

хитрости»; *Le donne ne sanno una più del diavolo* ‘Женщины хитрее самого дьявола’; *Le donne dicono sempre il vero, ma non lo dicono tutto intero* ‘Женщины всегда говорят правду, но не всю’; *A quattro cose non prestar fede: sole d’inverno, nuvole d’estate, amor di donna e discrezion di frate* ‘Нельзя доверять четырем вещам: зимнему солнцу, летним тучам, женской любви и скромности монаха’.

Примечательно, что во французской лингвокультуре существует достаточно большое количество паремий, порицающих женское пьянство: *Femme de vin, femme de rien* ‘Винная женщина – никчемная женщина’; *Femme et baril, plus ils travaillent mieux ils valent* ‘Чем больше работают женщина и бочонок, чем меньше они стоят’.

Проведенный анализ позволяет заключить, что в культурной картине мира французов и итальянцев существуют как универсальные, общечеловеческие, представления о женщине, так и национально-специфические.

Т. Я. Селищева

О НЕОБХОДИМОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С МИФОНИМАМИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ВТОРИЧНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

Понимание вторичной языковой личности основано на концепции языковой личности, разработанной Ю. Н. Карауловым. Согласно этой концепции под языковой личностью понимается «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определенной целевой направленностью».

Вторичная языковая личность – это личность, формирующаяся при изучении иностранного языка и культуры его носителей, которая также отражается в стиле употребления языка. Это личность, способная к общению с носителями языка на межкультурном уровне. Способность к такому общению возникает из овладения вербально-семантическим кодом изучаемого языка, то есть «языковой картиной мира» носителей этого языка (формирование вторичного языкового сознания) (Н. Д. Гальскова).

По мнению В. Г. Гака, национально-культурная специфика языка наиболее ярко представлена фразеологизмами. В. Г. Белинский, говоря о русском языке, назвал фразеологизмы «лицом языка». Это определение может быть отнесено к любому языку.

Очевидно, что при формировании вторичной языковой личности необходимо изучение фразеологических единиц (ФЕ). Особенностью фразеологизмов с мифонимами является то, что персонифицированные образы древнегреческой и римской мифологии, ставшие нарицательными, послужили средством обогащения словаря многих современных европейских языков.

Фразеологизмы, в состав которых входят имена персонажей из Библии, из древнегреческой и римской мифологии, достаточно хорошо понятны всем европейцам, имеющим общие культурные, исторические и христианские корни.

Особое место среди ФЕ с мифонимами занимают библеизмы. Библия – один из основных источников ФЕ. В Англии и Франции – это самая читаемая книга на протяжении столетий. Это самая цитируемая книга в английском и французском языках.

Несмотря на удаленность во времени, мифонимы библейского, греческого и римского происхождения востребованы в современных языках.

Греческая мифология и библейские тексты относятся к прецедентным текстам, которые занимают особое место в сознании членов общества и оказывают особое влияние на культуру общества. По мнению Ю. Н. Караулова, эти тексты, имея сверхличностный характер, хорошо известны и современникам определенной личности и ее предшественникам; обращение к этим текстам происходит неоднократно. Именно поэтому, фразеологизмы с включенными в них мифонимами подобного происхождения, никогда не теряют своей актуальности и относят говорящего к определенному уровню культуры, который требует знаний древнегреческой мифологии и библейских текстов.

Использование в речи подобных фразеологизмов, с одной стороны, демонстрирует определенный культурный уровень говорящего, с другой стороны, позволяет ему чувствовать себя комфортно в языковом пространстве, где использование таких фразеологических единиц является достаточно частым.

Эти выражения уже находятся в сознании студентов на родном языке. Остается только продублировать их на изучаемом первом или втором языке.

Например, на занятии студентам без предупреждения были предложены очень известные выражения на русском языке. Они должны были дать им толкование или предложить ситуацию, в которой их можно употребить. По желанию студенты могли дать эквиваленты этих выражений на английском (для них это был первый изучаемый язык) или, если возможно, на французском языке (для них это был второй изучаемый язык). Практически все студенты правильно истолковали предложенные выражения, треть смогла дать эквиваленты на английском языке. На французском языке эквиваленты даны не были. Однако, когда через несколько дней, опять же спонтанно, студентам были предложены ФЕ с мифонимами на французском языке, почти все были поняты, правильно переведены, несмотря на то, что некоторые слова сильно отличаются при произношении на французском и английском языках.

<i>Прокрустово ложе</i>	<i>the Procrustean bed</i>	<i>le lit de Procruste</i>
<i>Блудный сын</i>	<i>the prodigal son</i>	<i>l'enfant prodigue</i>
<i>Троянский конь</i>	<i>the Trojan horse</i>	<i>le cheval de Troie</i>
<i>Вавилонское столпотворение</i>	<i>the confusion of Babylon</i>	<i>la Tour de Babel</i>

и т.п.

Всего было предложено около 20 выражений на русском и французском языках.

Таким образом, можно сделать вывод, что ввести в речь такие ФЕ не является сложным, поскольку они уже находятся в сознании студента. Фразеологизмы с мифонимами являются ценнейшим историко-культурным фондом европейских языков, они помогают носителям этих языков осознать и глубже понять собственную культуру и язык, а также культуру страны изучаемого языка. Знакомство с фразеологизмами необходимо для обогащения языка говорящего, как носителя языка, так и того, кого считают вторичной языковой личностью. ФЕ с мифонимами расширяет и углубляет знания студентов в других областях (история, религия, искусство, живопись, скульптура, оперное и театральное искусство). Это позволяет повысить уровень эрудиции. Общение с носителями языка принимает другую окраску.

Т. А. Стрельцова

МЕТАЯЗЫКОВЫЕ МАРКЕРЫ И ИХ ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ

В современном языкознании в рамках антропоцентрического, когнитивного подхода, наряду с лексико-семантическими исследованиями, появляются исследования дискурсивного взаимодействия людей, относящиеся к уровню метакоммуникации. Метакоммуникативные единицы, не являющиеся носителями тематической информации, обладают способностью определять или изменять тему дискурса. Характерная черта метакоммуникации заключается в том, что в качестве предмета коммуникации выступает сам процесс общения.

В языкознании термин *метакоммуникация* появился в 1950 г. XX в. (хотя сам феномен, а также первые попытки осмыслить это явление возникли намного раньше). По мнению Г. Бейтсона, с именем которого связывают введение в употребление этого термина, *метакоммуникация* представляет собой все высказывания и суждения, которыми обмениваются участники коммуникативного акта относительно кода, а также отношений между коммуникантами.

Выделяют две группы метакоммуникативных средств, наиболее активных в устной спонтанной речи: метаязыковые маркеры приблизительности и метатекстовые маркеры (*вот, да, в общем, ты знаешь, короче, так сказать* и т.д.). Первые выполняют функцию указания на неточность выражения, вторые обозначают отношение какого-либо фрагмента речи к границам коммуникативного блока (текстовая организация). Например: *Alors il me faudrait un truc quoi un machine une sorte de sucrier. Et j'ai connu une autre... là on peut appeler ça une carrièr si on veut pendant une dizaine d années.*

По мнению Ш. Балии, приблизительность номинации – это результат актуализации, когда говорящий сигнализирует о неполном совпадении виртуального понятия и актуализированного. Приблизительные номинации часто используются из-за «номинативного голода»: *C'est un signe, comment dire, c'est un c'est... Tous les marins sont contents de voir cette Croix-du-Sud.*