

*Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского
Серия «Филология». Том 20 (59), №1. 2007 г. С. 319–324.*

УДК 811.161.1' 373.7 + 006.72

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ
ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ И ИХ РОЛЬ
В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(на материале русского и немецкого языков)**

О. В. Колесникова

Статья посвящена проблеме изучения фразеологизмов в аспекте межкультурной коммуникации.
Ключевые слова: фразеологизм, межкультурная коммуникация.

Одной из наиболее важных современных задач лингводидактики является обучение иностранным языкам как средству коммуникации между представителями разных культур и народов. Причём обучение считается эффективным только тогда, когда языки изучаются в неразрывном единстве с миром и культурой народов, говорящих на этих языках.

Актуальность исследования обусловлена следующим. Поскольку любая человеческая деятельность, в том числе и коммуникация, имеет в своей основе эмоциональные переживания, преподавание иностранных языков должно подразумевать наличие у учащихся обширных знаний об эмоциях, их функциях, знании эмотивного фонда родного и изучаемого иностранного языков, средств номинации, выражения и описания своих эмоциональных переживаний в контекстах конкретного языка и культуры.

Предметом нашего исследования являются фразеологизмы со значением эмоционального состояния, обозначающие восхищение, восторг, радость, счастье (группа с положительным значением) и негодование, возмущение, гнев (группа с отрицательным значением). Общее количество исследуемых фразеологизмов составляет 130 единиц (77 — русских и 53 — немецких фразеологизма).

Цель работы: раскрыть природу фразеологизмов со значением эмоционального состояния человека в аспекте межкультурной коммуникации.

Материалом для исследования послужили такие словари и справочники по фразеологии: Ю. Ф Прайд. “Краткий русско-украинский и украинско-русский тематический словарь: эмоции человека”, Р. И. Яранцев “Словарь-справочник по русской фразеологии”, Duden. In 12 Bänden. B. 11. “Feste Redewendungen” и др.

Новизна работы выражается в следующем: была предпринята попытка найти для группы русских фразеологизмов со значением эмоционального состояния, состоящей из 77 единиц, немецкие аналоги с целью выявления национальных особенностей в лингвокультурном опыте.

Вопрос о классификации фразеологизмов со значением эмоционального состояния человека является дискуссионным. Этой проблемой занимается целый ряд учёных: Ю. Ф Прайд., А. М. Эмирова, Р. И Яранцев и др.

Наиболее подробную классификацию фразеологизмов со значением эмоционального состояния человека (которую мы примем в качестве рабочей в нашем исследовании) предлагает Ю. Ф. Прадид в “Кратком русско-украинском и украинско-русском тематическом словаре: эмоции человека”. Учёный рассматривает следующие группы ФЕ (фразеологических единиц): 1. *Отвращение, омерзение*; 2. *Удовольствие, радость*; 3. *Гнев, ярость*; 4. *Восторг, восхищение*; 5. *Любовь, страсть*; 6. *Страдание, мука*; 7. *Беспокойство, тревога*; 8. *Удивление, изумление*; 9. *Презрение, пренебрежение*; 10. *Смущение, стыд*; 11. *Страх, ужас*; 12. *Грусть, печаль*; 13. *Отчаяние, безысходность* [17, с. 11].

Фразеологизмы, являясь целостной единицей номинации, воспроизводимой в речи, отображают эмоции через свою образную основу.

Тем самым они представляют собой некий “сгусток” психической жизни человека. Например: немецкое предложение *Sie hat ihm einen Bären aufgebunden* (букв.: она привязала ему медведя, ср.: *она навешала ему лапши на уши*) непонятно, если пытаться понять значение буквально, т. е. из комбинации значений всех слов. Но если известно, что группа слов *j-m einen Bären aufbinden* (букв.: вешать кому-л. медведя) в целом имеет определённое значение, и если это общее значение знакомо, то предложение понимается правильно: *она заставила его поверить во что-то невероятное*).

Несмотря на свою универсальность и общечеловечность, эмоции в различных языковых культурах не всегда совпадают по форме, объёму и качеству эмотивных смыслов. Всё множество фразеологизмов конкретного языка, обозначающих эмоции, передаёт национальную картину чувств. Поэтому эти фразеологизмы представляют собой значительные трудности в межкультурной коммуникации, особенно в том случае, если в языке одного из коммуникантов нет аналогичной по смыслу ФЕ. Например, русские фразеологизмы: *рвать и метать* “раздражаться, неистововать, будучи в состоянии негодования, озлобления и т. п. на кого-л. или на что-л.” [20, с. 387]; *рыть (копать) яму кому, под кого* “строить козни, причинять неприятности, вредить” [20, с. 404]; *с сердцем* “в гневе, сердито” [20, с. 421]; *метать икру* “поднимать шум, ругаться, браниться, возмущаться и т. п. обычно по пустякам” [20, с. 247]; *стереть с лица земли* “жестоко расправиться с кем-л., совсем погубить кого-л.” [20, с. 456] и др. не имеют аналогов во фразеологии немецкого языка. Без объяснительного комментария смысл этих ФЕ остаётся для коммуниканта неясным.

Напрашивается вывод: коммуникативная значимость ФЕ обратно пропорциональна структурно-семантической эквивалентности немецких и русских фразеологизмов. Следовательно, чем ниже структурно-семантическая эквивалентность ФЕ, участвующих в межкультурной коммуникации, тем больше коммуникативная значимость фразеологизмов.

Таким образом, в межкультурной коммуникации выявляется не только общее, универсальное, но и специфическое, национальное, самобытное в языке и культуре коммуникантов, что нередко приводит к коммуникативным неудачам или даже “конфликту культур” (по С. Г. Тер-Минасовой [13, с. 26]).

Как указывает В. И. Шаховский, “эмоциональное сознание говорящего субъекта требует национальной рефлексии и её вербализации во фразеологизмах” [15, с. 49]. При этом эти фразеологизмы не семантизируются вообще или семантизируются не полностью коммуникативным партнёром из другой культуры.

Исследование русских и немецких фразеологизмов показывает, что лакунарными могут быть все семантические компоненты фразеологических единиц. Например: *сыт по горло* “вполне, сверх всякой меры удовлетворён, пресыщен чем-л.” [20, с. 468] — *j-nd hat die Nase voll* (букв.: у кого-л. полный нос); *надувать губы (губки) / надуть губы (губки)* “сердиться, обижаться, делая недовольное лицо; выражать недовольство, досаду и т. п.” [20, с. 262] — *die beleidigte / gekränkte Leberwurst spielen* (букв.: играть обиженную колбасу); *Дальше ехать / идти некуда!* “хуже того, что есть, не может быть” [20, с. 275] — *auf keine Kuhhaut gehen* (букв.: не подходить под коровью кожу) и др.

Расхождение в образах внутренней формы ФЕ приводит к смысловым различиям в их эмотивной семантике, которые варьируют общую денотативную семантику и вызывают у межъязыковых коммуникантов различные эмоциональные ассоциации, эстетические переживания в пределах общего понимания денотативного смысла.

Используя фразеологизмы в межкультурной коммуникации, следует помнить о том, что часто для коммуникантов остаются неизвестными точные эмоционально-оценочные характеристики ФЕ. Поэтому фразеологизмы в речи коммуникантов оказываются порой неуместными в определённом контексте. Знание того, к какому эмоционально-экспрессивному ряду относится та или иная ФЕ в нужной ситуации, и оттенки тех или иных эмоций, с одной стороны, закрепляются в сознании коммуникантов в точных фразеологических эквивалентах, а с другой стороны, сама ФЕ в сознании коммуникантов получает дополнительную эмоционально-экспрессивную характеристику.

Важную роль в процессе межкультурной коммуникации играют национально-специфические элементы культуры.

Если фразеологизм обладает культурно-национальной спецификой, то она должна, по нашему мнению, иметь своё средство воплощения в их знаковую организацию и свой способ указания на эту специфику. Таким средством воплощения культурно-национальной специфики ФЕ служит образное основание (в том числе включающее в себя культурно маркированные реалии), а способом указания на эту специфику является интерпретация образного основания в знаковом культурно-национальном “пространстве” данного языкового сообщества. Такого рода интерпретация составляет содержание национально-культурного компонента.

Разные типы ФЕ по-разному отражают культуру. Проще всего понять и объяснить культурный аспект тех фразеологизмов, в значении которых большую роль играет денотативный аспект.

Культурная информация таких ФЕ тесно связана с параметром денотации, именно денотат в них является носителем культурной информации.

Однако при исследовании ФЕ в большинстве случаев обнаруживается иная прикреплённость культурной информации в большей части фразеологического массива.

Здесь имеются в виду образно-эмотивные по своей сути ФЕ, т. е. такие, в значении которых чрезвычайно важно образное основание. Именно к такого вида фразеологизмам мы относим ФЕ со значением эмоционального состояния. Для того, чтобы понять, что в таких ФЕ является носителем культурной информации, необходимо знать, как возникают эти ФЕ.

Возникновение ФЕ такого типа В. А. Маслова объясняет следующим образом: «Сначала в мире возникает некая прототипная ситуация, т. е. ситуация, соответствующая “буквальному” значению фразеологизма. За ней закрепляется содержание, которое затем переосмысливается, т. е. формируется образ фразеологической единицы на основе первичных значений слов в прототипной ситуации. Именно эти первичные слова как бы оставляют в образе своё значение” [6, с. 42]. Таким образом возникает внутренняя форма, в которой и содержится основная информация, связанная с культурой.

Как утверждают многие исследователи (В. Н. Телия, В. А. Маслова и др.) внутренние формы ФЕ образуют “промежуточный мир” [6, с. 43], который вбирает в себя все интерпретации образов, символов и т. д. Отсюда можно сделать вывод о том, что в самом формировании фразеологизмов, т. е. в отборе образов прослеживается их связь с культурно-национальными стереотипами и эталонами. Эта информация затем снова как бы воскрешается в национально-культурных компонентах, которые отображают связь ассоциативно-образного основания с культурой (эталонами, символами, стереотипами). ФЕ, отображающие типовые ситуации и представления, начинают выполнять роль символов, эталонов, стереотипов культуры. Именно эта стереотипность, символичность и эталонизированность образного основания фразеологизмов обуславливает их культурно-национальную специфику.

В первую очередь, это касается ФЕ, которые не имеют эквивалентов в другом языке. В таких случаях необходимо уделять большое внимание происхождению этих фразеологизмов. Например, русский фразеологизм *человек с большой буквы* “человек, достойный уважения, отличающийся высокими моральными качествами” [20, с. 51] возник, вероятно под влиянием орфографического правила, действовавшего до революции, по которому все нарицательные названия христианского бога писались с большой буквы; ФЕ *точить зубы* “замышлять или говорить недоброе против кого-л.” [20, с. 479] вероятно восходит к сказкам о бабе-Яге, которая точила зубы перед тем, как кого-н. съесть. Немецкая ФЕ *aus dem Hundischen geraten/ sein* (букв.: выйти из домика) имеет следующую этимологию: «кто-л. или чей-л. разум не в своём доме, и он оттого больше не узнаваем» [24, с. 85]; фразеологизм *auf keine Kuhhaut gehen* (букв.: не подходить под коровью кожу) восходит «к средневековому представлению о том, что чёрт является тем умирающим, чей список долгов занесён на пергамент из коровьей кожи. Чёрт свидетельствует об особенно плохих поступках, которые не могут найти себе места даже на большой коровьей коже. По правилам для изготовления пергамента использовалась кожа телёнка и овцы» [24, с. 254].

Соотнесение с тем или иным культурным кодом составляет содержание национально-культурного компонента. Именно национально-культурный компонент прида-

ёт культурно значимую маркированность не только значениям ФЕ, но и смыслу всего текста, в котором они употребляются.

Выводы

1. Фразеологизмы со значением эмоционального состояния представляют собой один из наиболее сложных аспектов межкультурной коммуникации.

2. Сфера фразеологизмов со значением эмоционального состояния в межкультурной коммуникации — это сфера лингвокультурных лакун за счёт специфики национально-культурных образов, варьирующих семантику универсальных эмоций.

3. Связь языка с национальной культурой во фразеологии реализуется через национально-культурный компонент. Средством воплощения культурно-национальной специфики фразеологизмов со значением эмоционального состояния служит внутренняя форма.

Список литературы

1. Верецагин Е. М., Костомаров В. Г. Национально-культурная семантика русских фразеологизмов // Лингвострановедение и текст. — М.: Рус. яз., 1987. — с. 89 – 98.
2. Верецагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение и преподавание русского языка как иностранного. — М.: Рус. яз., 1990. — 246 с.
3. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. — М.: Международные отношения, 1980. — 396 с.
4. Гудков Д. Б., Клобукова Л. П., Михалкина И. В. Обучение русскому языку как иностранному в условиях современного социального контекста общения // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. — М., 2001, №6. — с. 244 – 257.
5. Мальцева Д. Г. Страноведение через фразеологизмы. — М.: Высш. шк., 1991. — 173 с.
6. Маслова В. А. Введение в лингвокультурологию. — М.: Наследие, 2001. — 267 с.
7. Мокиенко В. М. Загадки русской фразеологии. — М.: Высш. шк., 1990. — 159 с.
8. Мокиенко В. М. Образы русской речи: Историко-этимологические и этнолингвистические очерки фразеологии. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1986. — 277 с.
9. Петренко А. Д., Яценко Т. А. Сопоставительное изучение русских и немецких фразеологизмов с каузальным значением // Культура народов Причерноморья. — Симферополь: Изд-во ТНУ, 2003, №42. — с. 27 – 31.
10. Райхштейн А. Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии. — М.: Высш. шк., 1980. — 141 с.
11. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. — М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996. — 288 с.
12. Телия В. Н. Первоочередные задачи и методологические исследования фразеологического состава языка // Фразеология в контексте культуры. — М., 1999. — с. 13 – 25.
13. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Слово, 2000. — 260 с.
14. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантическом аспекте. — М.: 1989. — 286 с.
15. Шаховский В. И. Эмотивность фразеологии как межкультурный феномен // Культурные слои во фразеологии и дискурсивных практиках. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — с. 46 – 52.
16. Эмирова А. М. Русская фразеология в коммуникативном аспекте. — Ташкент: Фан, 1988. — 90 с.

Словари

17. Прайд Ю. Ф. Краткий русско-украинский и украинско-русский фразеологический тематический словарь: эмоции человека. — Симферополь: Ресотд. Крыма ком. по печати, 1994. — 242 с.
18. Тихонов А. Н., Ковалёва Н. А. Учебный фразеологический словарь. — М.: ООО “Изд-во АСТ”: ООО “Изд-во Астрель”, 2001. — 468 с.
19. Фелицына В. П., Мокиенко В. М. Русский фразеологический словарь. — М.: ЭКСМО-Пресс, 1999. — 400 с.
20. Фразеологический словарь русского языка // Под ред. А. И. Молоткова. — М.: Рус. яз., 1986. — 1335 с.
21. Шанский Н. М., Зимин В. И., Филиппов А. В. Опыт этимологического словаря русской фразеологии. — М.: Рус. яз., 1987. — 240 с.
22. Шкляр В. Т., Эккерт Р., Энгельке Х. Краткий русско-немецкий фразеологический словарь. — М.: Рус. яз., 1997. — 567 с.
23. Яранцев Р. И. Словарь-справочник по русской фразеологии. — М.: Рус. яз., 1985. — 436 с.
24. Duden. In 12 Bänden. B. 11. Feste Redewendungen. — Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Bibliographisches Institut, 1984. — 867 S.

Колесникова О. В. Фразеологізми зі значенням емоційного стану в міжкультурній комунікації (на матеріалі російської і німецької мов).

Статтю присвячено проблемі вивчення фразеологізмів у аспекті міжкультурної комунікації.

Ключові слова: фразеологізм, міжкультурна комунікація.

Kolesnykova O. V. Phraseological units with the value of the emotional state in intercultural communication (Russian and German languages as basic material).

The article illuminates the problems of research of phraseological units in the aspect of intercultural communication.

Key words: phraseological unit, intercultural communication.

Стаття поступила в редакцію 4 ноября 2006 г.