



Марцелли Александр Александрович,

кандидат филологических наук, доцент кафедры французского языка ФГОАУ ВПО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону

martselli@list.ru

Орданьян Людмила Дмитриевна,

доцент кафедры методики преподавания и межкультурной коммуникации ФГОАУ ВПО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону

Структура оценки фразеологических единиц в современном французском и английском языках и способы её выражения в рекламном тексте

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы функционирования фразеологических единиц во французском и английском языках в сравнении с русским. Большой интерес представляет изучение факторов оценочности в языке средств массовой информации и рекламных текстах.

Ключевые слова: структура оценки, фразеологические мелиоративы, лингвистическая ситуация, рекламный текст.

В связи с тем, что каждый текст отражает как предметную, так и коммуникативную ситуацию, предполагая определенное воздействие на аудиторию, первоочередной задачей лингвистики является разноаспектное исследование компонентов этого воздействия. Реклама как многоплановое явление – социальное, психологическое, лингвистическое, эстетическое, собственно экономическое – привлекает исследователей разнообразных областей человеческой деятельности. Актуальным является изучение механизмов влияния рекламы, ее возможностей убеждать и побуждать аудиторию к действиям, ее способности запоминаться реципиентом и обеспечивать автоматизм поведения последнего. Рекламный текст как тип текста особой прагматической направленности продолжает привлекать внимание как отечественных, так и зарубежных лингвистов, что выражается в росте числа исследований, посвященных этому явлению.

В последнее время значительно возрос интерес к проблемам речевого поведения, связанным с оценкой и её лингвистическим выражением в рекламном тексте. Понятие оценки трактуется исследователями по-разному и до сих пор остаётся недостаточно ясным. Оценка объектов отражается в языке – в слове или во фразеологической единице.

Что же касается оценочной лексики во французском и английском языках, то она до сих пор не была ещё предметом комплексного изучения; существующие работы не дают достаточно широкого представления об оценке и её особенностях и не рассматривают оценочную лексику в прагмасемантическом аспекте. Известно, что в современных исследованиях наблюдается значительная методологическая переориентация, заключающаяся в трансформации так называемой «имманентной» лингвистики в лингвистику антропологическую, предполагающую изучение языка в тесной связи с человеком, его мышлением и духовно-практической деятельностью. Вслед за Г. Г. Соколовой мы считаем, что изучение лингвистической природы оценочного компонента коннотативного значения целесообразно проводить на материале субстантивных фразеологических единиц (ФЕ), среди которых важное место занимают фразеологические мелиоративы-обозначения лица [1].

Оценочный компонент обязательно входит в структуру значения ФЕ данного класса, что вытекает из его социолингвистической природы. Недостаточная изученность фразеологических единиц, положительно оценивающих интеллектуальные особенно-



сти людей, их морально-нравственные качества, сравнительно небольшое количество работ по общим проблемам оценки в современном французском и английском языках, а также растущий интерес к оценочности как прагмалингвистической категории в языке рекламы и СМИ также определяют актуальность данного исследования.

Также, говоря об актуальности изучения фразеологических мелиоративов, следует отметить тот факт, что в условиях современной лингвистической ситуации многие исследователи наблюдают тенденцию к огрублению речи. Особенно ярко эта тенденция проявляется в современном русском языке в последнее десятилетие. Сниженный стиль речи, размывающий нормы языка и речевого этикета, становится привычным не только в повседневном общении, но и в средствах массовой информации. С употреблением грубо-просторечных, жаргонных и даже арготических слов и выражений можно столкнуться не только в быту, но и в некоторых публицистических изданиях, в теле- и радиопередачах, и даже в произведениях современных писателей и журналистов, в текстах песен и т. п. Сдерживаемая ранее в условиях тоталитарного государства у многих членов общества речевая активность вышла наружу, в том числе и в форме неконтролируемого речевого поведения, что и «проявляется в росте агрессивности диалога, увеличении удельного веса негативной оценочной лексики в речи, росе вульгарного и нецензурного словоупотребления, жаргонизации речи отдельных слоев населения. ... В общении это ведёт к снижению культуры речи, игнорированию правил речевого этикета, проявлениям грубости и вульгарности в общении и поведении» [2].

В противоположность данной тенденции в языке существует такое позитивное языковое явление, как *фразеологические мелиоративы*. Употребление фразеологических мелиоративов в некоторых случаях помогает избежать различных конфликтов, неприличных тем, способствует взаимопониманию и вежливому общению. Тем, кто стремится быть общительным, внимательным, тактичным и предупредительным, не обойтись без фразеологических мелиоративов, «если стремиться соединить требовательность и доброжелательность, если предпочитать шутку и иронию грубой негативной оценке и если сочувствовать другим людям» [3]. Таким образом, изучение функциональных особенностей смягчающих наименований или наименований, обладающих положительной оценочностью, чрезвычайно актуально в условиях современной языковой ситуации.

Изучение фразеологических мелиоративов, кодирующих психическую деятельность человека и являющихся ядром фразеологизмов антропоцентрической направленности, даёт возможность установить степень фразеологической насыщенности отдельных участков отражаемой действительности, выявить специфику фразеологического кодирования данной понятийной зоны в современном французском и английском языках и раскрыть степень адекватности языковой передачи фразеологическими средствами антропоцентрических участков отражаемой действительности.

Оценочные слова *bon* (франц.) и *good* (англ.) являются универсальными и потенциально приложимыми практически к любой персоналии. Но все оттенки и нюансы положительной оценки не ограничиваются только этим словом, так как существует значительное число других единиц, предназначенных для выражения положительной оценки различного рода. Во фразеологических мелиоративах «*bonne ame*», «*bon ami*», «*bon esprit*», «*bon genie*» (франц.) и «*(as) good as gold*», «*(as) good as pie*», «*(as) good as wheat*» (англ.) положительная оценка выражена эксплицитно посредством прилагательных *bon* (франц.) и *good* (англ.); в других же случаях выражение позитивных оттенков значения имеет имплицитный характер. Так,



например, фразеологический мелиоратив-перифраза «defenseur de la veuve et d'orphelin» (франц.), называя адвоката, образует свою положительную оценочность за счёт метафорического переноса. В расширительном значении положительная оценочность возрастает ещё больше – и в таком случае речь уже идёт о защитнике угнетённых вообще. Часто это выражение употребляется с целью создания иронии.

При анализе оценочных особенностей компонентного состава фразеологических мелиоративов было замечено, что наряду со словами конкретного значения (ключевые компоненты-обозначения лиц, чаще всего, термины родства, – «homme», «femme», «fille», «fils» (франц.) и «husband», «wife», «daughter», «son» (англ.) – в составе частично или полностью переосмысленных фразеологических мелиоративов) имеются слова с абстрактным значением, среди которых, в первую очередь, следует назвать прилагательные («beau», «bon», «exclusif», «fort», «honnete» (франц.) и «beautiful», «good», «strong» (англ.) и существительные с положительной оценкой в составе некоторых фразеологических мелиоративов («l'arbitre des elegances», «amant de coeur», «le roi de la creation») (франц.) и «the king of glory»), «a labour of love») (англ.).

В функции положительного интенсификатора может выступать и наречие: («femme bien chaussee»), («Coeur haut place»), (франц.). Эти лексические единицы являются онтологически оценочными и служат *формальными* маркерами положительной оценочностиTM фразеологических мелиоративов. Значение положительной оценки закреплено в них узуально и сохраняется при контекстуальной актуализации. Онтологически оценочные компоненты могут придавать значению фразеологического мелиоратива свою оценочную значимость и воздействовать на их комплексное оценочное значение: «un joli sujet», «bonne lame», «esprit juste» (франц.), «the Arabian bird» (англ.) – в этих фразеологических мелиоративах – частично переосмысленных ФЕ, прилагательные «joli», «bonne», «juste» и «Arabian» имеют положительные семы, которые, в свою очередь, определяют положительную оценочность всего фразеологизма, представляя собой, таким образом, маркер позитивной оценочности. В приведённых примерах оценочные семы компонентов соответствуют оценочной семантике всего фразеологического мелиоратива, иначе говоря, композиционная структура фразеологических мелиоративов включает элементы с положительным оценочным значением, которые сообщают комплексному значению свою позитивную оценочность.

Значение положительной оценки в семантической структуре фразеологических мелиоративов также может проявляться не только на основе частных признаков, но и всей ситуации в целом. Различного рода качества, свойства, отличительные черты характера какого-либо лица (честность, порядочность, доброта, дружелюбие, преданность, профессионализм, физическая привлекательность, ловкость, здравомыслие, рассудочность и т. п.), присущие ему в реальной действительности, являются основанием для оценочных признаков. Так, например, за ФЕ «belle plante» (франц.) закрепляется положительная оценка и употребляется этот мелиоратив для обозначения красивой девушки или женщины, то есть основанием для оценочных признаков является физическая привлекательность. Поскольку фразеологические мелиоративы представляют собой единицы со значением обобщения, то в них совокупность частных оценочных значений порождает общеоценочное значение, содержащее оценку объекта в целом. Они обладают обобщающими семантическими признаками, избирательно отражающими ряд качеств, свойств, отличительных признаков, присущих множеству персоналий. Оценочные номинации приобретают, таким образом, родовой статус, указывая на отнесённость к тому или иному семантическому классу: «Prince de l'Eglise» – фразеологический мелиоратив, обозначая высших



должностных лиц в церковно-католической иерархии, относится к множеству персональных имен за счёт приобретения родового статуса.

Общее значение не всегда обуславливается оценочным значением компонентов, входящих в композиционную структуру фразеологических мелиоративов. Некоторые фразеологические мелиоративы образуют свою совокупную положительную оценочность более сложным путём, так как оценка в них выражена имплицитно. Определение факторов, обуславливающих положительную оценочность, вызывает некоторые затруднения, поскольку оценка выглядит немотивированной. Представляется, что формирование имплицитной оценочности происходит за счёт дополнительного смысла, который заключается в обобщённом характере данных единиц, а также за счёт существующих в социуме стереотипных представлений ценностной «картины мира», «что косвенно определяет наличие положительного... компонента оценки» [4]. Так, например, положительная оценочность фразеологического мелиоратива «oiseau de bon augure» («вестник удачи, счастья») во французском языке выражается не только за счёт прилагательного «bon», но и за счёт ещё более абстрагированного символа «oiseau» – «птица» (нечто возвышенное, олицетворяющее удачу или неудачу, иногда непостоянство, лёгкость, нежность и др. возможные контекстуальные варианты). Этот пример наглядно демонстрирует возможность комбинации эксплицитного и имплицитного выражения оценки. Эксплицитное выражение оценки заключается в компоненте фразеологического мелиоратива – качественном прилагательном «bon», имплицитность восходит не только к позитивной в данном случае символике, но и к этимологии ФЕ.

Иногда положительный смысл фразеологического мелиоратива вытекает из сложного взаимодействия различных сем компонентов в его составе. Так, например, во фразеологическом мелиоративе «jeune loup» (франц.) есть компонент «loup», отрицательная сема которого заглушается в силу того, что на первый план выходят позитивные ассоциативные представления в ценностной картине мира, которые и обуславливают мелиоративную оценочность семантики данного фразеологического мелиоратива – энергия, молодость, активность. Таким образом, компонент фразеологического мелиоратива «loup» приобретает ситуативную положительную оценку, свойственную ФЕ в целом.

Во фразеологических мелиоративах с полным переосмыслением компонентов компонентный уровень не содержит в себе оценочных элементов в отличие от уровня метафорического. Оценка в таких фразеологических мелиоративах завуалирована в семантической структуре метафоры. Формирование любой номинативной фразеологической единицы с положительной оценочностью связано с процессом обобщения ассоциаций носителем языка. Для осознания метафорического смысла фразеологических мелиоративов, порождаемого его внутренней формой (т. е. образностью), необходимо проанализировать экстралингвистические аспекты, послужившие основой формирования того или иного фразеологического мелиоратива. Из целостного образа можно вывести мотивирующую положительную оценочную сему, определившую положительную оценочность всего фразеологического мелиоратива. Иногда этот образ прозрачен и оценочный характер метафорического смысла легко эксплицируется из этого образа. Так, например, проанализируем фразеологический мелиоратив «chevalier servant» в значении «homme qui accompagne une femme et lui rend des soins assidus; compagnon plein de galanterie» (франц.). Кавалер – это тот человек, который ухаживает за женщиной, уже в этом значении за данным компонентом («chevalier») закреплено позитивное отношение говорящего к обозначаемому



лицу, однако, мелиоративный характер усиливается за счёт прилагательного «servant», а положительная оценочность создаётся за счёт прозрачного образа.

Подобную прозрачную образность можно наблюдать и во фразеологических мелиоративах с метафоро-метонимическим переосмыслением: «Coeur de lion» (франц.). Лев – это всегда олицетворение силы, мужества, более того, существует очень сильная ассоциативная связь с историческим персонажем – Ричардом Львиное Сердце. Мужество, как и физическая сила, в иерархии ценностей в различных культурах традиционно занимают значимое место, ассоциативная связь усиливает это позитивное качество путём имплицитной аналогии. Полагаем, что фразеологический мелиоратив формирует свою положительную оценочность посредством прозрачного образа и аналогии.

Другой фразеологический мелиоратив с метафоро-метонимическим характером также отличается прозрачной образностью: «coeur d'or» («caractere doux, bienveillant, genereux; personne genereuse» – франц.): здесь золото является символом чистоты и ценности, кроме того, этому металлу присущи такие качества, как яркость и блеск. Компонент «coeur» в данном случае также символичен: «сердце» – это символ доброты, мягкости, душевности, нежности. Эти имплицитные аллюзии безусловно влияют на приобретение ФЕ положительной оценочности.

Итак, представляется, что фразеологическая оценка рассматриваемых нами единиц представляет собой социально устоявшееся и узואльно закреплённое в семантике эксплицитное или имплицитное положительное оценочное отношение говорящего к обозначаемым им персоналиям.

Так как фразеологические мелиоративы, обладая «двойным антропоцентризмом», ориентированы на человеческую личность в её повседневной и общественной жизни, то *основанием* оценки большого количества этих единиц являются этические (моральные) нормы, которые позволяют провести оценочную характеристику личности, её соответствие определённым этическим стандартам. В качестве критерия оценки во фразеологических мелиоративах используются также и другие нормы: эстетические, интеллектуальные и т. д. Основание оценки может быть представлено нормами этического плана, принятыми в обществе, когда речь идёт о положительной оценке поведения той или иной персоналии. ФЕ «home de monde», обладает положительной оценкой, характеризуя человека, знающего правила поведения, принятые в хорошем обществе.

На уровне повседневной жизни в качестве критерия основания оценки выступают нормы поведения в быту, и особое значение придаётся таким чертам характера, как ловкость, смекалка, опытность и даже материальная обеспеченность: «bonne pièce», «vieux routier», «gros sac» (последняя ФЕ может приобретать ситуативную положительную оценочность только в особых контекстуальных условиях, как и ФЕ «soldat de fortune», «ime main de fortune») и др.)

Антропоцентризм, свойственный фразеологизмам вообще, является прагматически релевантным фактором фразеологических мелиоративов, одной из особенностей денотативно-сигнификативного значения этих единиц.

Положительную и отрицательную оценки можно рассматривать как полярные, предполагающие некую нейтральную оценку, которая выступает в качестве «точки отсчёта») при оценочной квалификации объекта. Другими словами, отношение субъекта, его оценочная квалификация носит разный характер и варьируется от простой констатации наличия данных свойств у объекта до положительного/отрицательного отношения к ним. В отличие от положительной и отрицательной оценок, которые вы-



ражают соответственно одобрительное или неодобрительное отношение к качествам референта, нулевая оценочность слова служит для говорящих некоторым сигналом для его использования в определённых коммуникативных ситуациях.

Оценка может быть выражена различными средствами на разных языковых уровнях, структурируя системность языка. В сопоставительном плане следует отметить тот факт, что специфика разных языков заключается в передаче идентичного оценочного значения различными языковыми средствами. Так, например, перевод фразеологических мелиоративов «ange gardien» («ангел-хранитель»), (франц.), и «the child of fortune» («баловень судьбы», (англ.) не вызывает никакого труда, поскольку это явные интернационализмы; но буквальный перевод выражения «fils de la roue blanche» (франц.) в значении «счастливчик» невозможен.

Таким образом, оценочность фразеологических мелиоративов в языке СМИ и рекламных текстах выражается за счёт следующих факторов:

- компонентного состава, транспонирующего в эксплицитной форме свои позитивные оценочные элементы в общее значение фразеологической единицы;
- обобщённо-абстрагированного характера фразеологических мелиоративов и стереотипных представлений ценностной «картины мира». В таком случае речь идёт об имплицитной оценочности;
- семантической трансформации фразеологических мелиоративов под влиянием конситуации;
- комбинаторного взаимодействия трёх вышеперечисленных факторов.

Ссылки на источники

1. Соколова Г. Г. Фразеология французского языка. – М., 1986. – 91 с.
2. Стернин И. А. Социальные факторы и развитие современного русского языка // Теоретическая и прикладная лингвистика. Выпуск 2. Язык и социальная среда. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 4–16.
3. Павленко Т. Л. Мягко говоря // Русская речь. – 1996. – № 5. – С. 49–54.
4. Соколова Г. Г. Фразеобразование во французском языке. – М., 1987. – 142 с.

Martselli Alexander,

candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the chair of French language of Southern Federal University, Rostov-on-Don

martselli@list.ru

Ordanian Liudmila,

Associate Professor the chair of the intercultural Communication and Methods of Teaching of Southern Federal University, Rostov-on-Don

The structure of the evaluation component in modern French and English and the ways of its expression in the text of advertisements

Abstract. The suggested article presents the analysis of the phraseological units functioning in the French and English languages in comparison to Russian. The study of the evaluative factors in Mass-Media material and Advertisements avails great interest among linguists and journalists.

Keywords: the structure of appreciation, the phraseological melioratives, the linguistic situation, the advertisement text.

