

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ ДЛЯ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ



PHRASEOLOGICAL EXPRESSIONS FOR EMOTIONS

Камская Маргарита Витальевнабакалавриат,
институт «Нефти, газа и энергетики»,
Кубанский государственный технологический университет**Kamskaya Margarita Vitalievna**Bachelor's Degree,
Institute of Oil, Gas and Energy,
Kuban State Technological University

Аннотация. В статье приведены результаты комплексного анализа русской эмотивной фразеологии (на основе диссертационной работы), отражающего существенную значимость фразеологических единиц для выражения эмоций. Эмоциональный мир человека очень богат, и для передачи всей его гаммы в русском языке мы находим тому подтверждение.

Annotation. The article presents the results of a comprehensive analysis of Russian emotive phraseology, reflecting the essential importance of phraseological units for the expression of emotions.

Ключевые слова: фразеологизмы, позитивные фразеологизмы, нейтральные фразеологизмы, негативные фразеологизмы, эмоции, взаимопонимание.

Keywords: phraseological units, positive phraseological units, neutral phraseological units, negative phraseological units, emotions, mutual understanding.

Актуальность данного исследования обусловлена малой изученностью вопроса об эмотивной составляющей фразеологизмов и средств выразительности языка в целом.

Цель исследования – осуществление комплексного анализа русской эмотивной фразеологии, для выявления именно тех, которые отражают эмоции. Фразеология – особая область в изучении любого живого языка. По своему содержанию значительная часть фразеологизмов связана с выражением чувств, с проявлением эмоций человека.

В настоящее время, как известно, возрос интерес к этой проблеме со стороны психологии, педагогики, медицины, лингвистики и смежных с ними наук (медицинская психология, психолингвистика, когнитивная лингвистика, психосемантика и т.д.) [1].

Язык как мощное средство выражения индивидуальности даёт людям возможность передавать не только мысли, но и чувства, эмоции. Исследование эмоций в языке требует глубокого изучения всех составляющих человеческой ментальности: восприятия, мышления, памяти, воображения и т.д.

Чувственные основы языка не менее важны, чем его логические (рациональные) основания. Язык является ключом к изучению эмоций. Он выражает, описывает, упорядочивает эмоции, формирует эмоциональную картину мира, составной частью которой являются фразеологические средства выражения эмоций. Эмоции являются очень важной, неотъемлемой составляющей человеческой личности.

Вербальное выражение эмоций состоит в реализации эмоциональной функции языка, для выражения которой используется особый набор эмоционально окрашенных лингвистических средств, среди которых особое место занимают эмотивные фразеологизмы, являющиеся важной частью национального лексикона, передающего специфику национального языкового сознания [2].

Весьма важными для обеспечения функционального своеобразия текста рекламы средствами являются фразеологизмы. На наш взгляд, данные единицы являются одним из самых действенных и частотных средств создания образа товара в рекламном тексте. Во многом это связано с тем, что именно фразеологизмы обладают оценочностью, образностью, способностью отражать особенности национального менталитета и культуры. Мгновенная узнаваемость носителями языка, а также предсказуемая сочетаемость фразеологизма (одно из слов-компонентов автоматически заставляет вспомнить другие компоненты фразеологизма) повышают способность потребителя рекламного текста воспринимать, запоминать и воспроизводить слоган [3].

В современном мире интернет требует новых языковых средств коммуникации либо трансформации старых. Выработанный пользователями интернета сленг переходит в общеупотребительную лексику. Текстовая оформленность, становится всё более скудной, речевые действия становятся более краткими, исчезает разнообразие. Затрудненность передачи эмоций вызывает у пользователей нужду в эмоциональном наполнении текста, которое они восполняют созданием специальных значков – смайликов для выражения эмоций или описанием эмоций словами (в скобках после основного текста послания) [4].

Русский язык интернет-общения находится под прямым воздействием со стороны американского варианта английского языка, задающего определенные правила виртуального общения. Наиболее явным заимствованием русскоязычным пользователем у англоязычного можно считать использование общепринятых эмодзи («смайликов»). Основная функция данной знаковой системы – экономия времени для написания сообщения. Дефицит времени – характерное явление в современном обществе: темп жизни становится всё быстрее, поэтому язык также вынужден приспосабливаться к новым условиям функционирования.

Таким образом, можно сделать вывод, что общение в интернете очень распространено в мире. Такое общение требует быстроты написания сообщений, поэтому письма отличаются краткостью и лаконичностью. Объем одного сообщения не превышает 5–6 слов. В связи с этим постепенно стал вырабатываться симбиоз письменной и устной речи или, как его еще по-другому называют «интернет-сленг» [5].

В нашей работе, мы опираемся на позицию, что под эмотивной фразеологией подразумевается группа фразеологизмов, обозначающих какие-либо эмоции. Мы предположили, что наиболее подходящим способом для характеристики состава и типологии эмотивных фразеологизмов в русском языке может послужить анализ корпуса русской эмотивной фразеологии по данным словарей [1].

Всего для анализа было выбрано 537 эмотивных фразеологизмов.

Среди фразеологизмов, номинирующих **позитивные эмоции**, были те, что выражают: радость (16 фразеологизмов), любовь (18), чувство облегчения (16), симпатия (приязнь) (12), переход от отрицательного эмоционального состояния к нейтральному или положительному (15), удовольствие (2), симпатия (приязнь) (12), восторг (восхищение) (5), блаженство (счастье) (4), уважение (4), умиление (2), злорадство (1). Всего фразеологических оборотов, номинирующих положительные эмоции, в русском языке насчитывается 95.

Во фразеологии не представлены нежность, благодарность, гордость, самодовольство, удовлетворенность собою, уверенность, доверие, чувство безопасности, предвкушение, чувство удовлетворенной мести.

Фразеологизмы, номинирующие **нейтральные эмоции**: удивление, изумление (35 фразеологизмов), равнодушие (безразличие) (26), интерес (любопытство) (8), спокойствие (6) – всего 75 единиц. Среди них больше всего фразеологизмов, выражающих удивление, изумление.

Фразеологизмов, выражающих **негативные эмоции**, насчитывается значительно больше, чем номинирующих положительные либо нейтральные эмоции (всего 309 фразеологизмов). Больше всего тех, которые номинируют гнев (включая возмущение (негодование), ярость) – 67 фразеологических единиц; страх (включая испуг, боязнь, ужас) – 41; душевная боль (страдание) – 37. Это основные эмоции, сильные и достаточно легко вызываемые. Далее идут раздражение, досада (19), обида (17), горе, отчаяние (17), печаль (грусть) (16), смущение, стыд (16), плохое настроение (12), тревога (11), неприязнь (9), растерянность (8), ненависть (7), скука (5), отвращение, омерзение (5).

Незначительным количеством единиц представлены раскаяние, сожаление, жалость, сострадание, угрызания совести, стресс, разочарование, зависть, неуверенность (сомнение), недоверие, презрение. Не было обнаружено фразеологизмов, обозначающих ревность, неудовлетворенность собою, нетерпение.

Насчитывается 60 единиц, обозначающих **неопределенные эмоции**. В данном разряде одни фразеологизмы могут обозначать эмоции с любым оценочным окрасом, другие обозначают, в основном, отрицательные эмоции.

Представим процентное соотношение фразеологических единиц выделенных выше семантических разрядов в составе русского языка:

- позитивные эмоции – 95 – 17,7 %;
- нейтральные эмоции – 75 – 13,9 %;
- негативные эмоции – 308 – 57,2 %;
- неопределенные эмоции – 59 – 11,2 %.

Таким образом, в русской эмотивной фразеологии преобладают фразеологизмы, относящиеся к разряду наименований негативных эмоций.

Исследование показало, что русская эмотивная фразеология образует 4 основных семантических разряда:

1) наименования положительных эмоций: *(быть) на седьмом небе, души не чаять, прыгать до потолка, прийти по душе, слава богу, приходиться в себя* и др.;

2) наименования нейтральных эмоций: *до лампочки, хоть трава не расти, вон какие пироги, вот так так, разевать рот, глаза на лоб лезут* и др.;

3) наименования отрицательных эмоций: *выходить из себя, лезть в бутылку сердце падает, кусать локти, рвать душу, готов сквозь землю провалиться, уши вянут* и др.;

4) наименования неопределенных эмоций: *боже мой, мамочка моя, ничего себе, черт возьми (побери), бросает в жар, мурашки по спине, сердце замирает, сердце сжимается, сердце щемит, не помнить себя, не по себе, сходиться с ума* и др. [6].

Эмотивные фразеологизмы в современном русском языке часто обозначают высокий и очень высокий уровень выражения испытываемых человеком эмоций: *души не чаять* – сильно любить кого-либо; *до лампочки что кому* – выражение крайней степени безразличия; *ни жив ни мертв* – очень напуган; *лезть на стену, лопаться от злости* – в состоянии сильного гнева, раздражения и т.п. На долю фразеологизмов данной семантики приходится 75 % русской эмотивной фразеологии.

Данное явление говорит о том, что фразеологические единицы, выбранные для анализа, выполняют важную назывную функцию в языке, отличающуюся от функции лексем. Таким образом, они «ответственны» за обозначение сильных эмоций, что подтверждает тот факт, что фразеология в языке не является отдельной подсистемой, а выступает интегральной составной частью единой лексико-фразеологической системы языка [7].

Литература

1. Егинова С.Д. Фразеологизмы русского и якутского языков, обозначающие эмоцию интереса. Сборник: II Международная научно-практическая конференция Человек. Культура. Общество. – Пенза : Приволжский Дом знаний, 2010. – С. 114–117.
2. Синельникова И.И. Эмотивные фразеологизмы французского языка в полевого аспекте: моногр. – Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013.
3. Скарнев Д.С. Фразеологизм как средство создания образа в рекламном дискурсе // Выпуск журнала «Современные проблемы науки и образования». – 2014.
4. Бергельсон М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник МГУ. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002.
5. Иванова Т.С. Речевое поведение интернет-общения // Научная статья по специальности «Языкознание и литературоведение»
6. Фразеологический словарь русского языка / под редакцией А.И. Молоткова. – 1987.
7. Волкова Н.Н. Русская эмотивная фразеология в языке и тексте // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Воронеж, 2005. – С. 8–10.
8. Арутюнян О.А., Богатырева Ж.В. Понимание философского текста как творчество // Вестник университета. – 2013. – № 10. – С. 191–195.
9. Арутюнян О.А., Богатырева Ж.В. Структурный анализ текста // Мир науки, культуры, образования. – 2015. – № 5 (54). – С. 458–459.
10. Психолого-педагогические аспекты осуществления образовательного процесса в современных социокультурных условиях / Т.П. Айсувакова [и др.]. – М., 2021.
11. Богатырева Ж.В., Зимина Н.Ю., Пахомов Р.А. Концепт «ЖЕНЩИНА» и «МУЖЧИНА» в белорусских и русских пословицах и поговорках // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 3 (70). – С. 423–425.

12. Богатырева Ж.В. Символика красного цвета в русских народных сказках // В сборнике: Художественная литература как культурный ансамбль. Сборник статей II Международной конференции, посвященной Году Литературы в России. Московский институт телевидения и радиовещания «Останкино». – 2016. – С. 36–44.
13. Богатырева Ж.В., Арутюнян О.А. Метафора «превращения» в волшебной сказке: философский анализ // Kant. – 2019. – № 3 (32). – С. 169–173
14. Богатырева Ж.В. Сказка – символ духовного опыта человечества // В сборнике: Проблемы интерпретации художественного текста. материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием к 150-летию со дня рождения А.П. Чехова / ГОУ ВПО КубГТУ, ООО «Издательский Дом – Юг». – 2010. – С. 165–173.
15. Богатырева Ж.В. Сказка как пространство приобретения духовного опыта человечества // В сборнике: ЧЕЛОВЕК, КУЛЬТУРА, ОБЩЕСТВО. Материалы IX Межвузовской научно-практической конференции. – 2010. – С. 133–136.

References

1. Eginova S.D. Phraseological expressions of the Russian and Yakut languages, denoting the emotion of interest. Collections: the second international scientific-practical conference «Human. Culture.Society». – 2010. – P. 234.
2. Sinelnikova I.I. Emotive phraseological expressions of the French language in the field aspect: monograph. – Belgorod : Publishing house «Belgorod» NRU «BelSU», 2013.
3. Sknarev D.S. Phraseology as a means of creating an image in advertising discourse // Journal issue «Modern problems of science and education». – 2014.
4. Bergelson M.B. Linguistic aspects of virtual communication // Bulletin of Moscow State University. Linguistics and Intercultural Communication. – 2002.
5. Ivanova T.S. Speech behavior of Internet communication // Scientific article on the specialty «Linguistics and literary studies».
6. Phraseological dictionary of Russian language / edited by A.I. Molotkov. – 1987.
7. Volkova N.N. Russian emotive phraseology in language and text // Abstract of thesis for the degree of candidate of philological sciences. – Voronezh, 2005. – P. 8–10.
8. Arutyunyan O.A., Bogatyreva J.V. Understanding a Philosophical Text as a Creation // University Herald. – 2013. – № 10. – P. 191–195.
9. Arutyunyan O.A., Bogatyreva J.V. Structural Analysis of the Text // The World of Science, Culture, Education. – 2015. – № 5 (54). – P. 458–459.
10. Psycho-pedagogical aspects of the educational process in modern sociocultural conditions / T.P. Aisuvakova [et al.]. – M., 2021.
11. Bogatyreva Zh.V., Zimina N.Y., Pakhomov R.A. Concept «WOMAN» and «MAN» in Belarusian and Russian proverbs and sayings // The World of Science, Culture, Education. – 2018. – № 3 (70). – P. 423–425.
12. Bogatyreva J.V. Symbolism of red color in Russian folk tales // In the collection: Literature as a cultural ensemble. Collection of articles of the II International conference devoted to the Year of Literature in Russia. Moscow Institute of Television and Radio Broadcasting «Ostankino». – 2016. – P. 36–44.
13. Bogatyreva J.V., Arutyunyan O.A. Metaphor of «transformation» in a magic tale: philosophical analysis // Kant. – 2019. – № 3 (32). – P. 169–173
14. Bogatyreva J.V. The fairy tale – a symbol of the spiritual experience of mankind // In the collection: Problems of interpretation of the artistic text. materials of the All-Russian scientific-practical conference with international participation to the 150th anniversary of the birth of A.P. Chekhov. GOU VO KubGTU, LLC «Publishing House – Yug». – 2010. – P. 165–173.
15. Bogatyreva J.V. Tale as Space of Acquisition of Spiritual Experience of Mankind // In the collection: HUMAN, CULTURE, SOCIETY. Materials of IX Interuniversity scientific and practical conference. – 2010. – P. 133–136.