

**В. А. Шевцова**  
Минск, Беларусь

## ФОРМИРОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ

В статье показана роль фразеологической компетенции в процессе обучения иностранному языку. Рассматривается необходимость получения базовых знаний по фразеологии. При практическом обучении фразеологии целесообразно использовать авторскую методику П. Кюна. Предлагается проводить работу над текстом (контекстом), применять различные виды упражнений.

*Ключевые слова: фразеодидактика, фразеологическая компетенция; классификация фразеологизмов; методика П. Кюна, функции фразеологизмов.*

**V. A. Shevcova**  
Minsk, Republic of Belarus

## PHRASEOLOGICAL COMPETENCE DEVELOPMENT IN PROCESS OF TEACHING GERMAN

The article highlights the role of phraseological competence in the process of teaching the foreign language. It considers the importance of obtaining the basic knowledge in phraseology. The practical teaching of phraseology suggests using P. Kyn's methods as well as working on the text (context) and using different types of exercises.

**Key words:** phraseological didactics, phraseological competence, classification of phraseological units; P. Kyn's method, functions of phraseological units.

Фразеодидактика как самостоятельная научная дисциплина находится в процессе становления и развития. Традиционно о лингводидактическом аспекте иноязычной фразеологии принято говорить в рамках лексикологии или методики преподавания иностранных языков. Впервые в отечественную языковую дидактику это понятие было введено Т. Н. Федуленковой [1, S. 36]. То, что фразеология имеет особое значение для преподавания иностранных языков, не подлежит сомнению. Как отмечал В. Фляйшер, «иностранный язык невозможен без хотя бы минимального овладения фразеологией» [2, с. 26]. В зарубежной дидактике широко известны работы П. Кюна [3], Х. Х. Люгера [4], Б. Вотяк [5] и др. Хотя число лингвистических фразеологических исследований резко возросло в последнее время, фразеодидактические работы все еще довольно редки. Поэтому неслучайно важным аспектом в обучении иностранных языков в настоящее время отводится «фразеологии – богатейшему фонду единиц, связанных с историей, многовековым опытом трудовой деятельности человека, его обычаями, культурой, системой ценностей, верованиями» [5, с. 80]. В этой связи очень часто приводят цитату П. Кюна о «фразеодидактике как спящей красавице» [3, S. 881].

Процесс обучения фразеологии подразумевает формирование навыков употребления фразеологических оборотов (далее ФО) и включает несколько аспектов. Методика расширения фразеологического запаса студентов должна органично вписаться в сложившуюся систему работы по избранному предмету, не мешая осуществлению его основных задач. Поэтому преподаватель должен себе четко представлять, какие задачи он преследует при обучении фразеологическому материалу. Основные цели фразеодидактики, по Х. Х. Люгеру, – это «четкое представление о форме фразеологизма, способность распознавать фразеологизм в контексте, выбор возможных трансформаций фразеологизма, полное понимание значения фразеологизма и умение перефразировать его» [4, S. 90].

Важным аспектом в обучении фразеологии является также определение фразеологического минимума. Критерием определения фразеологической базовой лексики для немецкого языка как иностранного является актуальность фразеологизмов. Наиболее часто приводится число в 400 единиц. Следует отметить, что правильное использование от 300 до 500 фразеологизмов является сложной задачей обучения.

В основу современной методики формирования фразеологической компетенции заложен принцип трехэтапного изучения фразеологизмов, сформулированного П. Кюном: «распознавание фразеологизма в тексте и расшифровка значения, закрепление и тренировка, использование устойчивого выражения в речи» [4, S. 884]. Однако, как показывает практика, для успешного освоения всех этапов необходима дополнительная работа, поэтому предлагается добавить еще два этапа – вводный и заключительный.

*Первый (вводный) этап.* Для того чтобы учащиеся успешно освоили первый этап и перешли к следующему, необходимо провести большую работу по освоению и получению знаний по фразеологии. Известно, что фразеологизмы являются сложными номинациями, поэтому обучение фразеологическому материалу нецелесообразно проводить по стандартной схеме с лексическим материалом. В исследованиях по фразеологии всегда встают вопросы о различиях между фразеологизмом и словом, поскольку некоторые группы ФО, как, например, идиомы функционируют в языке подобно словам. Кроме того, важным является вопрос о различиях между ФО и свободными словосочетаниями, так как по внешней форме подавляющее число фразеологизмов построено по действующим в данном языке моделям словосочетаний.

Основным признаком, по которому различаются слова и ФО, является акцентологическое оформление данных языковых единиц: фразеологизмы состоят минимум из двух слов (одно из которых является знаменательной частью речи), следовательно, в отличие от слов, они не пишутся слитно и имеют два основных ударения.

На начальном этапе необходимо получение базовых знаний о фразеологической системе языка. Важную роль при этом играют классификации фразеологизмов, поскольку помогают наметить возможные сферы использования фразеологизмов. Классификации могут основываться на различных признаках. В данной работе мы использовали классификацию немецкого фразеолога Х. Бургера, где для всего фразеологического фонда используется критерий функции знака, который имеют ФО в коммуникации. Согласно данной классификации «фразеологический корпус языка можно разделить на три основных класса фразеологизмов» [6, S. 36]:

1) *референциальные фразеологизмы, связанные с каким-либо референтом, включая ситуацию: schwarzes Brett* ‘доска объявлений’, *Morgenstunde hat Gold im Munde* ‘кто рано встает, тому Бог подает’;

2) *структурные фразеологизмы, являющиеся носителями грамматического значения: in Bezug auf* ‘со ссылкой на’, *sowohl, als auch* ‘как ..., так и’;

3) *коммуникативные фразеологизмы, типичные для определенной ситуации общения, например, guten Abend* ‘добрый вечер’, или рутинные формулы, выполняющие метатекстовые функции – *ich meine* ‘я считаю’.

Особый интерес для исследования представляет самая многочисленная группа – референциальные фразеологизмы, которые подразделяются на про-

позициональные – предложения (например, пословицы, поговорки) или номинативные – словосочетания, которые в свою очередь подразделяются синтаксически на субстантивные, вербальные, адъективные и адвербиальные. Референциальные фразеологизмы характеризуют различные ситуации, характеры, явления жизненной действительности.

Наряду с классификациями ФО целесообразно сообщать необходимые сведения о фразеологизме для определения его места в системе языка, а также важности изучения, понимания и использования фразеологизмов в речи.

К наиболее значимым характеристикам фразеологизмов относятся:

- отличия фразеологизма от слова и свободного сочетания слов;
- особенности формы (многокомпонентный состав, строгий порядок следования компонентов);
- значение фразеологизма (неравенство суммы буквальных значений компонентов общему смыслу фразеологизма);
- воспроизводимость, раздельнооформленность.

Существенными признаками фразеологизма являются:

- образность, идиоматичность;
- понятие активности слова и ее проявления во фразеологии;
- представление фразеологизма в толковых и двуязычных словарях;
- употребление фразеологизма (ситуативная обусловленность).

На *первом этапе* целесообразно проводить коллективную работу по обсуждению мотивов усвоения фразеологизмов. В результате студенты получают предварительное представление о разнообразии фразеологического фонда немецкого языка, о функциях фразеологизмов в речи. Преподаватель подводит итоги, суммируя данные о преобладающих мотивах усвоения фразеологизмов и их функциях в речи в определенной студенческой аудитории.

*Второй этап* заключается в распознавании фразеологизма в тексте и переводе его значения. Чтобы расшифровать семантику фразеологизмов в контексте, необходимо понимание всего текста, которое проверяется несколькими конкретными вопросами. Далее следует уточнение некоторых деталей. Здесь могут использоваться такие дидактические приемы, как метафорический анализ, визуализация, контекстная помощь, общие или фразеологические словари. На данном этапе преподаватель предлагает выполнить задания на распознавание и понимание фразеологизма:

- прочитайте текст и подчеркните фразеологизмы;
- выявите содержащиеся в тексте фразеологизмы при помощи одноязычных толковых словарей;
- прочитайте текст, выявите содержащиеся в нем фразеологизмы и замените их другими языковыми средствами;
- найдите в тексте фразеологизмы и на основании контекста определите их значение;

– выявите в тексте фразеологизмы социально-политического и экономического происхождения; культурно-исторические и беллетристические фразеологизмы.

На *третьем этапе* происходит переход от рецептивного усвоения к продуктивному уровню, важным условием которого является выбор хорошо знакомых ситуаций. Здесь можно предложить комплекс упражнений. Репродуктивные действия учащихся можно тренировать с использованием упражнений на имитацию, подстановку, трансформацию, комбинирование частей фразеологической единицы, образование фразеологизма по аналогии и т.п.

*Четвертый этап* подразумевает использование устойчивых словосочетаний в речи. После репродуктивных упражнений следует применить продуктивные упражнения: упражнения на трансформацию, комбинирование, выбор фразеологизмов адекватно ситуации, пересказ (прочитанного или услышанного) с использованием фразеологизмов, собственно продуцирование, импровизация, например:

- дополните мини-диалоги подходящими по смыслу фразеологизмами;
- дополните предложения фразеологизмами на основании ключевого слова;
- опишите ситуацию, в которой данные фразеологизмы могут быть употреблены;
- назовите подходящие для данной ситуации фразеологизмы;
- дополните предложение подходящим фразеологизмом на основании краткого описания его значения.

*Пятый этап.* Фразеологизмы, как и слова, являются воспроизводимыми устойчивыми единицами, выполняющими номинативную функцию. В практике общения сочетания слов выполняют две основные функции: *номинативную* и *коммуникативную*. *Номинативную* функцию выполняют все словосочетания (за исключением предикативных выражений) – они являются средством наименования, названия предмета, действия, явления, свойства. В такой же номинативной функции могут употребляться и фразеологизмы. *Коммуникативную* функцию (функцию сообщения, вопроса, побуждения) выполняют предложения. Они являются средством выражения связной мысли, обмена мнениями, средством общения. В коммуникативной функции употребляются поговорки, пословицы и поговорки, которые по синтаксической структуре имеют форму предложения. Однако роль устойчивых словесных комплексов не ограничивается только номинативной или коммуникативной функциями. Отдельные группы фразеологизмов, например, грамматические устойчивые словосочетания, используются как выразительное и речеорганизирующее средство при аргументировании той или иной точки зрения, при отстаивании своей позиции в дискуссиях по прочитанному материалу. Они представляют собой предложные конструкции, которые вводятся в текст номинативной фразой. В качестве иллюстрации можно

привести несколько примеров использования грамматических фразеологизмов при составлении студенческих тезисов на научную конференцию, например:

1. *In Anlehnung an Michael M., Vorstandsvorsitzender der Bank, möchte ich über ... berichten* ‘со ссылкой на Майкла М., генерального директора банка, я хотел бы сообщить о ...’;

2. *Im Vergleich zu den Deutschen, sind die Belarussen immer bereit Geld auszugeben* ‘по сравнению с немцами белорусы всегда готовы тратить деньги’;

3. *Im Rahmen dieser Arbeit wurden 30 Phraseologismen im Deutschen und Russischen untersucht* ‘в рамках данной работы было рассмотрено 30 фразеологизмов на немецком и русском языках’.

При выявлении функционально-прагматического аспекта наибольший интерес представляет самая многочисленная группа – референциальные фразеологизмы, частотность которых зависит от текстов различных жанров, но наибольшую активность они демонстрируют в публицистических текстах.

Среди референциальных фразеологизмов экономической сферы по материалам онлайн-версии экономической газеты «Дас Хандельсблатт» можно выделить 4 основные тематические группы: 1) биржевой рынок: *an die Börse bringen* ‘выставлять на биржу’; 2) бизнес и торговля: *freier Handel* ‘свободная торговля’; 3) экономическая политика: *internationaler Wettbewerb* ‘международная конкуренция’; 4) кредитно-денежная политика и финансы: *fester Zinssatz* ‘фиксированная процентная ставка’.

Публицистическому стилю присущи две основные функции – информационная и воздействующая. Взаимодействие этих двух функций и определяет употребление фразеологизма в публицистике. По сравнению с другими функциональными стилями (кроме художественного и разговорно-бытового), доля средств и способов достижения экспрессивности оказывается в публицистической речи в целом весьма высокой. Не случайно характеристику публицистического стиля обычно ограничивают описанием специфически экспрессивных средств. Однако роль фразеологизмов не ограничивается только информационной и воздействующей функциями.

Из всех коннотативных элементов для фразеологизмов характерна экспрессивная образность, так как наиболее продуктивным способом создания экспрессивной окраски слов и выражений является ассоциативно-образное переосмысление значений, в основе которого лежат тропы, например, посредством метафорического переноса создается экспрессивная окраска фразеологизма, поэтому фразеологизмы очень часто выполняют еще и дополнительные функции.

Фразеологизмы делают письменную речь образно-выразительной. Подавляющее большинство фразеологизмов, обладающих функцией образного выражения, составляют метафоры, например: *Musiker scheffeln mit Tourneen Geld. Live-Auftritte sind für die Megastars mittlerweile wichtiger als die CD-Verkäufe* ‘музыканты загребают деньги на гастролях. Живые выступления теперь важнее для мегазвезд, чем продажи компакт-дисков’ [7].

Фразеологизмы служат преимущественно для коннотативного (субъективного, оценочного, эмоционально-экспрессивного) обозначения предметов и понятий, например: *Geld regiert die Welt – nicht anders ist das in Hollywood* ‘деньги правят миром – не иначе и в Голливуде’ [7].

В некоторых случаях один и тот же фразеологизм может иметь несколько функций в зависимости от контекста или расположения в тексте: в начале, в качестве заголовка или в конце текста статьи. Прежде всего, сентенции, максимы и поговорки обобщают что-то уже хорошо известное для читателя и создают необходимый прагматический эффект, на фоне которого можно развернуть аргумент в пользу новой информации. Таким образом, при установлении функции фразеологизмов в тексте, обучающиеся получают навыки, как разнообразить свою речь и сделать ее образной и эмоционально насыщенной.

В заключение хотелось бы отметить, что поэтапный метод работы по освоению и получению знаний по фразеологии предназначен для более эффективной организации учебной деятельности студентов в ходе проведения аудиторных занятий и для обеспечения самостоятельной работы обучающихся. Предполагается, что данная методика используется в качестве основного инструмента системно-методического обеспечения процесса обучения фразеологии иностранного языка.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Федулёноква, Т. Н. Современная фразеология и фразеодидактика / Т. Н. Федулёноква // Вестн. Южно-Уральск. гос. ун-та. Сер. Лингвистика. – Челябинск : ЮУрГУ, 2005. – Вып. 11. – С. 35–39.
2. *Fleischer, W.* Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer. 2. durchgearbeitete und ergänzende Auflage. – Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1997. – 299 S.
3. *Kühn, P.* Phraseme im Muttersprachenunterricht / P. Kühn // *Phraseologie : ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung.* – Berlin ; N. Y. : Walter de Gruyter, 2007. – S. 881–893.
4. *Lüger, H. H.* Anregungen zu Phraseodidaktik / H. H. Lüger // *Beiträge zu Fremdsprachenvermittlung.* – Wien : Ed. Praesens, 1997. – S. 69–120.
5. *Шевцова, В. А.* Организация обучения фразеологии немецкого языка / В. А. Шевцова // Вестн. БГУ. Сер. 4. Филология. Журналистика. Педагогика. – Минск : БГУ, 2013. – Вып. 3. – С. 80–83.
6. *Burger, H.* Phraseologie : eine Einführung am Beispiel des Deutschen / H. Burger. – Berlin : Erich Schmidt, 2010. – 224 S.
7. Handelsblatt [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.zeitung.de/medien/handelsblatt>. – Date of acces : 08.07.2009.

Валентина Анатольевна Шевцова  
кандидат филологических наук, доцент, заведующий  
кафедрой немецкого языка УО «Белорусский  
государственный экономический университет»

Valentina A. Shevcova  
PhD, Associate Professor, Head of the German Language  
Department of the Belarusian State Economic University