

4. Маслов, Ю.С. Система основных понятий и терминов славянской аспектологии / Ю.С. Маслов // Вопросы общего языкознания. – Л.: Просвещение, 1965.
5. Пицкова, Л.П. К проблеме стилистического имперфекта и категории вида во французском языке / Л.П. Пицкова // Проблемы синтаксиса. – М.: МОПИ им. Н. Крупской, 1973.
6. Реферовская, Е.А. Аспектуальные значения французского глагола / Е.А. Реферовская // Теория грамматического значения и аспектологические исследования. – Л.: Просвещение, 1984.
7. Реферовская, Е.А. К вопросу о категории вида в языке французского народного эпоса / Е.А. Реферовская // Ученые записки ЛГУ: Сер. филологических наук. – Л.: Академия наук, 1949. – № 97.
8. Серебрякова, С.Х. К вопросу о соотношении вида и времени в старофранцузских текстах / С.Х. Серебрякова // Романское и германское языкознание. – Минск: Вышэйшая школа, 1985. – вып. 15.
9. Штейнберг, Н.М. Грамматика французского языка / Н.М. Штейнберг. – Л.: Просвещение, 1972.
10. Simenon, G. La maison du canal / G. Simenon. – Paris: Fayard, 1974.

НАПРАВЛЕНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Н.И. Мосунова

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь

mossounova@fut.by

В силу таких своих отличительных признаков, как яркая образность, эмотивность, оценочность, соотнесенность с историческим и культурным опытом говорящих на данном языке людей, фразеологизмы представляют собой важнейший пласт экспрессивных единиц языка. Именно поэтому они употребляются практически во всех функциональных стилях. Использование фразеологизмов особенно характерно для устной речи, которой они придают яркость, выразительность, способность произвести желаемый эффект на собеседника или аудиторию. Однако другие специфические признаки фразеологических единиц (ФЕ) – их идиоматичность, ограничения на сочетаемость, наличие реалий, аллюзивный характер их семантики и др. делают их сложными для восприятия в речи носителя иностранного языка и препятствуют их активному и уместному употреблению в речи обучаемых и специалистов по данному иностранному языку. Это обуславливает необходимость системного обучения фразеологии иностранного языка для формирования коммуникативной компетенции переводчиков и лингвистов, изучающих данный иностранный (в нашем случае английский) язык.

Одним из основных блоков ФЕ, подлежащих усвоению, являются фразеологизмы, образующие интернациональный фразеологический фонд, восходящие к Библии (*to kill the fatted calf* – “заклать упитанного тельца” – *угостить лучшим, что есть дома*; *a drop in the bucket* – *капля в море*; *not to let your left hand know what your right hand does* – *левая рука не ведает, что делает правая*; *the massacre (или slaughter) of the innocents* – *избиение младенцев*). В состав интернациональной фразеологии также входят ФЕ, образность которых связана с античной мифологией (*Achilles' heel* – *ахиллесова пята*; *the apple of discord* – *яблоко раздора*; *Herculean labour(s)* – *геркулесовы труды*; *Augean stables* – *авгиевы конюшни*; *between Scylla and Charybdis* – *между Сциллой и Харибдой, в безвыходном положении*; *Penelope's web* – *пряжа Пенелопы, тактика оттягивания*). При обучении этим фразеологизмам необходимо давать в сокращенном виде само предание, ситуацию, в котором сложилось значение данной устойчивой единицы [1]. К этому же блоку фразеологизмов примыкают ФЕ, заимствованные из разных языков (*apres moi le deluge* – фр. *после меня хоть потоп*; *to lose face* – кит. *потерять лицо, потерять престиж*), часто восходящие к известным литературным произведениям (Андерсон : *an ugly duckling* – *гадкий утенок*; Мольер: *for smb's fair eyes* – *ради чьих-то прекрасных глаз*). Хотя ФЕ этой категории имеют фразеологические эквиваленты в русском языке и, казалось бы, не представляют трудностей для перевода, тем не менее, знание их точной формы и значения абсолютно необходимо переводчику, так как свидетельствует о его языковой компетентности.

Вторым блоком фразеологизмов, на которых следует сосредоточить внимание, может быть корпус национально окрашенных фразеологизмов, содержащих британские и американские реалии, связанные с историей, культурой, традициями, поверьями, литературой англоговорящего сообщества (*to apply for / to accept the Chiltern Hundreds* – брит. *слагать с себя полномочия члена парламента*, *the best club in London* – *британский парламента*). Важной особенностью этих ФЕ является то, что они, как

правило, не имеют фразеологических эквивалентов или аналогов в русском языке, потому их усвоение, запоминание их значения требует дополнительных усилий. Как показывает наше исследование, их изучение может проводиться по тематической отнесенности к той или иной сфере, например: «политическая жизнь», «право», «бизнес» и т.д.

Исключительно важным слоем ФЕ в любом языке являются соматические фразеологизмы, в состав которых входят наименования частей тела. Важность соматической фразеологии определяется высокой частотностью этих единиц (более 2000 ФЕ в английском языке) и тем, что они входят в семантические поля «мышление», «память», «умственные способности», «нравственные качества», «эмоции», «межличностные отношения» и др.

Другой многочисленной группой ФЕ, например, по данным нашего исследования, она в английском языке включает более 1000 единиц, являются зоонимические фразеологизмы. Роль данной группы устойчивых словесных комплексов заключается еще и в том, что они оказывают влияние на формирование вторичных значений названий животных в каждом языке, образуют систему национальных символов и являются лингвистическими универсалиями, но специфичны для каждого языка.

Заслуживающим внимания является пласт фразеологических единиц, обозначающих «трудовую деятельность», поскольку трудовые отношения являются фундаментом развития современного общества и пронизывают все сферы жизни как общества в целом, так и отдельного человека. Значимость этого слоя фразеологизмов для формирования соответствующего сегмента коммуникативной компетенции переводчика обусловлена востребованностью переводческих услуг сегодня именно в сфере бизнес-коммуникации. Дополнительным фактором, стимулирующим количественный рост, яркую образность и стилистическую мобильность фразеологизмов этой категории, является тот факт, что их творцами являются преуспевающие в бизнесе люди – высокообразованные, активные, обладающие воображением и образным мышлением (*“think big” strategy – масштабная стратегия; fly-by-night company – ненадежная компания, game plan – стратегия, план действий; golden handcuffs – золотые наручники (различные премии, поощрительные выплаты, льготы и т. д., предоставляемые компанией ключевым работникам с целью предотвращения их ухода в другие компании; to kick smb upstairs – а) выдвинуть кого-л. на почётный пост, не дающий реальной власти; б) повысить кого-л. в должности с намерением избавиться от него; snap check – неожиданная проверка)* [2].

На наш взгляд, следует больше внимания уделять фразеологизмам, обозначающим эмоции и взаимоотношения между людьми. Традиционно в курсе устной практики, в ходе изучения которого происходит основное усвоение фразеологизмов, акцент делается на ФЕ, обозначающие некоторые физические действия и их оценку, а лексико-фразеологические средства выражения психических состояний изучаются недостаточно. Этот пробел ощущается при непосредственном общении с носителями иностранного языка и, особенно, при чтении художественной литературы.

В курсе теории и практики перевода рационально проводится разграничение фразеологизмов на образные и необразные. Знание необразной фразеологии абсолютно необходимо для работы с текстами научно-технического стиля и официально-делового. При тренировке перевода с русского языка на английский следует концентрироваться на точном воспроизведении формы – употреблении глаголов (*to pay a visit – нанести визит; to pay attention to – обращать внимание на что-л.; to draw (smb's) attention to – обращать чье-л. внимание на что-л.*), предлогов (*on the basis of – на основе; for the benefit of – на благо; on behalf of – от имени*), артиклей (*in case of – в случае; in the case of – что касается*).

Как представляется, изучение фразеологии может включать также изучение фразовых глаголов. Хотя они, строго говоря, и не относятся к фразеологическим средствам, но идиоматичность и сложность семантики этих единиц роднит их с фразеологизмами и требует целенаправленных усилий для их усвоения (*to deal smb. in – to include smb in an activity or business – задействовать кого-л., взять кого-л. в дело; to cash in – обналичить*).

Освоение фразеологии может осуществляться в процессе изучения таких дисциплин, как лексикология, теория и практика перевода, практика устной и письменной речи, при написании курсовых и дипломных работ, на факультативах, в рамках спецкурса по фразеологии и научных кружков.

Литература

1. Эльянова, Н.М. Крылатые слова, их происхождение и значение / Эльянова Н.М. – Л.: Изд-во «Просвещение», 1971. – 208 с.
2. Хошовская, Б. Идиоматические выражения в деловом английском языке / Б. Хошовская. - СПб.: Изд-во «Лань», 1997. – 160 с.