tips”* на электронной платформе, посвященной вопросам бизнеса Business 2 Community в следующей интерпретации:

(88) After all:

Most of us weren’t taught the skill at school, college or university.

Most of us aren’t even taught the skill at work; we are just expected to be good at it.

Many of us were told that ‘children should be seen and not heard’ when we were growing up.

В данном случае пословица выполняет роль негативного опыта, с которым росли многие дети. Такое употребление пословицы призвано обратить внимание на последствия, с которыми приходится справляться людям, воспитанным на данном принципе.

В статье *“When kids say the darndest things”* ежедневной газеты, публикуемой в Кингстоне, The Jamaica Observer приводится следующий вариант употребления пословицы:

(89) *But how do you deal or manage your child's uncensored views?*

Dr Ainsley Deer, psychologist and chief executive officer of Training Dynamics and Consultants, says the first step is to deal with our own limitations as adults.

“You have to get rid of some of the values you hold on to, like 'children should be seen and not heard'. We also need to get rid of some of the myths we tell children and believing that certain topics, like sex, are off limits,” he cautioned.

Само заглавие статьи использует название популярного в Америке телевизионного шоу «*Kids Say the Darndest Things*», что наделяет культурологической ценностью все содержание статьи, привлекая значительное внимание американской аудитории. Прилагательное “darndest”, которое имеет значение «удивительный», «неожиданный», используется большей частью в американской культуре, что произошло во многом благодаря популярности в Америке данного теле-шоу. Пословица воспринимается автором как «ценность», которая носит распространенный характер. Автор предлагает пересмотреть взгляды на ее применение в реальной жизни.

Широкое употребление данной пословицы с негативной коннотацией указывает на актуальность ее употребления, так как абсолютное большинство источников призывает отказаться от ее применения в связи с неэффективностью. Как можно видеть в канадской и британской статьях, пословица используется в переносном значении, выражая отношение к проблемам, не касающимся воспитания. Тем не менее, в канадской статье с помощью пословицы выражается неодобрение происходящей ситуацией, в британской же статье пословица выполняет директивную функцию, наделяя уже политиков определенными обязанностями. В новозеландской статье пословица упоминается как пережиток прошлого, которой, тем не менее, автор считает нужным подчеркнуть, чтобы продемонстрировать разницу в поведении детей прошлых и нынешних лет. В американском дискурсе СМИ употребление пословицы имеет директивный, назидательный характер, авторы призывают читателей пересмотреть свое отношение к прописной истине, выраженной в пословице.

Разберем пословицу “*Don't count the chickens before they are hatched*”, которая означает, что не стоит рассчитывать на что-то хорошее и строить большие планы, пока это хорошее действительно не произошло. Наименьшее распространение пословица получила в австралийском дискурсе и употребляется в статье “*Iron Ore Price Boosts Revenues... for now*” австралийского журнала Money Morning в следующем контексте:

(90) Don't be surprised to hear the government brag about national revenues. The high iron ore prices last year may have added as much as AU\$4 billion to the nation's bottom line. Research by Curtin University showed that the iron ore price averaged AU\$15 higher than forecast in the May 2016 budget. This is one of the moments when the government needs to keep their mouth shut, and say nothing but 'thanks'.

While government revenue may have scored a surprising boost, it won't last long. The iron ore price began falling back in March this year. In saying that, it won't stop the government bragging about the Australian economy...a little like counting your chickens before they hatch.

Данная статья представляет особую актуальность для Австралии, так как сообщает о добыче железной руды. Австралия занимает 3-е место по добыче железной руды, от чего значительно зависят средства, поступаемые в бюджет. Упоминание авторитетного источника в тексте статье, а именно Университета Куртин, известного и за пределами страны своей научно-исследовательской деятельностью, способствует более адекватному восприятию информации читателями. Пословица в данном случае вводится в качестве сравнения, что производит необходимый эффект на читателя, делая излагаемый материал более доступным. Имплицитно пословица выполняет функцию рекомендации директивного характера, что позволяет автору выразить таким образом свое мнение.

Пословица используется и в заголовке статьи “*Hughie Fury: Joseph Parker is counting his chickens before they hatch*” на новозеландской новостной платформе в разделе Спорт. Британский боксер Хьюи Фьюри обвиняет новозеландского боксера Джозефа Паркера в том, что тот строит планы на победу соперника в боях, которые должны следовать за боем с Хьюи. Таким

образом, пословица уместно используется, чтобы показать, что планы могут пойти не так, как рассчитывают.

В Канадском дискурсе СМИ пословица используется в несколько ином свете в статье “*Chicken rentals eggs-actly what’s needed in N.S*”. в журнале The Chronicle Herald:

(91) Lisa and James Dixon of West River Station operate the Nova Scotia division of Rent the Chicken, which rents out chickens for the summer months. The standard rental is \$375 and includes two egg-laying hens, a coop and 50 kilograms of food. Renters will have the chickens from May to October. Rent the Chicken has partnerships with more than 50 farms in North America. In Atlantic Canada, chickens are also available for rent from farms in Prince Edward Island and New Brunswick. Perhaps not wanting to count her chickens before they hatch, Dixon wouldn’t comment on how many people have committed to summer rentals. She did say, however, they are almost fully booked for the year.

Статья повествует о существующей программе аренды цыплят, которая используется в Новой Шотландии, провинции Канады. Сельское хозяйство района Острова Принца Эдуарда считается одной из прогрессивных отраслей в Канаде. Провинция Нью-Брансуик также известна выращиванием культуры картофеля и леса, что позволяет автору отождествить себя с читателем, используя доступную ему информацию. Формулировка пословицы позволяет автору применить ее именно в тексте, который ведет речь о фермерских хозяйствах, таким образом, создавая параллель между тем, чем занимается данная программа, и опытом и мудростью, заключенными в пословице, так как субъект статьи следует этой прописной истине.

Пословица используется и на канадской платформе Globalnews.ca в комментарии “*The Trudeau-Notley pipeline narrative hangs by a thread*”:

(92) Immediately after Trudeau’s approval of Trans Mountain, deputy premier Sarah Hoffman boasted that unlike Conservative governments of the past, “we did something and ... we’re getting real results.” Earlier this year in the Legislature, environment minister Shannon Phillips took a similar approach, declaring that the NDP “secured approvals on two pipeline approvals” whereas conservative parties “failed to get pipelines built.” The following week,

Notley herself boasted that these two pipelines would bring investment to Alberta and that “those guys over there” couldn’t get it done. Two days later, Finance Minister Joe Ceci declared that “the climate leadership plan has achieved two pipelines in this province.” As they say, don’t count your chickens before they hatch. Political games might move polls, but they don’t move bitumen exports.

В статье упоминаются имена политических деятелей таких, как Сара Хофман, заместитель Премьер-министра и министр здравоохранения, Шеннон Филлипс, министра экологии и природопользования Альберты, Джастин Трюдо, премьер-министра Канады, Рэйчел Нотли, премьер-министра провинции Альберты. Речь идет о трубопроводе Транс Моунтэйн между Альбертой и Бернаби, который позволит увеличить запасы битума, преобладающего в битуминозных песках Канады. Результаты, которые должно принести увеличение мощности трубопровода, присваиваются политиками по очереди, что, тем не менее, не продвигает развитие самого проекта. Пословица используется здесь в качестве идентификации с авторитетным источником, мудростью поколений, которая способствует пониманию того, что перетягивание одеяла политиками не способствует достижению конкретных результатов и требует принятия определенных мер. Использование политических реалий как фактуальной информации создает необходимое воздействие на читателя.

Приведем некоторые из случаев в американском дискурсе СМИ. В разделе спорт было выявлено 2 статьи с использованием данной пословицы. На сайте CBS Sports в статье “*Paul George to Lakers (possibly with Russell Westbrook)? All-NBA vote makes it easier*” используется следующий вариант употребления пословицы:

(93) The reports that surfaced regarding George's interest in the Lakers were interesting. The Pacers aren't the Knicks. They run a tight ship, and there are very few leaks that come out of their front office. The Lakers might have leaked George's interest, but that doesn't follow with a lot of the trends we've seen with them through the years. They don't tend to count chickens before they're hatched, though maybe the new front office takes a different tact.

Речь в данной статье идет о баскетбольных командах. The Kicks представляет собой баскетбольный клуб, основанный в Нью-Йорке, является одним из основателей Национальной Баскетбольной Ассоциации. Баскетбольная команда The Pacers, основанная в Индианаполисе, выступает в Центральном дивизионе Восточной конференции НБА. Команда The Lakers является баскетбольным клубом из Лос-Анджелеса и выступает в Тихоокеанском дивизионе Западной Конференции в Национальной Баскетбольной Ассоциации. Джордж Пол играет на позиции легкого форварда в команде «Индиана Пейсерс». В данной статье “*count chickens before they’re hatched*” приобретает негативную коннотацию, так как автор статьи имеет интенцию показать, что баскетбольный клуб Лейкерс не имеет должной хватки, чтобы тягаться с Пэйсерс. Единственный вариант для клуба – поменять политику.

В статье The Greeneville Sun “*PREP TENNIS: Lady Devils Cruise To Fourth Straight Region Crown*” пословица используется в следующей интерпретации:

(94) “*I knew coming into the season that we would have a strong line-up, no matter what,*” Tipton said, “*but you don’t want to count your chickens before they hatch.*”

В данном случае пословица имеет исключительно положительную коннотацию, подразумевая нежелание загадывать заранее. Автор также использует идентификацию с читателем с помощью прямого обращения *you*, чтобы продемонстрировать актуальность использования пословицы.

В Market Realist была опубликована статья “*Is T-Mobile Counting Its Chickens before They’re Hatched?*”, одна из основных проблем которой содержится в следующем:

(95) *At least 2.8 million new postpaid customers in 2017. But it is T-Mobile’s subscriber growth projection for 2017 that makes one wonder whether the company is trying to bite off more than it can chew.*

T-Mobile – один из крупнейших операторов сотовой связи Германии, имеющий свое подразделение в США. Под *chickens* понимаются клиенты, число которых, по мнению специалистов в компании, должно значительно

вырасти, тем не менее, не имея точных данных, компания может и значительно потерять, не выявив определенные тенденции. Таким образом, пословица отражает положение компании и позволяет автору предположить возможный исход кампании.

В статье *“Market Expectations: Trump Bump or Slump?”* журнала Money Show приводится такой вариант применения пословицы:

(96) The old adage, “Don’t count your chickens before they hatch” is especially good advice when predicting changes in the economy. Often the conditions that nearly everyone expects, don’t arrive, cautions Jim Powell, editor of Global Changes & Opportunities Report.

Пословица используется, чтобы продемонстрировать, насколько сложны экономические процессы, которые невозможно предопределить, размышляя над тем, какова вероятность избрания Трампа в соответствии с рыночными показателями. Пословица вводится полностью и с пояснениями, что позволяет предположить, что статья может ориентироваться не только на англоязычную аудиторию, но и на другие языковые группы тоже.

Пословица *“Don’t count chickens before they’re hatched”* употребляется в статьях в своем первоначальном значении. Значительно отличаются контексты использования пословицы в дискурсах национальных вариантов английского языка. Австралийская статья опирается на текущую ситуацию в стране, то есть на добычу железной руды и комментарии политических деятелей в связи с этим. В канадском дискурсе также содержится статья, затрагивающая политическую сторону пословиц, а именно политические перипетии и планы, которые не находят воплощения. Пословица может использоваться в текстах спортивной тематики, а именно в боксерской среде, где противники планируют победы наперед, как это происходит в новозеландском источнике. Или как в американской статье автор с помощью пословицы высказывает неодобрение действий баскетбольной команды, которой, наоборот, следовало бы подумать о противниках и возможных победах наперед. В статье, посвященной теннису, пословица используется в своем первоначальном смысле, демонстрирую нежелание автора загадывать

заранее. Статья в канадской газете позволяет использовать пословицы в наиболее приближенном виде к буквальному воплощению пословицы, повествуя об аренде цыплят с фермерских хозяйств. Вариации пословицы приводятся в экономической тематике американского дискурса, что показывает, как сложно анализировать и предопределять изменения экономических показателей. Таким образом, применение пословицы в каждой статье отличается наличием определенных культурно-специфических моментов, которые позволяют пословице воздействовать на конкретную аудиторию с помощью дополнительных вспомогательных средств.

Рассмотрим употребление пословицы *“Fear the Greeks bearing gifts”*, которая означает «не стоит принимать подарки от врагов», что является аллюзией к мифу о Троянском коне. Пословица используется в заголовке статьи *“Beware of Lib Dems bearing gifts”* на сайте ежедневной английской газеты The Star в следующем контексте:

(97) Of course it's correct to say that, in a democratic society, we should be able to change our voting preferences whenever we wish, although, significantly, it took decades to reach Brexit. What I find interesting is a previous writer's reference to 'a crop of 18-year-old voters.' A crop also refers to the yield from a predetermined planting and feeding programme. In this age of 'thought seeding' by the political elite, it seems to be a very appropriate description.

They may not remember the days before agency employment, zero-hours contracts, food banks and the reliance, of many, on charity. They may also, be unaware that while these things were becoming the norm, Nick Clegg, the previous Lib Dem leader, was making vast amounts of money from his 10-year role in the EU, but they will certainly remember the 'student fee' promises made by him and his party in a previous election campaign. They will also be well aware of how membership of the EU has caused major social and economic difficulties to countries like Greece and just maybe, this time, they will beware of Lib Dems bearing gifts.

Автор статьи ведет речь о политических выборах и роли в этих выборах молодых людей в возрасте 18 лет, которых автор называет словом *crop*, что значит «урожай», подразумевая, что молодым людям навязывают определенные представления о политических партиях, возвращая тем

самым, новые голоса на выборах. Автор на примере политической партии либеральных демократов и бывшего лидера партии Ника Клегга демонстрирует, что не все политические партии выполняют свои обещания и следуют интересам своих избирателей. Пословица уместно используется здесь в качестве наставления для нынешних поколений, которым в соответствии с позицией автора не стоит питать ложных надежд относительно политической партии либерал-демократов. Упоминание Греции в одном предложении с пословицей позволяет сделать аллюзию на пословицу более явной. Таким образом, общедоступность пословицы для понимания адресатом позволяет автору отождествить себя с читателем, чтобы привлечь больше внимания к данной проблеме, ориентируясь и на молодую аудиторию в том числе.

На сайте BBC опубликована статья "*Will the Greek economy ever recover?*", которая содержит пословицу в следующем контексте:

(98) The curious saying "beware Greeks bearing gifts" alludes more to the fable of Troy's wooden horse than to the warmth and hospitality for which Greece is famous. But the Greeks themselves can be a little wary about receiving gifts themselves, particularly in the form of economic assistance.

The International Monetary Fund (IMF) has forecast that the country's shattered economy could grow by 2.8% next year if the Greek government implements all the changes demanded by its eurozone creditors. The IMF also predicts unemployment will begin to fall in 2017. Many Greeks have greeted the forecasts with astonishment.

"I don't believe it," said Vasiliki Iliopoulou, a retired pharmacology professor. The government slashed her pension by more than 50% and she now has to support her seriously ill husband, her two elderly parents and her two sons, both graduates in their mid-20s.

Статья повествует о сложной экономической ситуации в Греции, которая вынуждена обращаться за помощью к иностранным банкам, в том числе к Международному валютному фонду, что, тем не менее, как думают в Греции, не спасет их положение. Пословица используется, чтобы продемонстрировать, как изменились обстоятельства в Греции, которая вынуждена принимать своеобразные подарки от банков, которые могут ей

стоять еще дороже. Пословица вводится с пояснением, что также позволяет автору просветить читателя, пояснив такую аллюзию.

В статье “Charlotte, NC And Presidential Politics” американской версии журнала Huff Post приводится следующий вариант использования пословицы:

(99) Democratic candidate Hillary Clinton announced that she is traveling to Charlotte, NC, tomorrow, Sunday, the day before her scheduled TV debate with Republican candidate Donald Trump... For more than a year the Black Lives Matters Movement, including white people and other People of Color who supported them, have been crying out for national, State, and community leaders to intervene to stop the repeated shootings of Black men by police. ... Republican candidate Donald Trump began speaking about the living, education, and lack of jobs conditions in Black communities, asking Black Americans publicly, based upon his perception of life in our communities, “What have you got to lose?”

Against this background, our initial reaction to the news that Hillary Clinton plans to go to Charlotte tomorrow was “beware of Greeks bearing gifts”; a phrase used to warn against possible deception by an adversary. (When a “Trojan Horse” was left at the gates of Troy, the Trojans thought the Greeks had left it as a parting gift because they had given up & sailed home) Then we read the Op Ed column by Rev, William Barber, II, in today’s New York Times. He is President of the NAACP in Charlotte. He reminds us

“Anyone who is concerned about violence in Charlotte should note that no one declared a state of emergency when the city’s schools were re-segregated, creating a school-to-prison pipeline for thousands of poor African-American children. Few voiced outrage over the damage caused when half a million North Carolinians were denied health insurance because the Legislature refused to expand Medicaid.”

So, we will have wait and see what difference, if any, candidate Hillary Clinton visit to Charlotte will make on the issues recited by Reverend Barber and the repeated pleas by the Black Lives Matter Movement for the conscience of America to stop the police killings of black men.

В статье описывается ситуация перед выборами президента в США, затрагивается проблема убийств чернокожего населения. Хиллари Клинтон собирается посетить город Шарлотт, штата Северной Каролины, чтобы ознакомиться с проблемой подробнее и оказать возможную помощь. Пословица используется как предостережение в отношении Х. Клинтон о

возможных неприятностях, которые у нее могут возникнуть перед дебатами с Д. Трампом. Таким образом, пословица позволяет определить позицию автора в данной статье, привлечь внимание к проблеме обращения с афроамериканским населением.

В канадской газете Calgary Herald опубликована статья “*Nelson: Minimum wage hikes run risk of backfiring*”, основная часть которой приведена ниже:

(100) Folks, it's springtime in Alberta, so what better time could there be for some meta-analysis. Now, as a rare, surviving member of those poor school kids force-fed Greek lessons at 11 years old, I shuddered when our labour minister recently came up with some bafflegab involving the meta prefix. Perhaps Christina Gray also went through hell reading Plato's Phaedrus out loud in original form, as the rest of the class sniggered or industriously picked their collective noses. If so, she has my sympathy. But I doubt it. More likely, it's another example of a politician trying to sound convincing by wrapping the tongue around some dead word to cloud the meaning, while thinking it sounds clever. This latest verbal monstrosity came as Gray defended her government's push to jack up Alberta's minimum wage in a series of hikes. This October, we'll get a \$1.40 increase to \$13.60 an hour before the minimum wage reaches \$15 in 2018. Small business owners complain these staggered increases will lead to less hiring, more firing and extra strain on finances already pinched. The NDP government doesn't buy such arguments....

Mandating that everyone should get at least \$15 an hour may seem a gift horse to those at the bottom of the scale. That is until they're fired. As the Trojans learned to their cost, always beware Greeks bearing gifts.

Речь в статье идет о предложении Кристины Грей, министра труда из партии лейбористов, повысить минимальный уровень заработной платы, что, по мнению автора статьи, может привести к обратным последствиям, а именно увольнениям и снижению заработной платы. Автор в начале статьи сообщает о греческом происхождении приставки *meta*, которая используется министром в своем предложении в сочетании со словом анализ, что позволяет автору привести в конце статьи пословицу “*beware Greeks bearing gifts*”. Таким образом, автор связывает министра труда, которая употребляет выражение мета-анализ, и «греков» в пословице, что позволяет заключить,

что такие предложения не принесут желаемых результатов. Пословица служит предостережением, которое сопровождается отсылкой на опыт троянцев, привлекает внимание читателя и способствует лучшему восприятию информации.

Пословица также используется в статье “*Dastyari dilemma – the attraction of strangers bearing gifts*” австралийского журналиста на сайте The Conversation:

(101) How would you like a free donut? A free Slurpee? A free dinner or holiday? How about someone paying your bills? These offers are tempting, but there can be a price to pay – as Canberra discovered this week.

On Wednesday, Labor senator Sam Dastyari quit the frontbench after he failed to adequately explain why his personal debt of A\$1,670 was paid by Top Education Institute, a company with a strong link to the Chinese government. Further, Yuhu Group, also linked to the government in China, reportedly paid Dastyari’s A\$40,000 legal bill. During the election campaign, Dastyari made comments about the South China Sea issue that were different to Labor policy. He said: “The South China Sea is China’s own affair, Australia should remain neutral and respect China on this matter”.

Dastyari’s problems bring to mind an ancient saying: “Beware of strangers bearing gifts”. The original quote by the Roman poet, Virgil, is politically incorrect these days – “Timeo Danaos et dona ferentes”, or paraphrased as “Beware of Greeks bearing gifts” – but it refers to the story of the Trojan horse. A gift of a giant wooden horse hid Greek warriors who at night opened the city gates and defeated Troy. This is a clear warning about accepting gifts.

В статье идет речь о деятельности сенатора Австралийской лейбористской партии Сэме Дастяри, который придерживался отличных от партийных взглядов относительно Южно-Китайского моря, и его возможного подкупа. Пословица употребляется в отношении самого сенатора в качестве предостережения против того, к чему могут привести оплата счетов организациями, тесно сотрудничающими с Китаем. Пословица вводится вместе с пояснением, что позволяет читателю осознать использование пословицы в данном контексте, провести параллель и сделать вывод. В тексте статьи приводится и такая реалия как “slurpee”, что является

распространенным в Австралии, а также в США и Канаде, напитком, содержащим лед и лимонад. Помещение поговорки в национально-культурный контекст, способствует ее наиболее полной реализации, пониманию читателем и произведению необходимого эффекта.

Анализ поговорки “*Beware of Greeks bearing gifts*” демонстрирует, что абсолютное большинство статей, в которых используется поговорка, написаны на экономическую и политическую тематику вне зависимости от исследуемого дискурса. В большинстве случаев поговорка вводится с поясняющим комментарием, что позволяет читателю ознакомиться с аллюзией и сделать вывод относительно интенции автора в ее использовании.

Приведем также примеры некоторых поговорок, которые получили более широкое использование в дискурсах одного определенного национального варианта английского языка. Поговорка “*A dripping June sets all in tune*” получила небольшое распространение в дискурсе СМИ британского варианта. Поговорка означает, что благодаря дождям в июне летом будет богатый урожай, и используется в статье “*Drought could slash crop yields by up to 50%*” в журнале *Farmers Daily* в следующем контексте:

(102) Lose 50% of crop

Guy Smith, NFU vice-president and Essex farmer, had 10mm of rain in March and only 5mm in April on his farm, which is officially the driest in the UK. Mr Smith says he could lose more than 50% of his crop if weather patterns don't return to normal for May and June. He is also worried about fertilisers not being washed in and spring crops failing to fully emerge.

“We are getting on with it,” says Mr Smith. “We don't have enough water to irrigate, but my neighbour is irrigating sugar beet and spring barley. I'm worried now, but my dad always used to say it was a dripping June that puts your farm in tune. All we want is normal weather patterns.”

Автор рассуждает об изменении погодных условий, что может негативно сказаться на урожае. Приводятся мнения фермеров, которые беспокоятся за результат, так как за март и апрель был зафиксирован самый низкий уровень осадков. Гай Смит вводит поговорку, ссылаясь на мнение

своего папы, что демонстрирует своеобразную идентификацию с авторитетом.

В британском дискурсе, наряду с канадским, наиболее широко представлена еще одна пословица, которая затрагивает тему садоводства и огородов, а именно *“One year's seeding makes seven years' weeding”*. В статье The Telegraph *“One year's seed is seven years' weed”* в разделе Gardening приводится мнение садовода о том, как избавиться от сорняковой травы:

(103) Even those who prefer an artfully disordered garden should beware of the most determined pests, says Dan Pearson

Who wants to spend hours bent double doing a job that will only need to be repeated in a matter of weeks? Well me, for one. Thanks to my strict Wisley training I find it difficult to concentrate on the greater picture when I know that there's weeding to be done. ...Once you've dealt with the perennial bullies, seedlings and annual weeds will be the main issue. These need to be pulled before they seed or get a hold, as one year's seed is very definitely seven years' weed. It is best to do this little and often, parting all foliage to find those lurking in the shadows. Hoeing is a great way to work through your beds on a sunny day if the ground has not been mulched - if it has, you would not want to disturb the mulch and reduce its weed smothering properties. A final reworking over the same space immediately after you have finished will always reveal a straggler or two just waiting for your back to be turned.

Так, автор статьи дает рекомендации начинающим садоводам, как лучше справляться с сорняковой травой. Пословица служит здесь авторитетным мнением, которого следует прислушиваться, чтобы не тратить время зря на искоренение сорняков.

В статье *“One Year's Seeding Is Seven Years Weeding”*, опубликованной на канадском сайте Holes Online, также приводится мнение садовода, как справиться с сорняковой травой:

(104) I know that some people find weeding rather uplifting and therapeutic. But I think that most would agree weeding is a job that is despised by the vast majority of gardeners.

But the one thing I learned over time was that having the right tools was critical for getting the weeding job done efficiently, effectively, and with the least amount of back bending.

The "weapons of choice" for winning the war on weeds (or at least the battle) was a combination of different tools.

Чтобы справиться с проблемой автор предлагает ряд садоводческих инструментов, которые облегчат труд. Пословица используется в заглавии статьи, чтобы привлечь заинтересованные стороны и поделиться информацией. Таким образом, пословица как источник мудрости не претерпевает изменений, но продолжает активно использоваться в данной сфере.

В ходе дискурсивного анализа было также выявлено, что наиболее популярными темами в американском дискурсе, в которых реализуют свой потенциал пословицы, являются: экономика (42 статьи), политика (33 статьи), спорт (19 статей), отношения и семья (15 статей). В британском дискурсе распределение выглядит следующим образом: политика (37 статей), экономика (22 статьи), темы развлекательного характера (18 статей). В канадском дискурсе наиболее представлены следующие тематики: политика (12 статей), экономика (11 статей), наука и образование (8 статей). Австралийский дискурс СМИ отличает следующее распределение: Семья и отношения (13 статей), экономика (9 статей), темы развлекательного характера (7 статей). Новозеландский дискурс СМИ содержит пословицы в статьях следующих тематик: темы развлекательного характера (7 статей), экономика (5 статей), политика (4 статьи).

Чтобы сформировать относительно полную картину об использовании пословиц, приведем некоторые из тех, которые в дискурсах СМИ никак не реализуются или употребляются в ограниченном количестве. Среди пословиц, которые не востребованы в дискурсе СМИ, можно отметить следующие:

- пословицы, так или иначе связанные со смертью, старостью или болезнью:

Let the dead bury the dead, YOUNG men may die, but old men must die, If you're BORN to be hanged then you'll never be drowned, You cannot shift an old tree without it dying, It's ill

waiting for dead men's shoes, You cannot CATCH old birds with chaff, A CREAKING door hangs longest,

- пословицы, в которых упоминаются убийства:

Killing no murder, There are more ways of killing a dog than choking it with butter, There are more ways of killing a cat than choking it with cream, There are more ways of killing a dog than hanging it;

- пословицы, в которых упоминается Бог или дьявол, или которые затрагивают какие-либо иные темы, связанные с религией:

Truth makes the Devil blush, You cannot serve GOD and Mammon, Where GOD builds a church, the Devil will build a chapel, It is ill sitting at Rome and striving with the Pope, He that cannot pay, let him pray,

- пословицы, в которых фигурируют животные:

Money makes the mare go, What can you EXPECT from a pig but a grunt, With a SWEET tongue and kindness, you can drag an elephant by a hair, Every HERRING must hang by its own gill, A MOUSE may help a lion, Every COCK will crow upon his own dunghill, A DOG that will fetch a bone will carry a bone, A BELLOWING cow soon forgets her calf, A BLEATING sheep loses a bite, It is a poor dog that's not worth whistling for, May chickens come cheeping,

- пословицы, которые посвящены учебе и знаниям:

Learning is better than house and land, There is no royal road to learning, When house and land are gone and spent, then learning is most excellent

- пословицы, которые посвящены погоде:

It is not SPRING until you can plant your foot upon twelve daisies, ROBIN Hood could brave all weathers but a thaw wind, When the OAK is before the ash, then you will only get a splash; when the ash is before the oak, then you may expect a soak,

- пословицы, которые содержат устаревшие слова, выражения или реалии:

You should KNOW a man seven years before you stir his fire, FOOLS and bairns should never see half-done work, The PITCHER will go to the well once too often.

Пословицы, которые так или иначе затрагивают вопросы старости, болезни и смерти, религии, животных и убийств, связанных в большей степени с животными, как можно предположить, не используются в дискурсе

СМИ в связи с практикой политической корректности, реализуемой преимущественно в США. Пословицы о погоде и пословицы, содержащие устаревшие слова и реалии, не используются в связи с неактуальностью выраженных в них тем.

В результате анализа пословиц в лингвокультурологическом аспекте было выявлено, что одни и те же пословицы по-разному реализуются в дискурсе СМИ пяти национальных вариантов английского языка. В каждом конкретном случае употребление пословицы сопровождается определенными лингвокультурологическими особенностями, характерными для данного национального варианта, что позволяет пословице не выделяться на фоне текста и выполнять надлежащие функции. Пословица позволяет привлечь внимание к национальному колориту той или иной культуры. Проведение дискурсивного анализа способствовало выявлению наиболее востребованных тем, в которых употребляются пословицы. Данные анализа демонстрируют, что экономика и политика в большей степени воплощают потенциал, заложенный в пословицах. Можно предположить, что употребление значительного числа пословиц в данных тематиках обусловлено сложностью и неоднозначностью последних. Таким образом, пословицы призваны либо облегчить понимание получателю информации, либо создать необходимое впечатление от прочитанного текста. В некоторых случаях эти задачи могут использоваться совместно. В значительной мере пословицы реализуются и в статьях развлекательного характера, что позволяет пословице раскрыть свою другую сторону, а именно образность и метафоричность, что, тем не менее, также необходимый коммуникативный эффект на адресата информации.

Кроме того, в ходе исследования были выявлены некоторые пословицы, которые не получили должного освещения в дискурсе СМИ. Данные пословицы были распределены в соответствии со своей формой и значением в соответствующие группы, выделенные в процессе анализа. Среди наиболее выраженных групп оказались пословицы, затрагивающие

проблему старости, смерти, болезни, религии и обращения с животными, что делает возможным предположение относительно влияния политической корректности, практики, распространенной в США, на употребление определенных пословиц в дискурсе, оказывая влияние и на другие национальные варианты английского языка.

Выводы по Главе II

- 1) Пословицы, содержащие инфинитив и инфинитивные конструкции, представляют наиболее значительную часть пословиц, содержащих вербалии. Пословицы с модальными глаголами составляют большинство в данной группе пословиц, за которым следуют пословицы с глаголами в повелительном наклонении. Пословицы, содержащие инфинитив и инфинитивные конструкции, отличаются стойкостью к изменениям в структуре, что проявляется при анализе дискурса СМИ. Кроме того, данные пословицы получили значительную реализацию в вопросительной форме.
- 2) Наиболее стойкой к изменениям группой пословиц стали пословицы с герундием в своем составе. Пословицы, которые содержат причастие настоящего времени, подвержены таким трансформациям, как замена причастия настоящего времени на глагол, существительное или прилагательное.
- 3) В американском дискурсе СМИ наблюдается наибольшая вариативность в употреблении пословиц. Наиболее частотными синтаксическими трансформациями можно назвать изменение составляющих единиц в пословице, добавление слов в структуры и использование вопросительной формы.
- 4) В соответствии с данными статистического анализа наиболее распространенным способом употребления пословицы в дискурсе СМИ является ее использование в качестве аргументации в части рассуждения. Пословицы получили широкое использование в качестве заголовка к статьям в американском, австралийском и канадском дискурсах СМИ. В британском дискурсе СМИ пословицы в большей степени используются в качестве введения к статье. Новозеландский

дискурс СМИ отличается использованием значительного числа пословиц в качестве заключительного положения.

- 5) Пословицы в дискурсе СМИ всех пяти национальных вариантов английского языка в большинстве случаев вводятся в статью без каких-либо пояснений. Тем не менее, в американском дискурсе СМИ используется введение пословицы в статью с помощью упоминания известных личностей, родственников и др. В британском дискурсе значительная часть пословиц сопровождается комментарием относительно их лингвистического статуса.
- 6) Пословицы, которые так или иначе затрагивают вопросы старости, болезни и смерти, религии, животных и убийств, связанных в большей степени с животными, как можно предположить, не используются в дискурсе СМИ в связи с практикой политической корректности, реализуемой преимущественно в США.

Заключение

Изучение человека и лингвокультурологического наследия актуально для современного развития современной лингвистики в связи со становлением антропоцентричного подхода к восприятию человека как носителя языка и культуры, с формированием лингвокультурологии. Пословицы как неотъемлемая часть культурного наследия требуют проведения прогрессивных исследований с позиции антропологической лингвистики и лингвокультурологии, что позволит приблизиться к пониманию национальной идентичности исследуемых культур и устранить межкультурные барьеры в коммуникации. Дискурс СМИ как наиболее быстро развивающаяся платформа взаимодействия призван продемонстрировать реализацию пословиц в современном обществе.

В данном исследовании мы проанализировали пословицы, содержащие вербалии, в дискурсе СМИ в синтаксическом, семантическом и лингвокультурологическом аспектах. В результате было отмечено, что наиболее выраженной группой среди пословиц, содержащих вербалии, являются пословицы, имеющие в своем составе инфинитив и инфинитивные конструкции. Данная группа подразделяется на подгруппы, среди которых по количеству выделяются пословицы с модальными глаголами, глаголами в повелительном наклонении и вспомогательными глаголами будущего времени. Пословицы, содержащие в своей структуре инфинитив и герундий, демонстрируют стойкость к синтаксическим изменениям. Пословицы, содержащие причастия настоящего времени в своем составе, более подвержены изменениям таким, как замена причастия настоящего времени на глагол, существительное или прилагательное. Тем не менее, все пословицы демонстрировали значительную вариативность в синтаксическом

аспекте в статьях американского дискурса, основными трансформациями в котором стали изменение составляющих единиц в пословице, добавление слов в структуры и использование вопросительной формы.

В семантическом аспекте был проведен анализ использования пословиц в заголовке, во введении к статье, в части рассуждения и аргументации, в заключении и в качестве основной идеи и темы статьи. Наибольшее распространение пословиц было продемонстрировано в категории рассуждения и аргументации, что показывает актуальность функции пословиц как авторитетного источника мудрости. Использование пословиц в заголовке широко применяется в американском, австралийском и канадском дискурсе СМИ, что показывает, как пословица служит для привлечения внимания аудитории. Для британского дискурса СМИ характерно использование пословиц во введении к статье, что позволяет адресанту с помощью пословицы привлечь внимание к проблеме и выразить свое отношение. В новозеландском дискурсе СМИ пословицы употребляются и в качестве заключительной мысли, что позволяет пословицам реализовать свой потенциал в качестве рекомендации и совета адресату. В ходе исследования было выявлено, что в большинстве случаев пословицы вводятся в дискурс СМИ без каких-либо пояснений и комментариев. Среди менее распространенных способов употребления пословиц в тексте оказались идентификация с авторитетом с помощью упоминания известных личностей, а также родственников и старших товарищей по работе, спорту и др., что характерно в большей степени для американского дискурса СМИ, и сопровождении пословиц кратким комментарием, указывающим на их принадлежность к пословичному единству, что проявлялось в примерах британского дискурса СМИ.

В результате анализа пословиц, не реализуемых в дискурсе СМИ, был сделан вывод о том, что пословицы, которые так или иначе затрагивают вопросы старости, болезни и смерти, религии, животных и убийств, связанных в большей степени с животными, как можно предположить, не

используется в связи с практикой политической корректности, реализуемой преимущественно в США.

Тем не менее, пословицы и дискурс СМИ представляют широкое поле для исследования. Так, перспективным направлением исследования является анализ исследования других пословиц, а не только содержащих вербалии, анализ пословиц в других типах дискурса, что позволит выявить и другие характеристики пословиц и дискурса СМИ.

Список используемой литературы

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие. М.: «Академия», 2003.
2. Аникин В.П. Русские пословицы и поговорки. Москва «Художественная литература» 1988. С. 6-8.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс, Большой энциклопедический словарь, 1990. — С. 136-137.
4. Архангельский В.Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского Ун-та, 1964.
5. Бахтин М.М. Собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. – Т.5: Работы 1940-1960 гг. – С.159-206.
6. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974, с. 270—284
7. Виноградов С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи. Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С. 139.
8. Выгонская Л.Н., Корнеева М.С., Миндели Е.И. Неличные формы глагола в научном тексте. М.: 2013. – 142 с.
9. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. М.: Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2003. С. 116-117.
10. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: 2008 – С. 153.
11. Дроняева Т.С. К вопросу о речевой норме жанров массовой коммуникации. Журналистика и культура русской речи на переломе тысячелетий. Москва, 18–19 апреля 2002 г. М., 2002. С. 28.
12. Евсюкова Т. В., Бутенко Е.Ю.. Лингвокультурология. Москва. Флинта – 2014, С. 218.
13. Желтухина М.Р. Политический и масс-медиаальный дискурсы: воздействие-восприятие-интерпретация. Язык, сознание, коммуникации: Сб. статей. – М.: МАКС Пресс, 2003. – Вып. 23. – С. 39.

14. Кибрик А. А. Обосновано ли понятие «дискурс СМИ»? Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: Сб. науч. тр. Орёл: ОГПИК, 2008. -С. 6-11.
15. Константинова А.А. «Когнитивно-дискурсивные функции пословиц и поговорок в разных типах дискурса на английском языке». Автореферат. Москва – 2012.
16. Корда О.А. Креолизованный текст в современных печатных СМИ: структурно-функциональные характеристики. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Екатеринбург, 2013.
17. Кормильцева А.Л. «Лексическое поле «Женский интеллект» в русском и английском языке (на примере устойчивых выражений)». Автореферат. Казань, 2015.
18. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. 2010. № 12(83). Выпуск 6. – С. 13.
19. Кузнецов В. Г., Артамонова Ю. Д. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации. Москва, 2008. — С. 99–117.
20. Липгарт А.А. К проблеме языковедческого описания публицистического функционального стиля // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. М.: Изд-во МГУ, 2003. — С.161-166.
21. Лотман Ю.М. Текст в тексте. 1981. Электронный ресурс. URL: http://slovar.lib.ru/terminologies/lotman_ju_m.htm
22. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Издательский центр «Академия», 2001. С. 32.
23. Рикер Поль. Модель текста: осмысленное действие как текст. Социологическое обозрение Том 7. № 1. 2008.
24. Савенкова Л.Б. Отрицательное сравнение в семантической структуре паремий. ФИЛОЛОГИЯ И КУЛЬТУРА. PHILOLOGY AND CULTURE. 2015. №2 (40). С 101.
25. Семененко Н.Н. Когнитивно-прагматическая парадигма паремической семантики (на материале русского языка). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. Белгород – 2011. С. 15-16.
26. Степанов Г.В. Типология языковых состояний и ситуаций в странах романской речи. М.: Наука, 1976. С. 100.
27. Телия В.Н. Русская фразеология (Язык. Семиотика. Культура). 1996 – С 240-241.

28. Ученова В.В. Гносеологические проблемы публицистики. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – С. 13.
29. Хализев В.Е. Теория литературы. Издательство: «Высшая школа», 2007.
30. Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации. – Воронеж: Изд-во «Родная речь», 2004. – 194 с.
31. Яковлева Е.А. «Интеграция китайских паремий в американское коммуникативное пространство». Автореферат. Владивосток. 2016. С 10-11
32. Bell Allan. The Language of News Media. Wiley-Blackwell, 1991 – 12 (296).
33. Crystal David. The Cambridge encyclopedia of language. Cambridge, England: Cambridge University, 1987 – p. 116.
34. Dauenhauer, Bernard P. Paul Ricoeur: The Promise and Risk of Politics, 1998 – P. 101.
35. Fowler R. Language in the Use. Discourse and Ideology in the Press. L., N.Y., 1991. P. 3
36. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor. 1992. P.1.
37. Mieder Wolfgang. Proverbs, A handbook. Greenwood Press, 2004. P. 16
38. Mills, Sara. Discourse. Routledge: 2004 –P. 3-4.
39. Penfield J., Duru M. Proverbs: metaphors that teach. 1988.
40. Seitel Peter. Proverbs: A social use of metaphor. Essays on the Proverbs. The University of Wisconsin Press. 1994. P. 122
41. Taylor Archer. The wisdom of many and the wit of one. Essays on the Proverbs. The University of Wisconsin Press. 1994. P. 3
42. Whiting Bartlett Jere. Nature of the Proverb. 1932. P. 302.

Список используемых словарей

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. Изд.: АСТ, 2015.
2. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Оникс, 2008.
3. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка. Изд.: Альта-Принт, Дом. XXI век, 2009.
4. Concise Dictionary of Proverbs, Oxford University Press, 2003.

Список используемых примеров

1. The Florida Times Union. ROONEY BIN: Colds and cold weather can't be cured, must be endured. [Электронный ресурс]. URL: <http://jacksonville.com/community/>

- shorelines/2015-02-27/story/rooney-bin-colds-and-cold-weather-cant-be-cured-must-be
(Дата обращения: 5.05.17)
2. Daily Press. Old Point Comfort landmark razed in Civil War sacrifice [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dailypress.com/features/history/dp-old-point-comfort-landmark-razed-in-civil-war-sacrifice-20131202-post.html> (Дата обращения: 5.05.17)
 3. Mirror. Builders give bride and groom a 'lift' to their 7th floor apartment as they're craned over threshold. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mirror.co.uk/news/world-news/builders-give-bride-groom-lift-8840566> (Дата обращения: 5.05.17)
 4. The Irish Times. In a word . . . Mary [Электронный ресурс]. URL: <http://www.irishtimes.com/culture/in-a-word-mary-1.2926548> (Дата обращения: 5.05.17)
 5. Hattiesburg American. All good things must come to an end? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hattiesburgamerican.com/story/opinion/columnists/2016/11/30/dick-allison-good-things-end/94629434/> (Дата обращения: 5.05.17)
 6. Financial Times. Must all good things come to an end? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ft.com/content/c1f911f4-f601-11e5-96db-fc683b5e52db> (Дата обращения: 5.05.17)
 7. Houston Chronicle. Sunday letters: The Comey case. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.houstonchronicle.com/opinion/letters/article/Sunday-letters-The-Comey-case-11143114.php> (Дата обращения: 17.05.2017)
 8. Carrol County Times. Edelman: Appearances matter in politics. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.carrollcountytimes.com/columnists/opinion/ph-cc-edelman-051617-20170515-column.html> (Дата обращения: 17.05.2017)
 9. American Thinker. Indiscretions and Scandals in French Politics. [Электронный ресурс]. URL: http://www.americanthinker.com/articles/2017/02/indiscretions_and_scandals_in_french_politics.html#ixzz4hVK54im2 (Дата обращения: 5.05.17)
 10. The Scottish Sun. Unlike the old saying, it's politicians who should be seen and not heard says Frank McAvennie [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thescottishsun.co.uk/news/904072/unlike-the-old-saying-its-politicians-who-should-be-seen-and-not-heard-says-frank-mcavennie/> (Дата обращения: 5.05.17)
 11. The Greenville Journal. Speakers: Reading at a young age vital in overcoming the achievement gap. [Электронный ресурс]. URL: <https://greenvillejournal.com/>

- 2017/05/11/speaking-reading-young-age-vital-overcoming-achievement-gap/ (Дата обращения: 15.05.17)
12. Seattlepi. Electing a Governor: The case to re-elect Jay Inslee. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.seattlepi.com/local/politics/article/Electing-a-Governor-The-case-to-reelect-Jay-10068871.php> (Дата обращения: 5.05.17)
 13. NBC Sports. Jerry Jones won't rule out Tony Romo being active this week. [Электронный ресурс]. URL: <http://profootballtalk.nbcsports.com/2016/11/07/jerry-jones-wont-rule-out-tony-romo-being-active-this-week/> (Дата обращения: 5.05.17)
 14. The Drum. Agile creativity? Refuel4 discuss why agility is not just for the strategists. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thedrum.com/opinion/2017/01/16/agile-creativity-refuel4-discuss-why-agility-not-just-the-strategists> (Дата обращения: 5.05.17)
 15. Hot Air. Hmmm: Someone out there is polling a Paul Ryan/Hillary Clinton race. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotair.com/archives/2016/06/20/hmmm-someone-out-there-is-polling-a-paul-ryanhillary-clinton-race/> (Дата обращения: 5.05.17)
 16. BuzzFeed. Another Sign Trump Is Losing: Stock Markets Are Rising [Электронный ресурс]. URL: https://www.buzzfeed.com/matthewzeitlin/rising-stock-markets-are-another-sign-trump-is-losing?utm_term=.vnJ9MX43z#.rxRz98vq2 (Дата обращения: 5.05.17)
 17. Elite Daily. Does Absence Make The Heart Grow Fonder Or Does It Make You Forget? [Электронный ресурс]. URL: <http://elitedaily.com/dating/does-absence-make-heart-fonder/1098279/> (Дата обращения: 5.05.17)
 18. The Sydney Morning Herald. Does absence really make the heart grow fonder? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smh.com.au/lifestyle/life/citykat/does-absence-really-make-the-heart-grow-fonder-20140619-3ag54.html> (Дата обращения: 5.05.17)
 19. The Sydney Morning Herald. Many hearts not fond of absence. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smh.com.au/lifestyle/life/citykat/many-hearts-not-fond-of-absence-20130619-2oj77.html> (Дата обращения: 5.05.17)
 20. West Seattle Herald. Ken's View: Mayor's race and the stadium question. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.westseattleherald.com/2017/05/15/commentary/kens-view-mayors-race-and-stadium-question> (Дата обращения: 5.05.17)

21. The Guardian. Richard Dawkins and ultracrepidarianism [Электронный ресурс]. URL:<https://www.theguardian.com/science/2016/jun/05/richard-dawkins-and-ultracrepidarianism> (Дата обращения: 5.05.17)
22. Stanford. Salman Rushdie tells stories of oppression, freedom and the fatwa [Электронный ресурс]. URL:<http://news.stanford.edu/news/2008/may14/rushtwo-051408.html> (Дата обращения: 5.05.17)
23. The Telegraph. John Timpson: five tips I'd give my grandchildren about how to run a family business [Электронный ресурс]. URL: <http://www.telegraph.co.uk/finance/jobs/john-timpson/10221569/John-Timpson-five-tips-Id-give-my-grandchildren-about-how-to-run-a-family-business.html> (Дата обращения: 5.05.17)
24. The Telegraph. Dan Pearson. One year's seed is seven years' weed. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.telegraph.co.uk/gardening/3319775/One-years-seed-is-seven-years-weed.html> (Дата обращения: 5.05.17)
25. Holes. One Year's Seeding Is Seven Years Weeding. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.holesonline.com/blog/2015/5/19/one-years-seeding-is-seven-years-weeding> (Дата обращения: 5.05.17)
26. Toronto Gardens. ONE YEAR'S SEEDS, SEVEN YEARS' WEEDS [Электронный ресурс]. URL: <http://www.torontogardens.com/2009/04/one-years-seeds-seven-years-weeds.html/> (Дата обращения: 5.05.17)
27. The View from Bag End. One year seeding, seven years weeding [Электронный ресурс]. URL: <http://theviewfrombagend.blogspot.ru/2008/05/one-year-seeding-seven-years-weeding.html> (Дата обращения: 5.05.17)
28. Science Daily. Seeing is believing: Diamond quantum sensor reveals current flows in next-gen materials [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sciencedaily.com/releases/2017/04/170426141733.htm> (Дата обращения: 5.05.17)
29. Huffington Post. Seeing Is Believing: How Mobile And Local Journalism Can Fight Fake News [Электронный ресурс]. URL: http://www.huffingtonpost.co.uk/dror-ginzberg/seeing-is-believing-how-m_b_16226986.html (Дата обращения: 5.05.17)
30. Seeing is believing. Seeing is Believing launches the second phase of the Innovation Fund [Электронный ресурс]. URL: <http://seeingisbelieving.org/seeing-is-believing-launches-the-second-phase-of-the-innovation-fund/> (Дата обращения: 5.05.17)

31. Social Enterprise Scotland. SEEING IS BELIEVING PROGRAMME [Электронный ресурс]. URL: <http://www.socialenterprisescotland.org.uk/news/1197> (Дата обращения: 5.05.17)
32. University of Otago. IPL - Seeing is Believing - Exploring Computer-Mediated Reality [Электронный ресурс]. URL: <http://www.otago.ac.nz/info-science/news/otago613887.html> (Дата обращения: 5.05.17)
33. The Sydney Morning Herald. Seeing is believing: the art of illusion. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smh.com.au/entertainment/art-and-design/seeing-is-believing-the-art-of-illusion-20161204-gt3xkn.html> (Дата обращения: 5.05.17)
34. The Straits Times. Seeing is believing. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.straitstimes.com/world/seeing-is-believing> (Дата обращения: 5.05.17)
35. The Timmins Times. Dogs bark worse than neighbours bite [Электронный ресурс]. URL: <http://www.timminstimes.com/2015/01/27/dogs-bark-worse-than-neighbours-bite> (Дата обращения: 5.05.17)
36. Hyperallergic. An exhibition about dogs that barks but doesn't bite [Электронный ресурс]. URL: <https://hyperallergic.com/175684/an-exhibition-about-dogs-that-barks-but-doesnt-bite/> (Дата обращения: 5.05.17)
37. The Rugby Paper. Peter Jackson: Top dogs in Europe have bark but no bite. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rugbypaper.co.uk/features/columnists/peter-jackson/13021/peter-jackson-top-dogs-in-europe-have-bark-but-no-bite/> (Дата обращения: 5.05.17)
38. MWC NEWS. Does a barking dog not bite? [Электронный ресурс]. URL: <http://mwcnews.net/focus/politics/20945-barking-dog.html> (Дата обращения: 5.05.17)
1. The Guardian. Bark but no bite: Dangerous Dogs Act in spotlight as attacks rise. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/uk/2012/jan/18/dangerous-dogs-act-in-spotlight> (Дата обращения: 5.05.17)
39. Huffington Post. A Rising Tide Lifts All Boats. [Электронный ресурс]. URL: http://www.huffingtonpost.com/entry/a-rising-tide-lifts-all-boats_us_588014bee4b0aa1c47ac282d (Дата обращения: 5.05.17)
40. The Irish News. A Rising Tide Lifts All Boats [Электронный ресурс]. URL: <http://www.irishnews.com/lifestyle/holidays/2017/05/02/news/-a-rising-tide-lifts-all-boats--->

- find-your-wild-atlantic-way-at-dillions-hotel-letterkenny-1014809/ (Дата обращения: 5.05.17)
42. Truthout. A Rising Tide Only Lifts All Boats When Everyone Has a Boat. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.truth-out.org/news/item/25852-a-rising-tide-only-lifts-all-boats-when-everyone-has-a-boat> (Дата обращения: 5.05.17)
 43. The Angullian. A rising tide lifts all boats. [Электронный ресурс]. URL: <http://theanguillian.com/2015/01/a-rising-tide-lifts-all-boats/> (Дата обращения: 5.05.17)
 44. The Economist. Does raising all boats lift the tide? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economist.com/blogs/freexchange/2014/03/inequality> (Дата обращения: 5.05.17)
 45. CNBC. How to Complain: Squeaky Wheel Still Gets the Grease. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cnbc.com/id/100542717> (Дата обращения: 5.05.17)
 46. LimaOhio. Sometimes the squeaky wheel does get the grease. [Электронный ресурс]. URL: <http://limaohio.com/news/200558/john-grindrod-sometimes-the-squeaky-wheel-does-get-the-grease> (Дата обращения: 5.05.17)
 47. The Washington Post. For women in business, the squeaky wheel doesn't get the grease. [Электронный ресурс]. URL: https://www.washingtonpost.com/national/on-leadership/for-women-in-business-the-squeaky-wheel-doesnt-get-the-grease/2012/01/09/gIQAGRuqlP_story.html?utm_term=.1231b0515bcd (Дата обращения: 5.05.17)
 48. Scientopia Scicurious. The squeaky wheel gets the grease. [Электронный ресурс]. URL: <http://scicurious.scientopia.org/2013/05/15/the-squeaky-wheel-gets-the-grease/> (Дата обращения: 5.05.17)
 49. The Independent. A Rolling stone gathers no moss. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.independent.co.uk/property/house-and-home/property/a-rolling-stone-gathers-no-moss-69660.html> (Дата обращения: 5.05.17)
 50. Southeast Missourian. Don't gather negative 'moss' [Электронный ресурс]. URL: <http://www.semissourian.com/story/1688777.html> (Дата обращения: 5.05.17)
 51. Royal Ontario Museum. "A Rolling Stone Gathers no Moss" but the stories they can tell... [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rom.on.ca/en/blog/%E2%80%9Crolling-stone-gathers-no-moss%E2%80%9D-stories-they-can-tell%E2%80%A6> (Дата обращения: 5.05.17)

52. Daily Mail. Drugs in drones, corrupt officers and deaf ministers: If inmates spent every weekday doing a full day's work, prisons wouldn't be in such a state, writes ANN WIDDECOMBE [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3947700/Drugs-drones-corrupt-officers-deaf-ministers.html> (Дата обращения: 5.05.17)
53. Royal Central. A busy day for the Earl of Wessex [Электронный ресурс]. URL: <http://royalcentral.co.uk/uk/wessexes/a-busy-day-for-the-earl-of-wessex-76993> (Дата обращения: 5.05.17)
54. New York Daily News. Scientists discover way to unboil eggs. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nydailynews.com/news/national/scientists-discover-unboil-eggs-article-1.2091160> (Дата обращения: 5.05.17)
55. Financial Times. I run a women's whistling choir. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ft.com/content/a6397c24-d788-11e6-944b-e7eb37a6aa8e> (Дата обращения: 5.05.17)
56. The Sydney Morning Herald. Odd notes at dawn when hens start crowing about the pecking order. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smh.com.au/national/odd-notes-at-dawn-when-hens-start-crowing-about-the-pecking-order-20100508-ul2n.html> (Дата обращения: 5.05.17)
57. Edmonton Journal. The debate over Edmonton Oilers fans and Stanley Cup Playoff officiating: A "bad look" on whom? [Электронный ресурс]. URL: <http://edmontonjournal.com/sports/hockey/nhl/cult-of-hockey/the-debate-over-edmonton-oilers-fans-and-stanley-cup-playoff-officiating-a-bad-look-on-whom> (Дата обращения: 5.05.17)
58. Taranaki Daily News. New Plymouth man Gary Timothy Fenwick sentenced for toilet filming. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stuff.co.nz/taranaki-daily-news/news/71958996/new-plymouth-man-gary-timothy-fenwick-sentenced-for-toilet-filming> (Дата обращения: 5.05.17)
59. Easilyriled. A whistling woman and a crowing hen are neither fit for God nor men [Электронный ресурс]. URL: <https://easilyriled.wordpress.com/2011/11/26/a-girl-that-whistles-and-a-hen-that-crows-makes-her-way-wherever-she-goes/> (Дата обращения: 5.05.17)

60. The HuffPost. We're All Living In Glass Houses: 5 Mistakes We Make In Talking About Mental Health [Электронный ресурс]. URL: (Дата обращения: 5.05.17)
61. New Zeland Herald. In the land of being a parent. [Электронный ресурс]. URL: http://www.nzherald.co.nz/lifestyle/news/article.cfm?c_id=6&objectid=11614661 (Дата обращения: 5.05.17)
62. Windsor Star. Salvation Army charity soldier must be seen, not heard [Электронный ресурс]. URL: <http://windsorstar.com/windsor/salvation-army-charity-soldier-must-be-seen-not-heard> (Дата обращения: 5.05.17)
63. The Scottish Sun. Unlike the old saying, it's politicians who should be seen and not heard says Frank McAvennie [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thescottishsun.co.uk/news/904072/unlike-the-old-saying-its-politicians-who-should-be-seen-and-not-heard-says-frank-mcavennie/> (Дата обращения: 5.05.17)
64. The Greenville Journal. Speakers: Reading at a young age vital in overcoming the achievement gap [Электронный ресурс]. URL: <https://greenvillejournal.com/2017/05/11/speaking-reading-young-age-vital-overcoming-achievement-gap/> (Дата обращения: 5.05.17)
65. Business 2 Community. How to Improve Your Public Speaking Skills – 3 Powerful Tips [Электронный ресурс]. URL: <http://www.business2community.com/communications/improve-public-speaking-skills-3-powerful-tips-01842508> (Дата обращения: 5.05.17)
66. The Jamaica Observer. When kids say the darndest things [Электронный ресурс]. URL: http://m.jamaicaobserver.com/baby-steps/when-kids-say-the-darndest-things_96921?profile=1264 (Дата обращения: 5.05.17)
67. Money Morning. Iron Ore Price Boosts Revenues... for now [Электронный ресурс]. URL: <https://www.moneymorning.com.au/20170510/iron-ore-price-boosts-revenues-now-cw.html> (Дата обращения: 5.05.17)
68. Stuff. Hughie Fury: Joseph Parker is counting his chickens before they hatch [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stuff.co.nz/sport/other-sports/90128853/Hughie-Fury-Joseph-Parker-is-counting-his-chickens-before-they-hatch> (Дата обращения: 5.05.17)
69. The Chronicle Herald. Chicken rentals eggs-actly what's needed in N.S. [Электронный ресурс]. URL: <http://thechronicleherald.ca/novascotia/1464468->

- chicken-rentals-eggs-actly-what%E2%80%99s-needed-in-n.s.v (Дата обращения: 5.05.17)
70. Global News. The Trudeau-Notley pipeline narrative hangs by a thread [Электронный ресурс]. URL: <http://globalnews.ca/news/3445855/commentary-the-trudeau-notley-pipeline-narrative-hangs-by-a-thread/> (Дата обращения: 5.05.17)
 71. CBS Sports. Paul George to Lakers (possibly with Russell Westbrook)? All-NBA vote makes it easier [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbssports.com/nba/news/paul-george-to-lakers-possibly-with-russell-westbrook-all-nba-vote-makes-it-easier/> (Дата обращения: 5.05.17)
 72. The Greeneville Sun “PREP TENNIS: Lady Devils Cruise To Fourth Straight Region Crown” [Электронный ресурс]. URL: http://www.greenevillesun.com/greeneville/prep-tennis-lady-devils-cruise-to-fourth-straight-region-crown/article_64b61b97-317a-5793-9a39-ae14cbc33880.html (Дата обращения: 5.05.17)
 73. Market Realist. Is T-Mobile Counting Its Chickens before They’re Hatched? [Электронный ресурс]. URL: <http://marketrealist.com/2017/05/is-t-mobile-counting-its-chickens-before-theyre-hatched/> (Дата обращения: 5.05.17)
 74. Money Show. Market Expectations: Trump Bump or Slump? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.moneyshow.com/articles/tradingidea-46163/market-expectations-trump-bump-or-slump/> (Дата обращения: 5.05.17)
 75. The Star. Beware of Lib Dems bearing gifts [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thestar.co.uk/news/your-say/beware-of-lib-dems-bearing-gifts-1-8531640> (Дата обращения: 5.05.17)
 76. BBC. Will the Greek economy ever recover? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-37648935> (Дата обращения: 5.05.17)
 77. The HuffPost. Charlotte, NC And Presidential Politics [Электронный ресурс]. URL: http://www.huffingtonpost.com/clarence-b-jones/charlotte-nc-and-presiden_b_12166522.html (Дата обращения: 5.05.17)
 78. Calgary Herald. Nelson: Minimum wage hikes run risk of backfiring. [Электронный ресурс]. URL: <http://calgaryherald.com/opinion/columnists/nelson-minimum-wage-hikes-run-risk-of-backfiring> (Дата обращения: 5.05.17)

79. The Conversation. Dastyari dilemma – the attraction of strangers bearing gifts [Электронный ресурс]. URL: <http://theconversation.com/dastyari-dilemma-the-attraction-of-strangers-bearing-gifts-65111> (Дата обращения: 5.05.17)
80. Farmers Daily. Drought could slash crop yields by up to 50%. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fwi.co.uk/arable/concerns-grow-drought-will-slash-crop-yields.htm> (Дата обращения: 5.05.17)
81. The Telegraph. Dan Pearson. One year's seed is seven years' weed. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.telegraph.co.uk/gardening/3319775/One-years-seed-is-seven-years-weed.html> (Дата обращения: 5.05.17)
82. Holes. One Year's Seeding Is Seven Years Weeding. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.holesonline.com/blog/2015/5/19/one-years-seeding-is-seven-years-weeding> (Дата обращения: 5.05.17)

Приложение

Пословицы, содержащие инфинитив и инфинитивные конструкции

1. To make smth do/ let smth do

ABSENCE makes the heart grow fonder

You can take a HORSE to the water, but you can't make him drink

Because a MAN is born in a stable that does not make him a horse

LOVE makes the world go round

Little BIRDS that can sing and won't sing must be made to sing

You can take a HORSE to the water, but you can't make him drink

The LAST drop makes the cup run over

TRUTH makes the Devil blush

MONEY makes the mare go

Let the DEAD bury the dead

Let the BUYER beware

Let them LAUGH that win

LET well alone

He that cannot PAY, let him pray

Let SLEEPING dogs lie

Never let the SUN go down on your anger

Let the COBBLER stick to his last

JOUK and let the jaw go by

2. Can, could, must, have to, may, might

Never PUT off till tomorrow what you can do today

If ANYTHING can go wrong, it will

BEGGARS can't be choosers

If you can't BEAT them, join them
A HOUSE divided cannot stand
You can't WIN them all
We must learn to WALK before we can run
If you can WALK you can dance, if you can talk you can sing
You can have TOO much of good thing
You can't TEACH an old dog new tricks
You can't make a SILK purse out of a sow's ear
You can't PLEASE everyone
NO man can serve two masters
You can only DIE once
He that cannot OBEY cannot command
You can DRIVE out Nature with a pitchfork, but she keeps on coming back
What can you EXPECT from a pig but a grunt?
He that cannot PAY, let him pray
A GOLDEN key can open any door
If you can't be GOOD, be careful
The KING can do no wrong
You can drive out Nature with a pitchfork, but she keeps on coming back
You cannot shift an old tree without it dying
REVENGE is a dish that can be eaten cold
Little BIRDS that can sing and won't sing must be made to sing
You cannot get BLOOD from a stone
You can't tell a BOOK by its cover
You can take the BOY out of the country but you can't take the country out of the boy
You cannot make BRICKS without straw
You can take a HORSE to the water, but you can't make him drink
You can't put NEW wine in old bottles
You cannot CATCH old birds with chaff
FOOLS ask questions that wise men cannot answer
What's DONE cannot be undone
You cannot serve GOD and Mammon

A GOOD horse cannot be of a bad colour
MAN cannot live by bread alone
One cannot LOVE and be wise
you cannot HAVE your cake and eat it
You cannot make an OMELETTE without breaking eggs
Things PAST cannot be recalled
You cannot get a QUART into a pint pot
You cannot RUN with the hare and hunt with the hounds
You cannot SHIFT an old tree without it dying
A STREAM cannot rise above its source
What can't be CURED must be endured
You cannot put an OLD head on young shoulders
If you can't RIDE two horses at once, you shouldn't be in the circus
Those who HIDE can find
With a SWEET tongue and kindness, you can drag an elephant by a hair
You never KNOW what you can do till you try
You cannot LOSE what you never had
The MILL cannot grind with the water that is past
What is NEW cannot be true
If you don't SPECULATE, you can't accumulate
When SPIDER webs unite, they can tie up a lion
It is not SPRING until you can plant your foot upon twelve daisies
What you don't KNOW can't hurt you

ROBIN Hood could brave all weathers but a thaw wind

ALL good things must come to an end
We must learn to WALK before we can run
The BEST of friends must part
Whosoever DRAWS his sword against the prince must throw the scabbard away
We must EAT a peck of dirt before we die
CAESAR's wife must be above suspicion

They that DANCE must pay the fiddler
What can't be CURED must be endured
DESPERATE diseases must have desperate remedies
A DOOR must either be shut or open
Every HERRING must hang by its own gill
What MUST be, must be
Every TUB must stand on its own bottom
A WILFUL man must have his way
YOUTH must be served
YOUNG men may die, but old men must die
Who won't be RULED by the rudder must be ruled by the rock
He that will THRIVE must first ask his wife
If the MOUNTAIN will not come to Mahomet, Mahomet must go to the mountain
What goes UP must come down
If TWO ride on a horse, one must ride behind
Who SAYS A must say B
If you want PEACE, you must prepare for war

Never do EVIL that good may come of it
GOLD may be bought too dear
A CAT may look at a king
A FOOL may give a wise man counsel
A MOUSE may help a lion
When the OAK is before the ash, then you will only get a splash; when the ash is before the oak,
then you may expect a soak
STICKS and stones may break my bones, but words will never hurt me
A SOW may whistle, though it has an ill mouth for i
One man may STEAL a horse, while another may not look over a hedge
THREE may keep a secret, if two of them are dead

CHILDREN should be seen and not heard
Those who live in GLASS houses shouldn't throw stones

Why should the DEVIL have all the best tunes? – SAYING (attributed to Rowland Hill)

No one should be JUDGE in his own cause

You should KNOW a man seven years before you stir his fire

FOOLS and bairns should never see half-done work

NOTHING should be done in haste but gripping a flea

If you can't RIDE two horses at once, you shouldn't be in the circus

He who SUPS with the Devil should have a long spoon

A LIAR ought to have a good memory

NOTHING so bad but it might have been worse

One might as well be HANGED for a sheep as a lamb

3. Will, Shall

Come LIVE with me and you'll know me

If ANYTHING can go wrong, it will

ACCIDENTS will happen (in the best-regulated families)

Set a BEGGAR on horseback, and he'll ride to the Devil

There's none so DEAF as those who will not hear

DIRTY water will quench fire

Every COCK will crow upon his own dunghill

A DOG that will fetch a bone will carry a bone

EMPTY sacks will never stand upright

FAITH will move mountains

LOVE will find a way

The PITCHER will go to the well once too often

TIME will tell

WONDERS will never cease

Even a WORM will turn

A DROWNING man will clutch at a straw

KEEP no more cats than will catch mice

KEEP a thing seven years and you'll always find a use for it

KEEP your shop and your shop will keep you
GO abroad and you'll hear news of home
Throw DIRT enough, and some will stick
If CANDLEMAS day be sunny and bright, winter will have another flight; if Candlemas day be
cloudy with rain, winter is gone, and won't come again
There's none so BLIND as those who will not see
BLOOD will have blood
If you're BORN to be hanged then you'll never be drowned
When the CAT's away, the mice will play
BOYS will be boys
What's BRED in the bone will come out in the flesh
RED in the bone will come out in the flesh
Where GOD builds a church, the Devil will build a chapel
He that WILL not when he may, when he will he shall have nay
SUSSEX won't be druv
STRETCH your arm no further than your sleeve will reach
If you SIT by the river for long enough, you will see the body of your enemy float by
You SCRATCH my back, I'll scratch yours
SAINT Swithun's day, if thou be fair, for forty days it will remain; Saint Swithun's
If you RUN after two hares you will catch neither
If SAINT Paul's day be fair and clear, it will betide a happy year
Give a man ROPE enough and he will hang himself
If you gently touch a NETTLE it'll sting you for your pains; grasp it like a lad of mettle, an' as
soft as silk remains.
STICKS and stones may break my bones, but words will never hurt me
He that will THRIVE must first ask his wife
When the OAK is before the ash, then you will only get a splash; when the ash is before the oak,
then you may expect a soak
If the MOUNTAIN will not come to Mahomet, Mahomet must go to the mountain
HAWKS will not pick out hawks' eyes
HANG a thief when he's young, and he'll no' steal when he's old
Who won't be RULED by the rudder must be ruled by the rock

The WORTH of a thing is what it will bring

If you won't WORK you shan't eat

The DEVIL was sick, the Devil a saint would be; the Devil was well, the devil a saint was he!

Whom the GODS would destroy, they first make mad

The CAT would eat fish, but would not wet her feet

DO as you would be done by

BE what you would seem to be

If you would be HAPPY for a week take a wife; if you would be happy for a month kill a pig;

but if you would behappy all your life plant a garden

If it were not for HOPE, the heart would break

If IFS and ands were pots and pans, there'd be no work for tinkers' hands

MUCH would have more

If there were no RECEIVERS, there would be no thieves

He that would go to SEA for pleasure, would go to hell for a pastime

If you would be well SERVED, serve yourself

If every man would SWEEP his own doorstep the city would soon be clean

If WISHES were horses, beggars would ride

BLESSED is he who expects nothing, for he shall never be disappointed

When the BLIND lead the blind, both shall fall into the ditch

Where the CARCASE is, there shall the eagles be gathered together

As you BREW, so shall you bake

As you BAKE, so shall you brew

SEEK and ye shall find

If the SKY falls we shall catch larks

They that SOW the wind shall reap the whirlwind

He that TOUCHES pitch shall be defiled

As a TREE falls, so shall it lie

If you won't WORK you shan't eat

4. Повелительное наклонение

Don't CUT off your nose to spite your face –
Do not MEET troubles halfway
Don't COUNT your chickens before they are hatched
If it ain't BROKE, don't fix it
Don't put all your EGGS in one basket
Don't HALLOO till you are out of the wood
Don't CHANGE horses in mid-stream (The proverb is also used in the phrase to change horse in mid-stream).
Don't get MAD, get even
Don't TEACH your grandmother to suck eggs
Don't THROW the baby out with the bathwater
Don't THROW out your dirty water until you get in fresh
Do not throw PEARLS to swine
Don't SELL the skin till you have caught the bear
Do not grieve that ROSE-TREES have thorns, rather rejoice that thorny bushes bear roses
Do not spoil the SHIP for a ha'porth of tar
Don't go near the WATER until you learn how to swim
Do not call a WOLF to help you against the dogs
If it ain't BROKE, don't fix it

KEEP no more cats than will catch mice
KEEP a thing seven years and you'll always find a use for it
KEEP your shop and your shop will keep you
Never do EVIL that good may come of it
If you can't be GOOD, be careful
KEEP your own fish-guts for your own sea-maws
FEAR the Greeks bearing gifts (послеопредел)
Never PUT off till tomorrow what you can do today
If you WANT a thing done well, do it yourself
If you WANT something done, ask a busy person
Come LIVE with me and you'll know me
LEND your money and lose your friend

SPEAK not of my debts unless you mean to pay them
SPEAK as you find
TRUST in God but tie your camel
SEE no evil, hear no evil, speak no evil
EAT to live, not live to eat
If you can't BEAT them, join them
BE what you would seem to be
Never send a BOY to do a man's job
BETTER be an old man's darling, than a young man's slave
Set a BEGGAR on horseback, and he'll ride to the Devil
BETTER be envied than pitied
BETTER be out of the world than out of the fashion
BETTER be safe than sorry
DIVIDE and rule - saying
DO right and fear no man
DO as you would be done by
GO abroad and you'll hear news of home
LIKE will to like
LIVE and learn
Throw DIRT enough, and some will stick
LIVE and let live
LOOK before you leap
LOVE and a cough cannot be hid
LOVE me, love my dog
SAVE us from our friends
QUICKLY come, quickly go
PLEASE your eye and plague your heart
Never SPEAK ill of the dead
PRACTISE what you preach
SUE a beggar and catch a louse
Never give a SUCKER an even break
Put a STOUT heart to a stey brae

Make HASTE slowly
TELL the truth and shame the Devil
Set a THIEF to catch a thief
THINK first and speak afterwards
THINK global, act local
THINK twice, cut once
USE it or lose it
WASTE not, want not
SPEAK softly and carry a big stick
GIVE the Devil his due – figurative phrase
GIVE a thing, and take a thing, to wear the Devil's gold ring
SPARE well and have to spend
HANG a thief when he's young, and he'll no' steal when he's old
If you gently touch a NETTLE it'll sting you for your pains; grasp it like a lad of mettle, an' as soft as silk remains.
Give a man ROPE enough and he will hang himself
SEEK and ye shall find
If you would be well SERVED, serve yourself
STRETCH your arm no further than your sleeve will reach
Never MARRY for money, but marry where money is
Call no man HAPPY till he dies
What you HAVE, hold
HEAR all, see all, say nowt, tak' all, keep all, gienowt, and if tha ever does owt for nowt do it for thysen
If you don't like the HEAT, get out of the kitchen
HURRY no man's cattle
Be JUST before you're generous
JOUK and let the jaw go by
LOVE me little, love me long
MAKE hay while the sun shines
MARRY in haste and repent at leisure
MARRY in May, rue for aye

OBEY orders, if you break owners
PHYSICIAN, heal thyself
Never mention ROPE in the house of a man who has been hanged
When in ROME, do as the Romans do
Help you to SALT, help you to sorrow
SCRATCH a Russian and you find a Tartar
SELL in May and go away
SING before breakfast, cry before night
SPARE at the spigot, and let out at the bung-hole
If at first you don't SUCCEED, try, try, try again
SWEEP the house with broom in May, you sweep the head of the house away
TAKE the goods the gods provide
Never tell TALES out of school
TALK of the Devil, and he is bound to appear
Never TROUBLE trouble till trouble troubles you
One WHITE foot, buy him; two white feet, try him; three white feet, look well about him; four
white feet, go without him

5. Инфинитив в отрицании:

The LEOPARD does not change his spots
If you don't make MISTAKES you don't make anything
You don't get SOMETHING for nothing
One SWALLOW does not make a summer
TWO blacks don't make a white
One does not WASH one's dirty linen in public
EAGLES don't catch flies
Because a MAN is born in a stable that does not make him a horse
The COWL does not make the monk
DOG does not eat dog
What the EYE doesn't see, the heart doesn't grieve over
If you don't SPECULATE, you can't accumulate

What you don't KNOW can't hurt you
If you don't like the HEAT, get out of the kitchen
If at first you don't SUCCEED, try, try, try again

6. Инфинитив после прилагательного и наречия:

It is NEVER too late to learn
It is NEVER too late to mend
NEVER too old to learn
The HUSBAND is always the last to know
It is best to be OFF with the old love before you are on with the new.
Where IGNORANCE is bliss, 'tis folly to be wise (it is)
It is easier to RAISE the Devil than to lay him
He who RIDES a tiger is afraid to dismount
If it SOUNDS too good to be true, it probably is
It is too late to shut the STABLE-door after the horse has bolted
It is idle to SWALLOW the cow and choke on the tail
It is easy to be WISE after the event
It is easier to PULL down than to build up
It is BETTER to be born lucky than rich
It is BETTER to give than to receive
BETTER to have loved and lost, than never to have loved at all
It is BETTER to travel hopefully than to arrive
BETTER to wear out than to rust out
It is good to make a BRIDGE of gold to a flying enemy
TALK of the Devil, and he is bound to appear
EARLY to bed and early to rise, makes a man healthy, wealthy, and wise – saying
COMMON fame is seldom to blame

7. Инфинитив после существительного:

ONE for the mouse, one for the crow, one to rot, one to grow
There is more than one WAY to skin a cat
It's a SIN to steal a pin

BIG fleas have little fleas upon their backs to bite them, and little fleas have lesser fleas, and so ad infinitum

The DEVIL finds work for idle hands to do

CORPORATIONS have neither bodies to be punished nor souls to be damned

THREE things are not to be trusted: a cow's horn, a dog's tooth, and a horse's hoof

8. Инфинитив после усилительного *do*:

A REED before the wind lives on, while mighty oaks do fall

The COURSE of true love never did run smooth

9. Инфинитив после определенных глаголов:

When THINGS are at the worst they begin to mend

Do not call a WOLF to help you against the dogs

Don't go near the WATER until you learn how to swim

WORK expands so as to fill the time available

YOUNG folks think old folks to be fools, but old folks know young folks to be fools

CURSES, like chickens, come home to roost - Chickens didn't enter the scene until the 19th century when a fuller version of the phrase was used as a motto on the title page of Robert Southey's poem *The Curse of Kehama*, 1810:

FOOLS rush in where angels fear to tread

Help you to SALT, help you to sorrow

It takes ALL sorts to make a world

It takes TWO to make a bargain

It takes TWO to make a quarrel

It takes TWO to tango

It takes three GENERATIONS to make a gentleman

It TAKES one to know one

It takes a whole VILLAGE to bring up a child

10. Complex Object

If you SIT by the river for long enough, you will see the body of your enemy float by

11. Инфинитивы в качестве существительного:

To KNOW all is to forgive all

To ERR is human (to forgive divine)

12. Пассивный залог

RULES are made to be broken

PROMISES, like pie-crust, are made to be broken

If you're BORN to be hanged then you'll never be drowned

Пословицы, содержащие причастия

A BARKING dog never bites

A BELLOWING cow soon forgets her calf

A BLEATING sheep loses a bite

It is good to make a BRIDGE of gold to a flying enemy

It is as CHEAP sitting as standing

COMING events cast their shadows before

A CREAKING door hangs longest

A DRIPPING June sets all in tune

A DROWNING man will clutch at a straw

You cannot shift an old tree without it dying

FEAR the Greeks bearing gifts

A RISING tide lifts all boats

A ROLLING stone gathers no moss

The SQUEAKING wheel gets the grease

A WHISTLING woman and a crowing hen are neither fit for God nor men

Happy's the WOOING that is not long a-doing

Пословицы, содержащие герундий

Appetite comes with eating
Catching's before hanging
Constant dropping wears away a stone
GENIUS is an infinite capacity for taking pains
Hanging and wiving go by destiny
He that goes a-borrowing, goes a-sorrowing
If a thing's worth doing, it's worth doing well
It's ill speaking between a full man and a fasting
It is a long lane that has no turning
It is a poor dog that's not worth whistling for
It is ill sitting at Rome and striving with the Pope
It is no use crying over spilt milk
It's ill waiting for dead men's shoes
Ignorance of the law is no excuse for breaking it
Killing no murder
Kissing goes by favour
Learning is better than house and land
Length begets loathing
May chickens come cheeping
One year's seeding makes seven years' weeding
Seeing is believing
There is no accounting for tastes
The sun loses nothing by shining into a puddle
There are more ways of killing a cat than choking it with cream
There are more ways of killing a dog than choking it with butter
There are more ways of killing a dog than hanging it
There is no royal road to learning
When the going gets tough, the tough get going
When you are in a hole, stop digging
When the gorse is out of bloom, kissing's out of fashion
When house and land are gone and spent, then learning is most excellent
While TWO dogs are fighting for a bone, a third runs away with it

A woman and a ship ever want mending

You cannot shift an old tree without it dying

You can drive out Nature with a pitchfork, but she keeps on coming back

You cannot make an omelette without breaking eggs