

Министерство образования и науки Российской Федерации
Государственное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

И.А. Солодилова, В.Е. Щербина

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ И ДИСКУРСИВНЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Монография

Рекомендовано к изданию Ученым советом Государственного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Оренбург
ИПК ГОУ ОГУ
2011

УДК 801
ББК 81
С 60

Рецензенты

доцент, доктор филологических наук И.Ю. Моисеева

доцент, кандидат филологических наук С.И. Искаринова

Солодилова, И.А.
С 60 Лингвокогнитивные и дискурсивные аспекты современной
фразеологии: монография / И.А. Солодилова, В.Е. Щербина;
Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2011. – 377 с.
ISBN

В монографии исследованы особенности употребления и функционирования фразеологических единиц в различных типах дискурса, а также рассмотрены лингвокогнитивный и лингвокультурологический аспекты изучения фразеологических единиц. Монография ориентирована на специалистов, интересующихся проблемами когнитологии и этнолингвистики – преподавателей, аспирантов, студентов.

УДК 801
ББК 81

ISBN

© Солодилова И.А.,
Щербина В.Е., 2010
© ГОУ ОГУ, 2011

Содержание

Введение	7
1 Современное состояние фразеологии	10
1.1 Цели, задачи, основные понятия	10
1.2 Фразеологическая единица и критерии фразеологичности	18
1.3 Подходы к классификации фразеологических оборотов	20
1.4 Модификации фразеологизмов. Вариации и фразеологическая синонимия	27
1.5 Задачи изучения фразеологии в контексте культуры.....	32
1.6 Категории универсального и культурно-национального во фразеологических фондах разных языков	39
1.7 Антропоцентрические основания фразеологических фрагментов языковой картины мира.....	50
2 Фразеологические единицы как средство репрезентации концептов	55
2.1 Проблема соотношения концептуального и языкового знания.....	55
2.1.1 Концептуальная и языковая картины мира.....	55
2.1.2 Концепт как структурирующий элемент картины мира	70
2.1.3 Концепт как культурно значимая единица	81
2.1.4 Особенности представления концепта во фразеологии	93
2.2 Концепт «время» во фразеологии немецкого и русского языков.....	95
2.2.1 Концепт «время» в русском и немецком языках: лингвокультурологический анализ	95
2.2.2 Фразеологический образ в языковой модели времени.....	101
2.2.3 Метафорический образ во фразеологизмах со значением «время».....	110
2.2.4 Выражение реального и ирреального времени во фразеологизмах	117
2.2.5 Визуальные и аудиальные образы во фразеологизмах со значением «время»	132
2.2.6 Семантические особенности фразеологических единиц со значением «время» в немецком и русском языках как отражение культурологических различий соответствующих народов.....	142

2.2.6.1 Анализ фразеологизмов со значением «время», в состав которых входят лексемы «время», «час»	142
2.2.6.2 Анализ фразеологизмов со значением «время», в состав которых входят лексемы «век», «день», «минута»	151
2.3 Концепт «пространство» во фразеологии немецкого и русского языков	154
2.3.1 Концепт «пространство» в немецком и русском языковом сознании: лингвокультурологический анализ	154
2.3.2 Анализ фразеологических единиц со значением «далеко-близко»	162
2.4 Концепт «цвет» во фразеологии немецкого и русского языков	175
2.4.1 Концепт «цвет» в немецком и русском языковом сознании.....	175
2.4.2 Этнокультурная специфика фразеологических единиц с компонентом цветообозначения	177
2.4.3 Сопоставительный анализ фразеологических единиц с компонентом цветообозначения в немецком и русском языках.....	184
2.4.3.1 Анализ ФЕ с цветокомпонентом «чёрный»	184
2.4.3.2 Анализ ФЕ с цветокомпонентом «красный».....	191
2.4.3.3 Анализ ФЕ с цветокомпонентом «синий».....	197
2.4.3.4 Анализ ФЕ с цветокомпонентом «белый»	200
2.4.3.5 Анализ ФЕ с цветокомпонентом «желтый»	203
2.4.3.6 Анализ ФЕ с цветокомпонентом «серый»	206
2.4.3.7 Анализ ФЕ с цветокомпонентом «зеленый»	209
2.5 Компаративные фразеологические единицы как средство выражения культурно-национальной специфики.....	216
2.5.1 Особенности компаративных фразеологических единиц.....	216
2.5.2 Логико-грамматическая структура компаративных фразеологических единиц.....	219
2.5.3 Культурно-национальный компонент в структуре компаративной фразеологической единицы	222
3 Фразеологизмы в различных типах дискурса.....	234
3.1 Фразеологизмы в немецком рекламном тексте	234

3.1.1 Модификации фразеологизмов и их значение в рекламном тексте	234
3.1.1.1 Модификации фразеологизмов. Вариации и фразеологическая синонимия.....	234
3.1.1.2 Границы модификации.....	238
3.1.1.3 Модификации фразеологизмов в тексте рекламы	240
3.1.1.4 Типы модификаций	241
3.1.2.Функционирование фразеологизмов и их модификаций в рекламных текстах.....	243
3.1.2.1 Функционирование фразеологизмов в тексте рекламы	244
3.1.2.2 Функционирование модификаций ФЕ в текстах рекламы.....	245
3.1.2.3 Категория эквивалентности при переводе немецкоязычных рекламных текстов	257
3.2 Функциональная нагрузка фразеологических единиц в текстах политических статей	262
3.2.1 Методика анализа функционирования фразеологизмов в текстах политических статей	262
3.2.2 Способы перевода фразеологических единиц	282
3.2.2.1 Фразеологический эквивалент.....	283
3.2.2.2 Относительный фразеологический эквивалент или аналог	285
3.2.2.3 Дословный перевод или калькирование.....	287
3.2.2.4 Описательный перевод.....	289
Список использованных источников	292
Приложение А Репрезентация концепта «время» во фразеологии немецкого и русского языков.....	307
Приложение Б Репрезентация концепта «пространство» во фразеологии немецкого и русского языков	312
Приложение В Функционирование основных типов модификаций в рекламном тексте	314
Приложение Г Основные типы модификаций	315

Приложение Д Функционирование фразеологических единиц в текстах политических статей	345
--	-----

Введение

«...Из всех творений языкового гения человека фразеология - наиболее самобытное, сложное и компликативное явление» [14].

О фразеологии - ее предмете и проблемах написано очень много. Фразеология как самостоятельная лингвистическая дисциплина существует лишь более полувека, и остается еще немало нерешенных проблем и неисследованных областей. С другой стороны меняющиеся парадигмы науки создают новые перспективы и направления исследования.

Интенсивное развитие фразеологии как лингвистической дисциплины за последние годы характеризуется постепенной дифференциацией предмета исследования и методики его изучения, а также вовлечением в сферу научного поиска все новых проблем и аспектов, которые опираются на сложившиеся в языкознании теоретические основы фразеологии. Этому процессу соответствует и общая тенденция развития лингвистической теории от простых, первичных и фундаментальных к более сложным, производным уровням, методам и направлениям изучения языка. К последним, несомненно, относится сопоставительный анализ различных языков, результаты которого важны как для теоретического, так и для прикладного языкознания. Бурное развитие лингвокультурологии дало в последнее время толчок многочисленным исследованиям уже, казалось бы, известных языковых феноменов с новых позиций и точек зрения.

Многие исследователи уделяют сегодня особое внимание функциональной стороне языка, контекстуальному анализу, выявлению того, как системно-парадигматические признаки языковых форм и единиц проявляются при их употреблении в условиях определенных сфер общественной коммуникации. Ориентация нашего исследования связана, прежде всего, с тем, что о функциональных особенностях фразеологизмов реальнее всего судить по их роли в тексте. Изучение изолированного фразеологизма не дает представления о многообразии связей, в которые он

вступает в контексте, об ассоциациях, которые он может вызывать в том или ином окружении, о добавочном смысле, который он приобретает приokkaзиональном использовании. Данное исследование связано также с изучением проблем семантической структуры фразеологизмов и их знаковой функции, которые на сегодняшний момент являются не до конца изученными и привлекают все больше внимание лингвистов.

Монография состоит из трех глав.

В первой главе «Современное состояние фразеологии» определяются основные цели и задачи фразеологии в контексте культуры, рассматриваются основные понятия, критерии фразеологичности, подходы к классификации фразеологических оборотов. Объектом научного интереса является в том числе категории универсального и культурно-национального во фразеологических фондах немецкого и русского языков, а также антропоцентрические основания фразеологических фрагментов языковой картины мира. При этом фразеологическая единица определяется и как средство характеристики языковой личности.

Во второй главе «Фразеологическая единица как средство репрезентации концептов» рассматривается специфика когнитивного подхода в исследовании языка и понятийный аппарат когнитивной лингвистики, включая проблемы взаимосвязи языковой и концептуальной картин мира, определения концепта как структурирующего элемента картины мира и как культурно значимой сущности, а также концепта «время» как единицы лингвовременной картины мира и отражения процессов концептуализации времени в различных науках.

В этой главе изложены результаты лингвокультурологического анализа концептов «время», «пространство» и «цвет» в русском и немецком языковом сознании, исследуется роль фразеологического образа в формировании языковых моделей времени и пространства, а также роль метафоры как структурирующей основы внутренней формы фразеологизмов. В главе предпринята попытка выявления культурно-национального

компонента компаративных фразеологических единиц и анализа их семантических особенностей как отражения культурогических различий соответствующих народов.

В третьей главе «Фразеологизмы в различных типах дискурса» выявляются особенности семантики и структуры фразеологизма, определяющие их функционирование в политических и рекламных текстах. Отправным моментом служит распространившееся в последнее время широкое понимание предмета фразеологии, при котором в ее состав включаются все единицы, отличающиеся раздельнооформленностью состава, устойчивостью и определенной степенью идиоматичности. В главе производится анализ функционирования фразеологизмов в текстах политических статей, прослеживается их влияние на предмет речи и на формирование оценки у читателя. Исследование проводилось на материале немецкоязычных текстов политической направленности, содержащих фразеологические единицы, и их переводов на русский язык.

Функционирование фразеологизмов и их модификаций в рекламном тексте исследовалось на материале немецкоязычных текстов рекламы, содержащих фразеологические единицы, и их русскоязычных эквивалентов. При этом было проанализировано 852 рекламных текста немецких журналов „Der Spiegel“, „GFO“, „Brigitte“, „Eltern“, „TV Spielfilm“, „Neue Woche“, „Focus“.