

РАЗДЕЛ 2

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЛИНГВОДИДАКТИКИ

В. А. Шевцова

*Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь
e-mail: schewzowa_w@mail.ru*

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФРАЗЕОДИДАКТИКИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ

В статье показана роль фразеодидактики в процессе обучения иностранному языку. Рассматривается целесообразность формирования фразеологической компетенции. Предлагается изучать признаки фразеологизмов, классификации и тематические группы, основные функции употребления и понимания фразеологизмов в публицистических текстах.

Ключевые слова: фразеодидактика; фразеологизм; фразеологическая компетенция; классификация фразеологизмов; тематическая группа; функции фразеологизмов.

W. A. Shevtsova

*Belarusian State Economic University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: schewzowa_w@mail.ru*

CURRENT ISSUES OF PHRASEODIDACTICS IN THE PROCESS TRAINING IN GERMAN LANGUAGE

The article shows the role of phraseodidactics in the process of learning a foreign language. The expediency of forming phraseological competence is considered. It is proposed to study the signs of phraseological units, classifications and thematic groups, the main functions of the use and understanding of phraseological units in journalistic texts.

Key words: phraseodidactics; phraseological unit; phraseological competence; classification of phraseological units; thematic group; functions of phraseological units.

Современная научная парадигма характеризуется взаимопроникновением различных областей знания, и фразеологические исследования про-

водятся на пересечении с другими гуманитарными дисциплинами, такими как прагматика, стилистика, лингводидактика и др. Неслучайно лингводидакты обращаются в последнее время «к фразеологии – богатейшему фонду единиц, связанных с историей, многовековым опытом трудовой деятельности человека, его обычаями, культурой, системой ценностей, верованиями» [1, с. 80]. Фразеология как междисциплинарный феномен изучается сравнительно недавно, и именно поэтому особую актуальность приобретает изучение фразеологизмов с точки зрения прагматики и лингводидактики или прагматически ориентированной фразеодидактики.

В процессе обучения немецкому языку как иностранному было установлено, что студенты довольно редко используют устойчивые словосочетания в разговорной речи или затрудняются их перевести на родной язык без использования словаря. Недостаточное знание фразеологии изучаемого языка существенно снижает коммуникативные компетенции обучающихся и не позволяет им достигнуть достаточно высокого уровня владения иностранным языком.

Фразеология представляет собой уникальную сферу для лингвистических исследований. Так, изучение свойств фразеологизмов и свойств лексем, входящих в состав данных оборотов, является эмпирической основой для дальнейшего развития лексикографической и фразеологической теории и практики. Такой подход помогает решить вопрос об опорном слове (семантически или грамматически главном), т. е. определить критерии, необходимые для практически наиболее удобного способа расположения и нахождения устойчивого словосочетания в словаре.

Следует также отметить, что богатство идиоматических и образных средств языка свидетельствует об его уровне развития и степени совершенства. Правильный перевод и понимание фразеологии при чтении, адекватное использование фразеологических оборотов в коммуникации является одним из важнейших показателей хорошего владения иностранным языком.

С целью формирования фразеологической компетенции необходимо провести беседу о роли фразеологии в иноязычном межкультурном общении, классификациях фразеологизмов, их основных функциях и особенностях употребления и понимания. Обучающимся иностранному языку сообщаются необходимые сведения о фразеологизме для определения его места в системе языка, а также важности изучения, понимания и использования фразеологизмов в речи.

В современной лингвистике такие признаки, как воспроизводимость и раздельнооформленность рассматриваются как обязательные свойства всех фразеологизмов: идиоматических и неидиоматических. Наиболее значимыми характеристиками фразеологизмов являются: отличия

фразеологизма от слова и свободного сочетания слов; особенности формы (многокомпонентный состав, строгий порядок следования компонентов); значения фразеологизма (неравенство суммы буквальных значений компонентов общему смыслу фразеологизма); понятие активности слова и ее проявления во фразеологии; представление фразеологизмов в толковых и двуязычных словарях; употребление фразеологизмов (ситуативная обусловленность).

Классификации фразеологизмов имеют большое значение, поскольку помогают наметить возможные сферы использования фразеологизмов. Наиболее распространенной на данный момент является классификация В. В. Виноградова фразеологизмов по степени семантической слитности и структурной устойчивости компонентов. Согласно данной классификации степень семантической слитности ставится в прямое соответствие степени идиоматичности фразеологизмов: фразеологические сращения – обороты с полной идиоматичностью, т. е. с максимальной степенью слитности; фразеологические единства – образно мотивированные обороты с частичной идиоматичностью; фразеологические сочетания и фразеологические выражения относятся к неидиоматичным оборотам. Для фразеологических сращений (идиом с непонятным образом, т. е. не имеющих образа) характерна наивысшая степень идиоматичности, поскольку в них отсутствует связь со значениями их компонентов в свободном употреблении, например, *чёрная кость* ‘устар., человек незнатного происхождения или принадлежащий к непривилегированному сословию в дореволюционной России’, *weiße Mäuse sehen* (досл. ‘видеть белых мышей’) ‘быть сумасшедшим, сумасбродным’. Фразеологические единства (идиомы с прозрачной образностью) обладают «внутренней картинкой» – наглядным представлением, которое создается из сочетания слов, входящих в данный оборот, например, *белая ворона* ‘о человеке, резко выделяющемся среди других, непохожем на окружающих’, *eine weiße Weste haben* (досл. ‘иметь чистый жилет’) ‘иметь незапятнанную (политическую) репутацию’.

Фразеологизмы с нулевой идиоматичностью представляют собой устойчивые двухкомпонентные словосочетания номинативного характера – фразеологические выражения, которые в силу внутрилингвистических факторов не могут быть выражены отдельными словами, например, фразеологические выражения *голубой песец* ‘особый вид песка; порода песцов серовато-дымчатого цвета’, *blauer Vitriol* (досл. ‘синий купорос’) ‘хим., медный купорос, кристаллическая сернокислая медь’.

Классификации могут основываться на различных признаках. В настоящее время актуальной с точки зрения прагматического аспекта является классификация Х. Бургера, в которой используется критерий функции знака в коммуникации.

Согласно данной классификации фразеологический корпус языка можно разделить на три основных класса фразеологизмов:

1) референциальные (фразеологизмы, связанные с каким-либо референтом, включая ситуацию: *schwarzes Brett, Morgenstunde hat Gold im Munde*;

2) структурные фразеологизмы, которые по своему грамматическому значению представляют собой сложные предлоги: *in Bezug auf, im Rahmen (von), in Form (von), mit Ausnahme (von), im Verlauf (von), mit Hilfe (von), unter Umgebung (von)*. К данной группе относятся также сложные союзы: *einerseits... andererseits; nicht nur... sondern auch; teils... teils; gesetzt den Fall, dass; je nachdem, dass; abgesehen davon, dass; vor allem, wenn*.

3) коммуникативные фразеологизмы или рутинные формулы, типичные для определенной ситуации общения (*guten Abend*), или выполняющие метатекстовые функции (*wie gesagt..., ich bin der Meinung..., ich meine, wie man so sagt, volkstümlich gesagt, im wahrsten Sinne des Wortes, gewissermaßen, sozusagen, buchstäblich...*).

Особый интерес для исследования представляет самая многочисленная группа – референциальные фразеологизмы, которые подразделяются на пропозициональные – предложения (например, пословицы, поговорки: *Geld allein macht nicht glücklich, Geld regiert die Welt*) или номинативные – словосочетания, которые в свою очередь подразделяются синтаксически на субстантивные, вербальные, адъективные и адverbialные: *etwas mit schwerem Geld bezahlen, der graue Markt, die kalte Miete, mehr Schulden als Haare auf dem Kopf haben*.

Референциальные фразеологизмы характеризуют различные ситуации, характеры, явления жизненной действительности. Частотность их использования зависит от текстов различных жанров, но наибольшую частотность они демонстрируют в публицистических текстах.

Среди референциальных фразеологизмов экономической сферы по материалам онлайн версии экономической газеты «*Das Handelsblatt*» можно выделить четыре основные тематические группы:

1) Биржевой рынок: *an die Börse bringen (führen), gesunkener Dollarkurs, Kurse bieten*;

2) Бизнес и торговля: *an einem Geschäft teilnehmen, freier Handel*;

3) Экономическая политика: *stabile Währung, internationaler Wettbewerb, das politische Klima, unter Bundesaufsicht stehen*;

4) Кредитно-денежная политика и финансы: *schwacher Dollar, langfristige Investitionen, fester Zinssatz, laufendes Konto, Kredit aufnehmen, private Anleger, keinen Pfennig bekommen, in den gemeinsamen Topf fließen, in die eigene Tasche wirtschaften*.

В целях расширения фразеологического запаса студентов наиболее целесообразным представляется использование домашнего чтения художественных текстов, а также разных жанров из периодических изданий. «Современная лингводидактика обращает внимание на необходимость оптимизации учебного процесса и достижения наилучшего результата в обучении при минимальных затратах. Это становится возможным при использовании учебных материалов особого качества. Художественные тексты могут представлять собой такие материалы» [2, с. 251]. Следует отметить, что наряду с художественными текстами фразеологизмы репрезентативно представлены также и в публицистике. Так, устойчивые словосочетания как универсальные единицы языка и речи встречаются как в повседневной коммуникации, так и в публицистических текстах. Кроме того, фразеологизмы являются важными элементами точного и одновременно экономичного создания текста. Современные фразеологические исследования ориентированы, в значительной мере, на изучение устойчивых словосочетаний с точки зрения их функции в различных типах дискурса, в том числе и публицистике.

Для публицистического стиля характерны такие функции, как информационная и воздействующая. Взаимодействие данных функций и определяет употребление фразеологизма в публицистике. При сравнении с другими функциональными стилями, удельный вес языковых средств и способов для достижения экспрессивности является в публицистической речи достаточно высокой. Именно поэтому публицистический стиль описывают, в первую очередь, с точки зрения употребления специфически экспрессивных средств.

Однако роль фразеологизмов не ограничивается исключительно информационной и воздействующей функциями. Фразеологизмы могут выполнять еще и дополнительные функции:

1) Фразеологизмы делают письменную речь образно-выразительной. Подавляющее большинство фразеологизмов, обладающих функцией образного выражения, составляют метафоры: *einen hohen Preis für etwas bezahlen, etwas mit schwerem Geld bezahlen, Zeit ist Geld.*

2) Фразеологизмы служат преимущественно для коннотативного (субъективного, оценочного, эмоционально-экспрессивного) обозначения предметов и понятий: *etwas mit klingender Münze bezahlen.*

3) Фразеологизмы обеспечивают терминологическую точность речи, им «не нужен» эффект экспрессивности. Это – терминологические устойчивые выражения из области экономики: *fester Zinssatz.*

4) Фразеологизмы могут выполнять такую важную функцию, как диверсификация речи: *mehr Schulden als Haare auf dem Kopf haben.*

Кроме того, один и тот же фразеологизм может иметь несколько функций в зависимости от контекста или расположения в тексте: в начале, в качестве заголовка или в конце текста статьи. Прежде всего, сентенции, максимы и поговорки обобщают что-то уже хорошо известное для читателя и создают необходимый прагматический эффект, на фоне которого можно развернуть аргумент в пользу новой информации.

Следует отметить, что в число функций фразеологизмов исследователи включают также кумулятивную, директивную, прагматическую и текстообразующую (или контекстообразующую). При этом прагматическая функция, т. е. целенаправленное воздействие языкового знака на адресата, реализуемое в определенной речевой ситуации, является самой важной функцией для большинства фразеологических единиц.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Шевцова, В. А. Организация обучения фразеологии немецкого языка / В. А. Шевцова // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2013. – № 3. – С. 80–83.
2. Комарова, М. А. Лингводидактические параметры художественных текстов и их использование при обучении иностранному языку в вузе / М. А. Комарова // Лингвокультурное образование в системе вузовской подготовки специалиста. – 2018. – Т. 1. – № 3 (11). – С. 250–255.