

ОСОБЛИВІСТЬ ЗНАКОВОЇ ФУНКЦІЇ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ ПРЕСИ

Марковська А.В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов МНАУ

Питання про прагматичні функції фразеологічних одиниць різного типу, які вступають в різні смислові та стилістичні відношення, є складним.

Прагматичний підхід піддається ґрунтовному лінгвістичному напрацюванню у теперішні часи (Л.Р. Безугла [1], М. Дмитрієва [3], І.С. Шевченко [4], W. Bublitz [5], S. Heusinger [6], F. Kiefer [7], St. Levinson [8], J. Meibauer [10], K.R. Wagner [12] та інші). Якщо семантика вивчає кореляцію знаків та об'єктів дійсності, синтактика – відношення знаків один до одного, то

прагматика, як один з трьох вимірів мови, досліджує відношення людини до знаків, яка користується мовою. Мова втілюється рівномірно у цих вимірах. Відтак прагматику розуміють як зв'язки між адресантом та адресатом, що встановилися через особливий знак, тобто текст.

Особливість знакової функції фразеологізмів пов'язана з тим, що:

– прагматична функція полягає в їхній іллокутивній силі, бо вони є компресією мовленнєвих актів, які виражають схвалення/несхвалення, приниження, зневагу, осуд, засудження, обурення тощо;

– вони відтворюють багатовіковий досвід народу;

– вони є мікротекстами, які, входячи до складу висловлювання, реалізують усі типи інформації (лексико-граматичної, емотивної, стилістичної, мотиваційної, культурологічної), що характерне для відображення ситуації.

Під фразеологізмами преси розуміємо у нашому дослідженні будь-яке усталене сполучення (тобто: ідіоматичні звороти, неідіоматичні звороти, крилаті вислови, прислів'я, приказки тощо). Як показує наше дослідження, ФО преси володіють комплексом функціонально-стилістичних якостей, тому і використовуються, як постійний “сировинний” матеріал у різних жанрах преси. Чим більше застосовують ФО у пресі, тим яскравіше, ефективніше її вплив на читачів.

Газетний текст становить складну динамічну єдність, унікальну з погляду прояву тенденцій до експресивності. Експресивність ФО преси є посиленням виразності та образності і з'являється в результаті аранжування засобів мови. Згідно з К. Пальм [11, с. 320], ФО з експресивним елементом становлять найбільшу за кількістю групу з уживаних у різних стилях мови, тобто їх комунікативною роллю не слід нехтувати.

Експресивними слід вважати фразеологізми, які, як зазначає А.Д. Гнатюк [2], несуть певну

оцінку. Оцінність ФО преси обумовлює їх традиційний розподіл на: 1) позитивно-оцінні, 2) негативно-оцінні. Але аналіз практичного матеріалу німецькомовних газет та журналів дозволяє виділити ще одну групу – модально-оцінних фразеологізмів, які здатні в залежності від контексту мати позитивну або негативну оцінку.

Безперечним є той факт, що емоції – необхідна частина будь-якого пізнавального процесу, а отже, газетна комунікація повинна бути однаково звернена і до розуму, і до почуттів. Саме ФО преси мають найбільшу здатність викликати емоції у читача, а роль емоцій дуже вагома при формуванні суспільної думки.

Існування емоційної й емотивної компетенції говорить про те, що емоційність та емотивність розглядаються як різні поняття мовної системи, розмежування яких тісно пов'язане з неконтрольованістю або контрольованістю вираження емоцій у процесі мовлення. Емоційність у такому випадку є спонтанною,

непередбачуваною ознакою мовлення. Вона відбиває прояв емоційного стану мовців у момент спілкування. Емотивність, навпаки, передбачувана, усвідомлювана ознака мовлення, яка з'являється внаслідок уживання таких мовних засобів, які цілеспрямовано надають мовленню емоційності й експресивності, тобто призводять до навмисно створеного емоційного ефекту комунікації. Емоційність ФО преси – це їх здатність емоційно оцінювати різні явища у пресі. Емотивний компонент значення фразеологізму – одна із основних конотацій у структурі їх семантики: разом з образно-метафоричними, експресивними та стильовими конотаціями.

Аналіз практичного матеріалу показав, що особливості адресатності фразеологізмів німецькомовної преси складаються з різних прагматичних функцій впливу на читача: 1) заохочення читача, 2) функція привернення уваги читача, 3) функція утримування уваги читача, 4) фокусування уваги читача, 4) неоднозначність

формулювання, 6) завуальовування інформації, 7) вираження авторської оцінки, 8) прагматичний ефект несподіванки, 9) функція образної презентації, 10) функція спонтанного емоційного впливу на читача, 11) функція експресивного впливу на читача.

Література:

1. Безуглая Л.Р. Пропозиция и прагматические импликации // Вісник Харківського нац. ун-ту. – 2003. – № 586. – С. 44 – 47.

2. Гнатюк А.Д. Трансформації фразеологічних сполук у мові сучасної французької преси та їх переклад // Теория и практика перевода: Респ. межведомств. науч. сборник. – Киев: Голов. изд-во издат. объединения “Вища школа”. – 1986. – Вып. 13. – С. 120-125.

3. Дмитриева М. Гендерные исследования в сравнительном языкознании: оценочная лексика как фрагмент языковой картины мира // Гендерные исследования: Харьковский центр гендерных исследований. – № 5. – 2000. – С. 255 – 261.

4. Шевченко І.С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен /

Під загальн. ред. Шевченко І.С.: Монографія. – Харків: Константа, 2005. – С. 9 – 20.

5. Bublitz W. Englische Pragmatik: eine Einführung.– Berlin: Schmidt, 2001.– 252 S.

6. Heusinger S. Pragmalinguistik. – Frankfurt / M.: Haag und Herchen, 1995. – 162 S.

7. Kiefer F. Zur Rolle der Pragmatik in der linguistischen Beschreibung // Die Neueren Sprachen. – Н. 3/4. – Frankfurt/ M.: Diesterweg, 1978. – S. 254 – 268.

8. Levinson St. Pragmatik. – Tübingen: Niemeyer, 1999. – 422 S.

9. Lüger H.H. Satzwertige Phraseologismen. Eine pragmalinguistische Untersuchung. – Wien: Edition Praesens, 1997. – 313 S.

10. Meibauer J. Pragmatik: Eine Einführung. – Tübingen: Stauffenburg, 2001. – 208 S.

11. Palm Ch. Die konnotative Potenz usueller und okkasioneller Phraseologismen und anderer festgeprägter Konstruktionen in Christa Wolfs Roman “Kindheitsmuster”// EUROPHRAS '88. Phraséologie contrastive. Actes du Colloque International Klingenthal-Strasbourg. – Strassbourg: Univ. des Sciences Humaines. – 1989. – S. 313-326.

12. Wagner K.R. Pragmatik der deutschen Sprache. Frankfurt/M.: Lang, 2001.– 495 S.