

Малышева Д.С.

УДК 81'373.7+8.11.=111'06=161/1'06

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СО ЗНАЧЕНИЕМ “ОБМАН” В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Значительный прагматический потенциал фразеологизмов вызывает интерес многих ученых и оказывается в контексте современных работ по изучению фразеологического материала. Функционирование фразеологических единиц в речи во многом зависит от прагматических аспектов ситуации общения (время, место, коммуниканты, их социальный статус, взаимоотношения, мировоззрение, интенции и т.д.).

Актуальность исследования обосновывается необходимостью изучения аспектов английских и русских идиом со значением обмана с учетом особенностей контекста употребления. Раскрывается сущность идиомы как средства речевого воздействия.

Объектом исследования является фразеология английского и русского языков.

Предметом исследования является совокупность современных английских и русских фразеологизмов со значением обмана.

Целью настоящей работы является установление функциональных факторов, обуславливающих использование английских и русских идиом со значением обмана. В соответствии с поставленной целью в курсовой работе решаются следующие *задачи*:

1) дать определение фразеологизма и рассмотреть его основные характеристики;

2) изучить типы фразеологического значения;

3) рассмотреть системные отношения, в которых выступают фразеологические единицы с концептом «обман»;

4) дать семантическую классификацию английским фразеологизмам со значением обмана.

Для достижения поставленных задач были применены следующие методы:

1) описательный метод для представления результатов исследования;

2) метод синтеза и анализа при изучении теоретического материала по теме исследования.

Эмпирически очевидно, что нет такой сферы человеческой деятельности, где бы не встречался **обман**. Будучи сложным переплетением интенциональных, когнитивных и нравственных аспектов, обман сопровождает человеческую коммуникацию и реализуется в ней, знаменуя конфликт между нормой, моралью и правдой как одной из фундаментальных («бытийных») ценностей. Правда «выступает необходимым звеном в системе высших ценностей, образующих духовный остов социальности и человечности» [1, с. 73]. Ложь, являясь антиподом правды, демонстрирует тем самым приоритет низших ценностей над высшими. Регулярная реализация лжи и обмана в процессе повседневной коммуникации порождает лживость – свойство социального субъекта, обесценивающее и отрицающее ценностную характеристику личности – правдивость [2, с. 35].

Выделение философско-этического, социального, психологического и лингвистического аспектов в контексте рассмотрения феноменов лжи и обмана имеет целью разграничить ложь и заблуждение, обозначить свойства и признаки обманного действия. В частности, в социальном аспекте обращается внимание на такие модусы обмана, как тактичность, вежливость, создание имиджа и т.д. В контексте межличностного и социального взаимодействия умение скрывать эмоции, чувства и настроения поощряется и служит отличием цивилизованного человека от дикаря.

Ложь – заведомо неверная информация, неправда, вымысел, дезинформация. Умышленное утаивание и фабрикация путем передачи фактической и эмоциональной информации (вербально или невербально) с целью создания (или удержания) в другом человеке убеждения, которое сам передающий считает противным истине. Иногда ложью называют непредумышленное создание и удержание мнения, которое передающий может считать истинным, но несоответствие истине которого доказано, подтверждено и известно, но для этого случая чаще применяется термин «заблуждение» [3, с. 52].

В рамках этического аспекта можно выделить признаки лжи и обмана, данные в оппозиции: допустимость / недопустимость, безобидность / вред, корысть / альтруизм. Обман и ложь (как активная, состоящая из заведомо ложного сообщения, так и пассивная фаза умолчания) с позиций жесткой этики квалифицируются как ненормативные и оцениваются отрицательно. Но мотивируемые альтруистическими соображениями, обман во благо и святая ложь (*white lie*) не противоречат общечеловеческим ценностям [4, с. 27]. Внутри психологического параметра важными являются причины и цели обмана, синтезированные в мотивах, роль эмоций в генезисе лжи. Несмотря на тот факт, что ложь и обман эмоциями не являются, тем не менее, бесспорно, оказываются тесно связанными с ними.

Проанализировав примеры выборки (приняв за 100 % 44 англоязычных примера и 65 русских примеров, мотивы в которых либо эксплицированы, либо легко выводимы из ситуации), был сделан вывод, что доминирующими эмоциями, стимулирующими ложь/обман, являются страх, боязнь, малодушие - 41,8

английских примеров: *Better lie that heals, than a truth that wounds; Cat in the pan; Cry with one eye and laugh with other; Волк в овечьей шкуре; Служить двум господам; Двуликий Янус.*

В 26,3 % случаев первопричиной лжи и обмана являются любовь к близким, жалость, сострадание, желание защитить: *White lie; Good liar; Draw a curtain on; First-class liar; Give some colour of truth; Античная соль; Вливать новое вино в старые меха.* Помимо перечисленных доминирующих эмоций ложь и обман стимулируются также жадностью, тщеславием, завистью, желанием изобличить обманщика/узнать правду и другими мотивами: *Catch old birds with chaff; Put Yourkshire over somebody; Make a sucker of a kid; Нагреть на какую-либо сумму.*

Лингвистический аспект подразумевает как минимум два момента: обман с точки зрения отправителя (описание средств выражения) и с точки зрения получателя и/или наблюдателя (способы разоблачения). Ложь и обман поражают многообразием и богатством форм. Ложь фиксируется языком - средством, призванным служить инструментом общения, с помощью которого формируется и выражается человеческая мысль [5, с. 36].

Систематизация языковых средств выражения лжи и обмана показала, что их потенциал поистине безграничен и имеет специфическую лексику, синтаксис, семантику и прагматику.

Анализ примеров показал, что высокоинформативным источником описания невербальной индикации ситуации обмана является описание языка глаз, используемого в 33,8 % проанализированных примеров.

Общим для носителей наивного сознания является христианизированный стереотип восприятия лжи/обмана как греха: *Неправдой нажитое впрок не пойдет.*

Для ряда фразеологизмов обоих языков характерен логический инвариант, который можно сформулировать как «Выбор меньшего зла». Английские фразеологизмы предлагают альтернативные ситуации, которые отдают предпочтение одному из двух сравниваемых объектов/состояний субъекта. В английском языке, с одной стороны, честный, хотя и бедный предпочтительнее, чем нечестный, хотя и богатый: *A poor man is better than a liar*, с другой стороны, небольшое количество лжи оказывается более желательным, чем честность, обрекающая на несчастье: *It is better to lie a little than to be unhappy much*, а также лучше в обоих языках признается ложь, которая лечит, чем правда, которая ранит: *Better lie that heals than a truth that wounds, Ложь во благо.*

Английское языковое сознание выделяет свойство преемственности лжи/обмана, способности увеличиваться и приумножаться.

В результате компонентного анализа было выделено 6 групп, обозначающих такие фрагменты концептуального пространства обмана, как «активная ложь» (*Feed somebody on soft corn; Вола вертеть*), «пассивная ложь» (*To be played the fool with*), «клевета» (*Fling dirt about; Вешать всех собак*), «преувеличение» (*To distort the truth a little; to paint the devil blacker than he is, blow one's own horn; to paint the lily*), «лесть» (*To throw dust into smb.'s eyes; Без мыла в душу лезть; Мелким бесом рассыпаться; Пускать пыль в глаза*), «притворство» (*Veil, sweep under the carpet; keep in the dark; draw a curtain on; cast a veil; pretend, bluff; Выйти сухим из воды; темнить* и «акциональный обман».

Наиболее представительными в количественном плане являются лексико-фразеологические единицы, номинирующие фрагмент «акциональный обман» (различного рода надувательства, жульничество, плутовство и пр.).

Так, в этом фрагменте выделяются парадигма, семантически маркирующая ловкость, умение, легкость производимого действия: *to turn / twist smb. round one's (little) finger, обжулить, надуть, обводить/обвести вокруг пальца*; группа лексико-фразеологических средств, номинирующих обман при денежной сделке: *обсчитать, нагреть, нажарить, flim-flam, cheat out of, swindle out of*; и наконец, можно с помощью обмана поставить в худшее положение нередко пользуясь оплошностью реципиента: *impose on/upon, double-cross, обжогорить, обуть, облапошить и др.*

Так, англ. *to draw (pull) the wool over smb's eyes* буквально означает «натянуть вокруг глаз шерсть», а для носителей языка значит «обмануть, обжулить». Компонент *wool over eyes* ассоциируется с обволакиванием глаз чем-то мягким как шерсть, но закрывающим доступ к реальности, возможности получать информацию посредством зрительного канала.

Аналогично рус. *пускать пыль в глаза* (англ. *throw dust in smb's eyes*) для носителей языка означает «вводить в заблуждение», где «пыль в глаза» ('dust in eyes'), вызывая в сознании говорящего и слушающего определенную сцену, ассоциируется с, по меньшей мере, неприятными, если не болезненными ощущениями обманываемого, а следовательно, частичной/полной закрытостью доступа к зрительной информации.

Например, в идиоме «ездить по ушам» номинативный замысел - «вводить в заблуждение» во взаимодействии с образом, рождающим ассоциацию нанесения вреда, ущерба субъекту, формирует значение идиомы на основе выводного знания: следовательно, лишая возможности получения истинной информации. Стоит отметить, что к доминирующим чертам английского коммуникативного поведения исследователи относят эмоциональную сдержанность, очень высокий уровень фактического общения и бытовой вежливости [6, с.42]. Английский язык сдержан в эмоциональной характеристике лжи/обмана, не стремится вербализировать оттенки, нюансы эмоций, вызываемых ситуацией обмана, предлагая больше единиц нейтрального употребления для описания обманных действий.

Фразеологизмы отражают национальную культуру своими прототипами, поскольку генетически свободные словосочетания описывали определенные обычаи, традиции, особенности быта и культуры, исторические события и многое другое [7, с.35].

Ложь и обман являются диахронической константой человеческого бытия. Истоки становления значений, обнаруживаемых в древних обозначениях лжи и обмана, кроются в сакральной сфере и оказываются тесно связанными в сознании древних с нанесением вреда/ущерба, «покрыванием»/сокрытием намерений, «искривлением»/искажением, нарушением существующего порядка вещей. [8, с.43].

Подводя итог, стоит отметить что всё связанное с ложью и обманом, актуально для человека и осваивается человеческим сознанием через соотнесение с аксиологической системой, обуславливающей положительные и отрицательные оценки, получающие множественную интерпретацию по нравственно-этическим и утилитарно-прагматическим критериям. Эмоциональные словосочетания с прилагательными оценочного характера типа *чудовищная, гнусная, грязная, отвратительная ложь/обман, dirty liar* не усиливают негативную оценку опорного слова. [9, с.76].

Содержательные минимумы понятий «ложь» и «обман» различаются: ложь коммуникативный акт, производимый лингвистически или паралингвистически и имеющий сознательную интенцию введения в заблуждение. В наборе существенных признаков содержательного минимума понятия «обман» выявляется дифференцирующий признак – успешность, эффективность реализации цели.

Расхождение в средствах объективации концептуального пространства обмана проявляются в количественной экспликации выделяемых фрагментов «клевета», «лесть», «пассивная ложь». Различия в лексико-фразеологической номинации и дескрипции обманного действия также являются следствием проявления индивидуальных черт национального характера языка.

В целом анализ примеров, отражающих обыденное представление о возможностях невербальной детекции обмана, обнаружил общность восприятия невербального поведения лгущего субъекта носителями обоих языков, стереотипные представления о возможностях распознавания реципиентом обманного действия.

Источники и литература:

1. Виноградов В. В. Основные понятия русской фразеологии / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1989. – 173 с.
2. Кунин А. В. Основные понятия фразеологии как лингвистической дисциплины / А. В. Кунин. – М. : Высшая школа, 1982. – 201 с.
3. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – М., 2001. – 210 с.
4. Жуков В. П. Семантика фразеологических оборотов / В. П. Жуков. – М. : Наука, 1990. – 283 с.
5. Баранов Л. Н. Аксиологические стратегии в структуре языка (паремиология и лексика) / Л. Н. Баранов // Вопросы языкознания. – 1989. – № 3. – С. 74-90.
6. Копыленко М. М. Очерки по общей фразеологии : проблемы, методы, опыты / М. М. Копыленко, З. Д. Попова. – Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 1990. – 135 с.
7. Панченко Н. Н. Контексты употребления лжи и лести / Н. Н. Панченко // Актуальные проблемы лингвистики и вузе и в школе : мат-лы Школы молодых лингвистов (г. Пенза, 25-29 марта 1997 г.) / Ин-т языкознания РАН; ВГПУ им. В. Г. Белинского. – М., 1997. – С. 91-92.
8. Арсеньева Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц / Е. Ф. Арсеньева. – К. : Изд-во Казанского ун-та. 1989. – 123 с.
9. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. Лексикология и лексикография. / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1986. – 182 с.