

-
1. *Сетир Э.* Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993.
 2. *Витгенштейн Л.* Философские работы. М., 1994. Ч. 1.
 3. *Дешериев Ю.Д.* Социальная лингвистика. М., 1977.
 4. *Будагов Р.А.* Человек и его язык. М., 1996.

РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГИИ В ОТОБРАЖЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ МИРОВОСПРИЯТИЯ

Н.А. Беседина, В.Л. Малахова
Белгородский государственный университет

В последние два десятилетия в связи с активизацией международных контактов акцентировалось внимание исследователей к изучению национальных особенностей языкового сознания коммуникантов – представителей различных лингвокультурных общностей. Подобные исследования коснулись не только языка в целом, но и его фразеологического состава в частности.

Фразеологизм как способ выражения понятия стали рассматривать в плане широкого социокультурного контекста. Образное отражение действительности с помощью идиом приобретает некоторые специфические черты, свойственные данному национальному общественному сознанию. Разные народы находят различные пути от внеязыковой действительности к понятию и далее к словесному выражению. Поэтому отражение действительности с помощью фразеологических единиц раскрывает особенности видения мира, понятийного мышления, словесного творчества. Фразеологические единицы отражают образ жизни и мышления каждой цивилизации, национальные ценности, связанные с характерными чертами каждого из народов, входящих в данную цивилизацию.

План содержания ряда фразеологизмов включает некоторый особый компонент, который принято называть национально-культурным. Культуроносной является практически каждая фразеологическая единица, участвующая в процессе межкультурного

общения, поскольку восприятие коммуникантами обозначенным этим фразеологизмом объекта основывается на разных ассоциациях.

В плане содержания фразеологизмов выделяют два аспекта: актуальное значение и образная составляющая [5, с. 41]. Именно образная составляющая обнаруживает различия между языками. Подобные различия часто оказываются культурно мотивированными. С национально-культурной спецификой тесно связаны культурно-исторические ассоциации, которые, однако, не тождественны между собой. Культурно-исторические ассоциации, сопряженные с соответствующим денотатом, выраженным той или иной фразеологической единицей, осложняют адекватную интерпретацию представителями других культур контекст, в котором употребляется идиома.

Большинство идиом, как и других единиц лексикона, имеющих фигуральное, а также образно-метафорическое значение, редко обладают абсолютными эквивалентами в других языках, что объясняется не столько их национально-культурным своеобразием, сколько несовпадением техники вторичной номинации. Следствием такого несовпадения оказываются либо различия в образной составляющей плана содержания близких по значению идиом, либо несовпадения актуального значения при близости внутренней формы.

Национально-культурная специфика языка выражается не только и не столько лексически передаваемыми концептами, сколько фразеологически передаваемыми концептами. Это объясняется тем, что именно на фразеологическом уровне языка наиболее очевидно и непосредственно фиксируются в знаковой форме явления материальной и соответственно духовной культуры человека, в целом отражаются ценностные ориентации того или иного социума, система его моральных, этических и эстетических предпочтений, иллюстрирующая особенности менталитета конкретного лингвокультурного сообщества.

Целесообразно отметить, что фразеологические единицы ярче, чем слова, подчеркивают свойства, качества, состояния, характеристики объекта за счет образного восприятия. Языковая значимость фразеологизмов обусловлена их экспрессивной функцией.

ей, которая ориентирована на выражение субъективных аспектов восприятия мира. Фразеологически передаваемые концепты занимают в семантическом пространстве любого конкретного языка особое место, являясь культурно-специфической формой репрезентации уникальных знаний и представлений индивида языкового коллектива как ментальных сущностей особого порядка.

Поскольку для фразеологических единиц характерно выражать единую мысль, равную плану содержания универба, можно утверждать, что концепты, стоящие за фразеосочетаниями, не отличаются от концептов, объективируемых словом, поскольку фразеологические единицы с их тенденцией формирования единого концепта реализуются в виде тех же когнитивных структур, что и лексемы. Кроме того, так как семантические структуры фразеологизма и слова близки, когнитивные структуры, типы концептов, выявленные на уровне универбов, прослеживаются также и на уровне идиом. Анализ языкового материала показывает, что фразеологически передаваемые концепты могут быть представлены мыслительными картинками, схемами, фреймами и сценариями.

Однако в большинстве случаев фразеологические единицы, обладающие национально-культурной спецификой, представлены мыслительными картинками и фреймами.

Мыслительная картинка, или представление, – это концепт, который состоит из наиболее общих, существенных признаков предмета или явления, а также результат их рационального отражения и осмысления. Мыслительные картинки возникают путем постепенного, поэтапного отвлечения от второстепенных, случайных, индивидуальных чувственно-воспринимаемых признаков обобщаемого предмета или явления действительности либо путем соединения в понятийном образе мыслительных компонентов других концептов. Мыслительные картинки представляют собой обобщенные чувственные образы предметов или явлений. Они статичны и являют собой чувственное отражение совокупности наиболее ярких внешних, чувственно воспринимаемых признаков отдельного предмета или явления. Данный тип фразеологически репрезентируемых концептов можно проследить в таких идиомах, как *мышинный жеребчик, в костюме Адама/Евы, шапка Монома-*

ха, сиамские близнецы; a bull in a china shop, red as a cherry, two peas in a pod, a tame cat, a fat cat, a wooden Indian.

Фреймы представляют собой концепты, постигаемые как целостные сущности, элементы которых называют отдельные части понятийных структур, рефлексирующих определенные отрезки окружающей действительности. Фрейм может также пониматься как пакет информации, которая описывает упорядоченную во времени последовательность событий. В когнитивном плане он характеризует структуру полученных знаний в сознании человека. Фрейм отражает, таким образом, знание об определенной области действительности и представляет его в виде организованной определенным образом структуры. Во фразеологически репрезентируемых концептах-фреймах отдельные детали, характеризующие называемый объект, сводятся как бы воедино, в одну комплексную ситуацию, ее объемное представление. Фрейм обладает более или менее конвенциональной природой и поэтому конкретизирует, что в данной культуре характерно и типично, а что – нет. Концепт-фрейм представлен такими фразеологизмами, как *авгиевы конюшни, избушка на курьих ножках, мамаево побоище, казенный дом, праздник в казенном доме; Indian summer, as rabbits in a warren, a fly in the ointment, beat one's brain about/with smth, an old bird, a downy bird, gentle craft.*

Образы, лежащие в основе значений концептов, выражаемых фразеологическими единицами, специфичны, так как выражают неповторимую этнопсихологию народов. Большинство фразеологизмов дословно не переводимо, они передаются на другие языки с помощью фразеологических эквивалентов или аналогов, построенных на иных образах. Именно фразеологический образ чаще всего и сохраняет национальную специфику фразеологической единицы, поскольку он опирается, как правило, на реалии, известные только одному народу.

Однако не все межъязыковые различия связаны со спецификой национальной культуры, что может быть рассмотрено, например, при сопоставлении английского и русского языков. Идиомы *to throw dust in/into someone's eyes* и *пускать пыль в глаза кому-л.*, абсолютно идентичные по образной составляющей, обнаруживают, тем не менее, существенные различия в значениях.

Английская идиома толкуется как *to confuse someone or take his attention away from something that one does not wish him to see or to know about* (сбивать с толку кого-л., отвлекать внимание кого-л. от чего-л., чего он, по мнению субъекта, не должен видеть или знать) [6], в то время как русская идиома означает *с помощью эффектных поступков или речей представить кому-л. себя или свое положение лучше, чем они есть в действительности* [4].

Согласно одному из подходов к проблеме определения национально-культурной специфики, во фразеологии национально-культурный компонент присущ только значению так называемых слов-реалий типа *самовар, лапти, щи* и соответственно в идиомах *и мы не лаптем щи хлебаем, ездить в Тулу со своим самоваром* и т. п. Если принять эту точку зрения, национально окрашенные идиомы следует рассматривать как маргинальное явление. Следовательно, разные языковые сообщества, пользуясь разными инструментами концептообразования, формируют различные картины мира, являющиеся по сути основанием национальных культур.

Следует отметить, что культурная значимость фразеологизма повышается в тех случаях, когда в его структуре присутствует символная составляющая. Это может быть наглядно проиллюстрировано идиомами английского языка с символной составляющей *девять* и сопоставимыми с ними по значению русскими идиомами, в которых в аналогичной функции выступает понятие *семь*: *to be on cloud nine, a stitch in time saves nine, to be dressed up to the nines, a nine day's wonder; семи нядей во лбу, за семь верст киселя хлебать, семь верст до небес (и все лесом), семь потов сошло*. Подобные идиомы являются культурно значимыми, так как особые функции чисел *девять* и *семь* в соответствующих культурах поддерживаются наличием употребительных устойчивых выражений, осмысление которых с точки зрения мотивированности предполагает актуализацию этих функций [5, с. 46–47].

Таким образом, культурная специфичность перечисленных выше фразеологизмов становится очевидной. Однако не следует забывать, что в английской и американской культуре не *девять*, а *семь* выполняет функции особого, прототипического числа. Кроме того, в английском языке наличие идиом с компонентом *seven*,

например, *to be in the seventh heaven*, заставляет подходить к вопросу о национально-культурной специфичности числа *nine* с некоторой осторожностью.

Восприятие чужой культуры – процесс избирательный. Одни стороны объектов и концептов открыты в равной степени носителям разных культур, другие – менее доступны представителям иной лингвокультурной общности. Например, если английские идиомы *a fish out of water* (человек не в своей стихии), *armed to the teeth* (вооруженный до зубов), *of two evils choose the lesser* (из двух зол выбирают меньшее) [3] имеют практически идентичное русским значение, то такие фразеологизмы, как *smell a rat* (чуют недоброе, неладное, подозревать нечестную игру), *a small fortune* (кругленькая сумма, целое состояние), *take a leaf from/out of smb's book* (брать пример с кого-л., следовать чьему-л. примеру, подражать) [3], требуют особого осмысления.

То, почему одни иноязычные идиомы легко понимаются и могут даже заимствоваться, а другие – нет, объясняется с помощью когнитивной теории метафоры. Это зависит в первую очередь от того, известны ли в языке-реципиенте концептуальные метафоры, стоящие за соответствующими языковыми выражениями. О когнитивно значимых различиях можно говорить лишь в случае несовпадения когнитивных метафор. Данную особенность фразеологических единиц Д.О. Добровольский рассматривает при сопоставлении английской идиомы *to put all one's eggs into one basket* с ее русским эквивалентом *ставить все на карту*. Отмечается, что фразеологизм *to put all one's eggs into one basket* все чаще в последние годы употребляется в русском языке, в особенности в публицистических текстах, в своем буквальном значении: *класть все яйца в одну корзину*. Это происходит, по-видимому, потому, что идиома *класть все яйца в одну корзину* возводима к двум известным в русском языке концептуальным метафорам: «средства достижения цели – это физические сущности и область приложения средств достижения цели – это вместилище». Однако данная английская идиома, несмотря на специфику ее образной составляющей относительно русского языка, не является отображением некой картины мира, вследствие чего не несет в себе каких-либо национально-культурных особенностей [5, с. 43].

Из всего вышесказанного становится очевидным, что идиоматические выражения отображают национальную специфику мировосприятия. В этом процессе четко прослеживается, с одной стороны, принадлежность представителей всех национальностей к единой общемировой семье с признанием общечеловеческих культурных, этических и эстетических норм и, с другой – сугубо национальная специфика мировосприятия. В первом случае фразеологические единицы народов разных стран мира часто эквивалентны, т. е. несут на себе не только печать семантического тождества, но и лексической идентичности. Но все-таки чаще наблюдается семантическое тождество идиом разных народов мира и лексическая неидентичность. В этом случае отражается сугубо национальное восприятие общечеловеческих проблем и ценностей.

Следует помнить, что национально-культурный компонент плана содержания фразеологизмов базируется, как правило, на образной составляющей и увязывается с когнитивно значимыми различиями между языками.

Фразеологизмы возникают в национальных языках на основе такого образного представления действительности, которое отображает обиходно-эмпирический, исторический или духовный опыт языкового коллектива, который, безусловно, связан с его культурными традициями, т. к. субъект номинации и речевой деятельности – это всегда субъект национальной культуры.

Таким образом, идиомы представляют собой национально-специфические единицы языка, аккумулирующие культурный потенциал народа.

1. *Бабушкин А.П.* Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. 104 с.

2. *Болдырев Н.Н.* Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. Тамбов, 2001. 2-е изд., стер. 123 с.

3. Большой англо-русский фразеологический словарь: Около 20 000 фразеологических единиц / А.В. Кунин. 5-е изд., испр. М., 1998. 944 с.

4. *Гуревич В., Дозорец Ж.А.* Краткий русско-английский словарь. М., 1995. 583 с.

5. Добровольский Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии (I) // Вопросы языкознания. 1997. № 6. С. 37–48.
6. Longman Dictionary of English Idioms. Bath, 1979. 390 p.

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
КУЛЬТУРНЫХ КОНЦЕПТОВ
(на примере вербализации концепта «РАДОСТЬ»
в современном английском языке)**

*Н.А. Беседина, И.В. Митрохина
Белгородский государственный университет*

Исследование концептов как единиц универсального предметного кода, в том или ином аспекте вербализируемых в процессе речепорождения, позволяет получить интересные данные, существенные с точки зрения межкультурной коммуникации.

Важной является проблема национальной специфики концептов. В концептуальной сфере разных народов наблюдается значительно больше сходств, чем в языковой. Именно общность значительной части концептосфер обеспечивает переводимость с одного языка на другой – переводчик постигает концепт языка оригинала, а затем старается подобрать языковые средства, наиболее адекватно передающие этот концепт в языке перевода. Принципиальная переводимость текстов с одного языка на другой – свидетельство существенной общности концептосфер народов, особенно стоящих на близком уровне социально-экономического развития.

Общее представление о содержании концепта в сознании носителей конкретного языка дают лишь все языковые средства в их совокупности. Однако и это будет только часть концепта, поскольку ни один концепт не может быть выражен в речи полностью. Это связано с тем, что познание индивидуально так же, как и формирование самого концепта. Индивидуальны и средства его репрезентации в речи. Они настолько многочисленны, что зафиксировать и проанализировать их все практически невозможно. К тому же языком выражается только часть концептуального содержания.