

Е. Г. Богданович, Т. В. Терешкина

(Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Гомель)

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В СЕМАНТИКЕ ОБРАЗНЫХ ВЫРАЖЕНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

В данной статье рассматривается проблема понятия прагматики при восприятии фразеологических единиц. Только адекватное смысловое восприятие и правильная интерпретация получаемой информации обеспечивают эффективную речевую коммуникацию и способствуют созданию особой атмосферы, которая помогает установить контакт и взаимоотношения в процессе речевого взаимодействия. Добиваться выражения различных эмоций и реакций, побуждать к действию – основное назначение прагматической функции.

Изучение языка посредством прагматики позволяет говорить о намерениях людей, их целях, понимать исходные установки. Именно прагматические значения этих установок являются объектом прагматики.

Прагматика – это раздел семиотики, изучающий отношения между знаковыми системами и теми, кто воспринимает, интерпретирует и использует их [1]. Именно прагматика позволяет делать языковой анализ более глубоким, вовлекая человеческий фактор. Однако это влечет за собой ряд сложностей, поскольку человеческие мысли и идеи крайне трудно анализировать объективно и последовательно, особенно если прагматическое значение не выражено явно.

По определению Ч. У. Морриса, прагматика, или, другими словами, отношение к знакам пользующихся языком, изучает функционирование языковых знаков в речи и рассматривает комплекс вопросов, связанных с отправителем информации, адресатом, их взаимодействием в коммуникации, целью общения. Так как знаки языка, включая фразеологические единицы, могут производить определенное впечатление на людей, вызывая различные эмоциональные реакции и формируя личное отношение к информации, то, следовательно, у реципиента возникает прагматическое отношение к сообщаемому. Иначе говоря, текст оказывает прагматическое воздействие, что, согласно В. Н. Комиссарову, определяется тремя основными факторами:

- 1) содержанием высказывания;
- 2) характером составляющих высказывание знаков;
- 3) восприятием реципиента [2, с. 138].

Последний фактор наиболее важен, так как, в зависимости от того, что представляет собой данный реципиент, «прагматическое воздействие, определяемое содержанием и формой высказывания, может реализоваться не полностью или вообще не реализоваться <...>» [2, с. 139]. По мнению известного переводоведа Л. С. Бархударова, «<...> люди, использующие в процессе лингвистической коммуникации языковые знаки, не относятся к ним безразлично – они по-разному реагируют на те или иные языковые единицы, а через них – и на сами обозначаемые ими референты и денотаты» [3, с. 106].

Тем не менее, прагматика имеет дело не только с типом реципиента, но и с авторским замыслом, поэтому в каждом фрагменте заложен принцип оптимального декодирования информации и ее перевода. Следует учитывать тот факт, что прагматический аспект тесно связан с коммуникативной функцией языка, поэтому выбор языковых единиц и способ передачи информации зависит от коммуникативного намерения

ее отправителя. Сравнительный анализ употребления и перевода фразеологических единиц помогает лучше понять прагматическую природу фразеологизмов.

К примеру, немецкое *heute rot, morgen tot* сложно точно перевести на русский, так как *rot* в данном случае подразумевает ‘живой, здоровый, в хорошем расположении духа’. Русское слово *красный* подобного значения не имеет, поэтому, чтобы передать смысл данного образного выражения, на русский его переводят с использованием слов, не имеющих ничего общего с *rot*: ‘сегодня в порфире, завтра в могиле’.

Хотя с данным цветом можно найти и много соответствий с русским языком: *einen Tag im Kalender anstreichen* – ‘особо отмечать какой-либо день’, в русской культуре также принято отмечать особые и праздничные дня в календаре красным цветом; *rot anlaufen* – ‘покраснеть’, *j-n rot machen* – ‘вогнать кого-либо в краску’, *bis über die Ohren rot werden* – ‘покраснеть до ушей’, *es war ihm rot vor den Augen* – ‘ярость ослепила его’, у русских ярость также ассоциируется с красным цветом.

То же происходит и с выражением *sich an j-s grüne Seite setzen*. Здесь имеется в виду ‘подсесть кому-либо поближе’ (с левой стороны, ближе к сердцу). В русской фразеологии аналога с подобным значением нет. Поэтому при передаче смысла этого фразеологизма теряется его образность.

В эвфемизме *der grüne August (die grüne Minna)* – ‘полицейский автомобиль для арестованных, сравните **чёрный** воронок’, мы наблюдаем полное несоответствие в использовании цветообозначений в немецком и русском языках. Также мы можем наблюдать несоответствие в цветообозначении мастей игральных карт, например, в немецком языке *der grüne Bube* переводится на русский как ‘валет пик’, а пики изображаются черным цветом, так что подобное цветописание может вызвать недоумение и сложности в переводе с немецкого на русский язык. Также затруднения могут вызвать следующие немецкие выражения, не имеющие аналогичного перевода в русском языке: *j-m nicht grün sein* – ‘не благоволить к кому-либо, недолюбливать, не питать симпатию к кому-либо’; *sich grün machen* – ‘слишком много себе позволять, слишком много брать на себя’, которое сохранилось на сегодняшний день только в пословице: *Wer sich grün macht, den fressen die Ziegen*. Русскому человеку может быть не совсем понятно употребление следующих цветов в выражениях: *es wird mir grün und blau vor den Augen* – ‘у меня в глазах помутилось’; *sich grün und gelb ärgern* – ‘злиться, беситься, приходить в ярость’, у русских подобные эмоции скорее будут ассоциироваться с **красным** цветом. *Der eine isst gern Schwartenwurst, der andere grüne Seife* – ‘У каждого свой вкус: один любит арбуз – другой свиной хрящик’.

Встречаются, однако, и частичные совпадения в цветовосприятии отдельных понятий, таких, например, как: *j-n grün und blau schlagen* – ‘избить кого-либо до полусмерти’, в данном примере видна аналогия с цветом синяков, что вполне соответствует и представлению в русском языке; *grün und gelb werden* – ‘позеленеть’ (от злости, зависти).

Также и немецкое *das Grün* соответствует представлению русских о природе как о чем-то **зелёном**, сравните: *bei Mutter Grün schlafen* – ‘спать на воздухе среди зелени’, *ins Grüne gehen* – ‘совершать прогулку за город’, *eine Fahrt ins Grüne* – ‘экскурсия за город’.

Немецкое выражение *blau sein* на русский переводится ‘быть (совершенно) пьяным’. Хотя русское слово *синий* может ассоциироваться с пьянством, при переводе данной идиомы его употребление неуместно. Услышав выражение *быть синим* на русском, у реципиента может не возникнуть ассоциация именно с пьянством, так как в русском *синий* имеет и другие коннотации.

В выражении *blau machen* также абсолютно неуместно использовать в переводе цветообозначение ‘синий’ или ‘голубой’ – у русских выражения *прогуливать, не выйти на работу* совсем не ассоциируются ни с каким цветом. То же самое можно отме-

тить и в следующих выражениях немецкого языка: *blau reden* – ‘завираться’, *j-n blau anlaufen, anlassen* – ‘самым бессовестным образом налгать кому-то’.

В следующих же выражениях с компонентом *das Blaue* можно проследить частичную аналогию с русским языком, например, *ins Blaue hinein versprechen* – ‘обещать нечто несбыточное, сулить журавля в небе’; *ins Blaue treffen* – ‘промахнуться, попасть пальцем в небо’. Небо у русских также ассоциируется с синим или голубым цветом. Хотя в следующих выражениях и нет в переводе прямого указания на небо, все же употребление в немецком варианте данного цветового компонента будет понятно, и о значении можно без особых трудностей догадаться: *ins Blaue schießen* – ‘бесцельно тратить время за пустым занятием, плевать в потолок’; *ins Blaue zielen ins Schwarze treffen* – ‘целиться мимо, а попасть в самую точку’. В русском языке нет точного эквивалента, но все же в данной пословице очень легко понять употребление данных цветообозначений, противопоставляются *Blaue* – некое неизмеримое пространство и *Schwarze* – небольшая точка в середине мишени, чаще всего черного цвета.

А вот в следующих двух примерах прослеживается несоответствие в употреблении цветообозначений в русском и немецком языках: *das Blaue vom Himmel herunter versprechen* – ‘сулить золотые горы’; *eine Fahrt ins Blaue* – ‘прыжок в неизвестность’, в русском же языке *неизвестность* скорее ассоциируется с чем-то *черным*, в значении, что в такой темноте невозможно что-либо разглядеть.

Что касается таких цветов, как *braun, schwarz, weiß, gelb*, то здесь таких значительных различий не наблюдается, например: *braun und blau* – ‘весь в синяках’, *j-n schwarz ärgern* – ‘довести кого-либо до иступления’, *schwarz auf weiß* – ‘черным по белому, четко, ясно, недвусмысленно’ (*Schwarz auf weiß hat recht* – ‘Что написано пером – то не вырубишь топором’). *Weißer Hund* – ‘барашки’ (белые пенные волны) использование в данном выражении белого цвета полностью соотносится с этим же значением в русском языке; *die weiße Wand* – ‘белый экран’; *der weiße Sport* – ‘зимний спорт’, в данном выражении происходит перенос со значения *снег* на основе его цвета; выражение *sich weiß waschen (brennen) wollen* – ‘пытаться обелить, оправдать себя’ также явно показывает нам полное соответствие значений в обоих языках. В выражении *ansehen j-n bis ins Weiße der Augen* – ‘впиться взглядом в кого-либо, посмотреть в упор на кого-либо’ отсутствует полное соответствие с русским языком, но по смыслу можно провести аналогию и догадаться о значении данного образного выражения (*смотреть прямо в белки глаз*). Но встречаются также и полные несоответствия, догадаться о значении которых, не зная точного перевода, довольно сложно: *j-m nicht das Weiße im Auge gönnen* – ‘завидовать кому-либо в любой мелочи’.

Таким образом, материал исследования позволяет сделать вывод, что формирование прагматического отношения к тексту связано с личностью самого реципиента и такими факторами, как психологический, социальный и культурный.

Исследователи считают, что прагматический аспект является основополагающим при восприятии фразеологических единиц, так как позволяет реализовывать коммуникативные намерения адресанта, что очень важно в процессе общения. Добиваться выражения различных эмоций и реакций, побуждать к действию – основное назначение прагматической функции.

Принимая во внимание тот факт, что прагматический аспект тесно связан с коммуникативной функцией языка, можно сделать вывод, что выбор языковых единиц и способ передачи информации зависит от коммуникативного намерения ее отправителя. На наш взгляд, фразеологические единицы успешно реализуют прагматические установки и по сравнению с отдельными словами более точно выражают отношение говорящего к действительности, к содержанию сообщения, к адресату.

Ввиду экспрессивности и образности фразеологизмов интерес к ним остается неизменным, а исследования в области фразеологии, которые проводятся в различных

направлениях, выявляют их дополнительные особенности и позволяют сделать вывод о том, что, обладая специфическими свойствами и признаками, фразеологические единицы имеют особый статус в языке. Наряду с другими языковыми единицами фразеологизмы активно используются в устной и письменной речи, тем самым стилистически обогащая ее, привнося лаконичность и выразительность. Образные выражения любого языка отражают особенности мировосприятия и тонкости национальной культуры, что еще больше усиливает интерес к этой области словарного фонда [4].

Список использованной литературы

1. Философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://terme.ru/termin/pragmatika.html/Прагматика/>. – Дата доступа: 13.10.2023.
2. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение: курс лекций / В. Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 1999. – 192 с.
3. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М.: Междунар. отнош., 1975. – 240 с.
4. Рыжкова, М. М. Передача прагматической составляющей образных фразеологических единиц в публицистическом тексте: на материале английского и русского языков : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20/ / М. М. Рыжкова М. В. Швачкина. – Тюмень, 2008. – 149 л.

УДК 811.111-26

М. С. Богославцева, Л. И. Миляева
(Пятигорский государственный университет, Пятигорск)

ИДИОМАТИКА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА (ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД)

Данная статья посвящена изучению некоторых вербальных аспектов межкультурной коммуникации в бизнес-контексте. Цель статьи – в выявлении и систематизации лексических единиц (фразеологизмов и устойчивых выражений), вызывающих наибольшие проблемы у изучающих деловой иностранный (английский) язык. Выявленные единицы были систематизированы в соответствии с тематикой кросскультурного общения, т. е. коммуникативными ситуациями, в которых они встречаются чаще всего, что позволяет облегчить и оптимизировать обучение английскому языку бизнеса.

Вопросы взаимосвязи языка и культуры рассматриваются в трудах многих учёных (С. Г. Тер-Минасова, Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров, В. С. Библер, Г. Хофстеде, Э. Сепир). Несмотря на то, что изучение языка и изучение культуры приобрели особое значение благодаря процессу глобализации, эти явления совсем не новые.

Изучение иностранного языка неразрывно связано с изучением межкультурной, или кросскультурной, коммуникации, поскольку эффективности общения невозможно достичь, обладая лишь знаниями лексики и грамматики [1, с. 29]. Н. В. Барышников говорит о том, что «формирование иноязычной коммуникативной межкультурной компетенции со всеми ее компонентами» является целью обучения иностранному языку [3, с. 69].