

ПОДСЕКЦИЯ 2

**Коммуникативный аспект лексической семантики**

**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК  
В ДЕБАТАХ И БЫТОВОМ ДИАЛОГЕ**

*И.А.Доморацкий (Минск, МГЛУ)*

В статье рассматриваются италиязычные пословицы и поговорки, используемые в бытовом и публицистическом дискурсах как прагматически насыщенное средство аргументации. В процессе построения публичного выступления или в дискурсах активного воздействия (реклама, дебаты и др.) анализируемые единицы могут быть элементом зачина, раскрытия темы или же использоваться как средство иллюстрации, подведения итога высказываемому.

Ключевые слова: пословица, поговорка, аргументация, публичный дискурс, экспрессивное средство.

**PRAGMATIC FUNCTIONS OF PROVERBS AND SAYINGS  
IN DEBATES AND EVERYDAY DIALOGUE**

*I.A.Domoratsky (Minsk, MSLU)*

The article regards italian proverbs and sayings used within everyday and journalistic discourses as a pragmatically based means of argumentation. In the process of public speaking or active effect discourses (advertising, debates etc.) analyzed units may function as elements of commencement, exploration the theme or as a means of illustration and summarizing of that being said.

Key words: proverb, saying, argumentation, public discourse, expressive means.

В бытовой и массовой коммуникации собеседники часто используют языковые и невербальные средства, позволяющие выразить их мнение и показать, каких ценностей они придерживаются. Для воздействия на собеседника и/или в качестве средства аргументации выбирают фразеологические единицы, в число которых включены пословицы и поговорки. Популярность их употребления обусловлена тем, что пословицы и поговорки представляют собой суждение, передающее практический опыт многих поколений носителей языка, что воспринимается как аксиома, т.е. логичный довод, который не требует дополнительных комментариев и доказательств.

По мнению Р. Лангакера значение пословицы есть «фиксированное в общественном сознании отражение определенного участка мира, знание о мире, свойственное социуму» [1, с. 128]. Как верно замечает В.А. Маслова, «большинство пословиц – это стереотипы народного сознания» [2, с. 4]. В этом аспекте неудивительно, что по содержанию часть пословиц и поговорок похожи, особенно в близкородственных языках. Наблюдается также подобие и в пословичном фонде неблизкородственных языков. В качестве примера приведем следующие единицы: англ. *Appetite comes with eating*; нем. *Der Appetit kommt beim Essen*; рус. *Аппетит приходит во время еды*; фр. *L'appetit vient en mangeant*; ит. *L'appetito vien mangiando*. Причем данное устойчивое выражение

может использоваться как в прямом смысле (в отношении приема пищи), так и в переносном: 'your interest in or desire for sth. grows as you practice, experience, or learn it' досл. 'ваш интерес или желание чего-л. растет по мере того, как вы практикуете, испытываете или изучаете это' [3, 4]. В отношении следующих устойчивых единиц – англ. *There is no rose without a thorn*; нем. *Keine Rose ohne Dornen*; рус. *Нет розы без шипов*; фр. *Il n'y a pas de roses sans épines*; ит. *Non c'è rosa senza spine* и т. д. – можно сделать аналогичный вывод. В переносном значении эта устойчивая единица трактуется как 'anything that is attractive or good also has its bad side' досл. 'все, что привлекательно или хорошо, имеет и свою плохую сторону' [3]. Подобие обусловлено тем фактом, что большинство цивилизованных народов мира согласны друг с другом в своих моральных оценках человеческих поступков, понимании законов бытия [4, с. 182].

Будучи своеобразными аксиоматическими формулами бытового мировосприятия и поведения человека, обобщающими опыт поколений, пословицы характеризуются назидательным содержанием, рекомендательной силой в форме совета, предупреждения, нравоучения [5, с. 195], т. е., по сути, это есть речевые акты побудительного характера. Следует отметить, что пословицы не дают конкретного совета или предупреждения, а в обобщенной форме представляют общепринятую правильность и знания полезности чего-либо, о житейских этических правилах и нормах. Используя следующие пословицы *Любишь кататься – люби и саночки возить* или *На обиженных воду возят*, говорящий вовсе не ассоциирует высказываемое с саночками, перевозкой и побуждением к конкретному действию, а имеет в виду, что 1) неизбежно приходится платить за то, что было сделано с охотой, с удовольствием, 2) обиженные сами виноваты. Как и все остальные аксиомы народной мудрости, они претендуют на статус неоспоримой истины, указывают на общепринятое отношение к чему-либо для любого времени и человека [5, с. 195]. В италиязычной лингвокультуре в бытовой коммуникации часто используются пословицы типа *A carnevale ogni scherzo vale* досл. 'На карнавале ценится каждая шутка', что определено значимостью карнавалов традиций для итальянцев, когда последние стремятся оправдать события, происходившие на карнавале; поговорки типа *A mali estremi, estremi rimedi* досл. 'Радикальные ситуации требуют радикальных мер', *Aprile dolce dormire* досл. 'В апреле сладко спится' для описания ощущения сонливости в весенний период, *Chi si loda, si imbroda* досл. 'Хвались, да не поперхнись' как напоминание о том, хвастун может низко упасть и др.

В современной риторике одним из советов к построению публичной речи предлагают использовать пословицы и поговорки в качестве отправного момента для вступления, развития и раскрытия темы. Кроме того, пословицы и поговорки также могут использоваться в качестве вывода, обобщения сказанного [6]. Пословицы и поговорки могут быть использованы в речи в качестве иллюстраций и образных параллелей к высказываемому. В данном учебном пособии Л.А. Введенская и Л.Г. Павлова приводят замечательный пример

окончания Нобелевской лекции А.И. Солженицыным: «В русском языке излюблены пословицы о правде. Они настойчиво выражают немалый тяжелый народный опыт, и иногда поразительно. Одно слово правды весь мир перетянет» [Там же].

Приведем примеры пословиц и поговорок, которые красиво смогут обрмить публичную речь: *Strada buona non fu mai lunga* досл. ‘Правильный путь никогда не долгов’; *Ogni principio è duro* досл. ‘Всякое начинание трудно’; *Tentar non nuoce* досл. ‘Попытка не принесёт вреда. (Попытка не пытка)’; *Allora si conosce il bene, quando si perde* досл. ‘Что имеем – не храним, потерявши – плачем’; *I fanciulli trovano il tutto nel nulla, gli uomini il nulla nel tutto* досл. ‘Дети отыщут всё в ничём, взрослые – ничего во всём’; *Dove son carogne son corvi* досл. ‘Было бы болото, а черти найдутся’; *Roma non fu fatta in un giorno* досл. ‘Рим не в один день был построен. (Москва не сразу строилась.)’; *Un bell’abito è una lettera di raccomandazione* досл. ‘Красивая одежда, что рекомендательное письмо’ и др.

Следует отметить, что подобное употребление фразеологических выражений делает речь более убедительной, меткой и яркой. По мнению психологов и лингвистов, «образные иллюстрации надолго запоминаются слушателям» [6]: *Anno nuovo, vita nuova* досл. ‘Новый год, новая жизнь’; *A caval donato non si guarda in bocca* досл. ‘Дареному коню в зубы не смотрят’; *A buon intenditor, poche parole bastano* досл. ‘Умный слышит с полуслова’; *Chi dorme non piglia pesci* досл. ‘Лёжа пищи не добудешь. (Без труда не вытащишь и рыбку из пруда)’ и др. [7].

В последние десятилетия пословицы и поговорки применяют даже в качестве рекламного хода. Так, одна из строительных компаний использует следующую поговорку для привлечения покупателей: например, *Без сучка без задоринки*, или же, трансформированную поговорку *Aiutati che Dior aiuta* досл. ‘Береженого Диор бережет’.

Использование фразеологических оборотов (пословиц, поговорок, крылатых выражений, афоризмов, цитаций) является эффективным способом аргументации в том случае, когда они употребляются целесообразно ситуации [8, с. 88–89].

Таким образом, обращение к фразеологическому фонду как «сокровищнице народной мудрости» является убедительным средством аргументации в публицистическом и обиходно-деловом функциональных стилях. С одной стороны, пословицы и поговорки используются в качестве логической аргументации, когда говорящий с их помощью апеллирует к здравому смыслу, с другой стороны, они являются средством создания экспрессивности речи, усиливают выразительность речи, что, безусловно, воздействует на слушателя/собеседника.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абакумова, О.Б. Пословичные концепты и паремический дискурс / О.Б. Абакумова // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. 2011. – № 6. – С. 128–139.

2. Маслова, В.А. Введение в лингвокультурологию: учебное пособие / В.А.Маслова. – М.: «Наследие», 1997. – 207 с.
3. Большой русско-английский фразеологический словарь : сайт. – URL: <https://rus-eng-phraseology-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 30.01.2024).
4. Гасанова, Т.И. К вопросу о включении пословиц и поговорок во фразеологический состав языка на материале азербайджанского и английского языков / Т.И. Гасанова, К.А. Габибова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2019. – № 2. – С. 182–186.
5. Шаронов, И.А. Прагматические значения пословиц в диалоге / И.А.Шаронов // Вестник РГГУ. Сер. «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2022. – № 8. – Ч. 2. – С. 193–206.
6. Введенская, Л.А. Деловая риторика. Учебное пособие / Л.А. Введенская, Л.Г.Павлова. – Ростов н/Д : МаарТ, 2002. – 231 с.
7. Agenzia Nazionale Stampa Associata Soc. Coop. (ANSA) : сайт. – URL: <https://www.ansa.it/> (дата обращения: 04.02.2024).
8. Рыжова, Н.В. Использование фразеологических выражений в речи в качестве средства вербальной аргументации / Н.В. Рыжова, Л.Н. Лумпова // Вестник РУДН, серия Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2012. – № 3. – С. 85–90.