

*Федеральное агентство по образованию*

Волгоградский государственный  
педагогический университет

*Научно-исследовательская  
лаборатория  
«Аксиологическая лингвистика»*

Воронежский государственный  
университет

Центр  
коммуникативных  
исследований

**АНТОЛОГИЯ КОНЦЕПТОВ**

**Том 7**



Волгоград  
«Парадигма»  
2009

ББК 81.0 + 81.432.1  
А 21

**Научные редакторы -**

доктор филологических наук, профессор В.И. Карасик,  
доктор филологических наук, профессор И.А. Стернин.

**Антология концептов. Под ред. В.И. Карасика,  
И.А. Стернина. Том 7. Волгоград: Парадигма,  
2009. – 334 с.  
ISBN 978-5-903601-15-8**

Антология концептов представляет собой словарь нового типа – концептуарий культурно значимых смыслов, закрепленных в языковом сознании и коммуникативном поведении. В основу книги положены диссертационные исследования, посвященные концептам – сложным ментальным образованиям, воплощенным в различных языковых единицах на материале различных языков — русского, английского, немецкого, китайского, ингушского. Рассматриваются концепты в религиозном, политическом, идеологическом, административном, художественном и обиходном типах дискурса.

Адресуется филологам и широкому кругу исследователей, разрабатывающих проблемы когнитивной лингвистики, культурологии и межкультурной коммуникации.

**ББК 81.0 + 81.432.1**

© Редактирование. В.И. Карасик, И.А. Стернин, 2009.  
© Коллектив авторов, 2009.

**ISBN 978-5-903601-15-8**

## Содержание

<b>Свет и тьма</b>	<i>М.А. Садыкова (Ижевск)</i>	4
<b>Радость</b>	<i>О.А. Сайко (Иркутск)</i>	18
<b>Волеизъявление</b>	<i>Н.Ю. Чайковская (Волгоград)</i>	34
<b>Толерантность</b>	<i>С.Г. Растатуева (Тула)</i>	55
<b>Толерантность</b>	<i>Ли Же (Симферополь)</i>	70
<b>Толерантность и терпимость</b>	<i>Н.А. Неровная (Воронеж)</i>	79
<b>Родина</b>	<i>Е.М. Игнатова (Москва)</i>	93
<b>Народ</b>	<i>Д.В. Хохлов (Иркутск)</i>	108
<b>Запрет</b>	<i>Д.И. Медведева (Ижевск)</i>	124
<b>Богатство и бедность</b>	<i>Е.Г. Стешина (Саратов)</i>	138
<b>Зависть</b>	<i>Н.В. Григоренко (Белгород)</i>	154
<b>Глупость</b>	<i>Е.Н. Бочарова (Белгород)</i>	164
<b>Соол</b>	<i>В.М. Радван (Астрахань)</i>	175
<b>Fun</b>	<i>В.С. Плавинская (Астрахань)</i>	191
<b>Подарок</b>	<i>Е.Н. Черкасова (Астрахань)</i>	212
<b>Питие</b>	<i>А.Г. Бойченко (Абакан)</i>	223
<b>Винопитие</b>	<i>Т.С. Глушкова (Омск)</i>	234
<b>Болезнь</b>	<i>Н.Е. Некора (Санкт-Петербург)</i>	244
<b>Похороны</b>	<i>Лю Сун (Волгоград)</i>	258
<b>Свадьба</b>	<i>Дун Жань (Волгоград)</i>	271
<b>Родство</b>	<i>З.С. Мержоева (Саратов)</i>	284
<b>Семья</b>	<i>А.С. Трущинская (Воронеж)</i>	295
<b>Книга</b>	<i>Н.В. Киреева (Екатеринбург)</i>	307
<b>Чай</b>	<i>Цзоу Сюецян (Санкт-Петербург)</i>	321

## СВЕТ И ТЬМА

Данная работа посвящена анализу особенностей представления мифологизированных концептов (далее – МК) «свет / light» и «тьма / darkness» и выявлению степени влияния текстов Священного Писания на формирование данных концептов в русской и англо-американской лингвокультурах.

Настоящее исследование исходит из гипотезы о возможности реконструкции мифа, сформировавшего МК «свет / light» и «тьма / darkness» посредством их экспликации в системах русского и английского языков и дискурс-анализа распространенных в современной коммуникативной практике текстов, в том числе текстов Священного Писания.

Методологическую основу исследования составили труды: по проблемам концептологии таких ученых, как Н.Д. Арутюнова, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, С.Г. Воркачев, И.Р. Гальперин, В.И. Карасик, Н.А. Красавский, Д.С. Лихачев, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Ю.С. Степанов, В.Н. Телия; работы по вопросам когнитивной лингвистики, психолингвистики и лингвокультурологии А. Вежбицкой, В.В. Воробьева, В.З. Демьянкова, М. Джонсона, Е.С. Кубряковой, Дж. Лакоффа, В.А. Масловой, Р.М. Фрумкиной, А. Ченки; труды по теории прецедентных феноменов в коммуникации Ю.Н. Караулова, В.В. Красных; работы по лингвистике текста и теории дискурса Р. де Богранда, У. Дресслера, Т. ван Дейка, М.Л. Макарова, М. Фуко; труды А.Ф. Лосева, Д.С. Лихачева, А.Г. Спиркина по общей философии и философии языка; работы Ю.М. Лотмана, Н.Б. Мечковской, Ю.С. Степанова по семиотике и общей культурологии; работы по проблемам изучения мифологии Р. Барта, А.А. Потебни, А.Ф. Лосева, Н.И.Толстого, В.Н. Топорова, О.М. Фрейденберг, К.Г. Юнга; работы по проблемам изучения Библии А. Вежбицкой, В.Г. Гака, З. Косидовского, М.И. Рижского, Д. Стивера, Дж. Фрезера.

Материалом исследования МК «свет / light» и «тьма / darkness» послужили данные толковых словарей, словарей синонимов, тезауруса; данные, полученные методом сплошной выборки из текстов Священного Писания на русском и английском языках, а также из современных художественных произведений русско- и англоязычных авторов.

Исторически первой принято считать мифопоэтическую картину мира (КМ), в которой слияние реального (природы и человека) и мифологического предельно, что обусловлено синкретизмом

древнего сознания – особой ассоциативно-образной логикой, стремящейся не к аналитическому пониманию мира, но к целостным образам всеобъемлющего характера. Содержательную основу мифопоэтической КМ составляют врождённые первообразы общечеловеческого характера – архетипы (по К.Г. Юнгу), так называемое «коллективное бессознательное», которое в дальнейшем продолжает «удерживать» формирующуюся культуру в зоне психолого-эмоционального воздействия. Архетипы служат базой для образования МК, обеспечивая им универсальность, что подтверждается данными мировых мифологий, в том числе древнегерманской и славянской. В семиозисе МК «свет / light» и «тьма / darkness» архетипический характер символов сыграл немаловажную роль. Мифопоэтическая КМ генетически связана с современной концептуальной КМ, поскольку первичные мифы продолжают действовать и в языковой, и в научной, и в религиозной КМ.

Другими разновидностями современной, чётко структурированной, концептуальной КМ выступают: языковая КМ, наивная КМ, научная КМ, мифолого-религиозная и религиозная КМ. Языковая КМ является вербализованной частью концептуальной КМ и, в свою очередь, может быть разбита на ценностную КМ, эмоциональную КМ, юмористическую КМ и др. Наивная и научная КМ различаются по способу познания действительности: практическому или теоретическому. Наивная КМ вне зависимости от исторического места и времени её существования вербальна, что иногда затрудняет проведение границ между наивной и языковой КМ.

Научная КМ определяется как результат теоретического познания сущностных свойств объекта.

Мифолого-религиозная КМ (знания о Боге, человеке, обществе, мире; о принципах нравственной жизни; в религиях, исповедующих спасение, знание о путях спасения каждого отдельного человека для будущей жизни) является одной из семиотик религиозного семиотического континуума. От мифолого-религиозной КМ следует отличать религиозную КМ, представленную определёнными конфессиональными интерпретациями. Религии, в которых Откровение – знание, открытое Богом людям, – мыслится записанным, относят к религиям Писания, например, индуизм, иудаизм, христианство, ислам, и ряд других (в отличие от религий Культа).

Центральной категорией лингвокультурологии, исследующей соотношение языка и культуры, проявляющееся в способах языкового выражения этнического менталитета, стал лингвокультурный концепт. МК является частным случаем, разновидностью лингвокультурного концепта. Основываясь на определениях лингво-

культурного концепта (Воркачев 2003) и (Слышкин 2004), мы выводим определение МК – это комплексная ментальная вербализованная единица, включённая в контекст культуры и связанная с определённым типом мышления, которое специфично для первобытного и некоторых уровней сознания, в особенности массового, во все времена.

Структура концепта по общему признанию учёных (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Ю.С. Степанов и др.) представляет собой многомерное ментальное образование, в котором выделяются несколько качественно отличных составляющих, как то: образная, понятийная и ценностная. Ценностная составляющая концепта предоставляет возможность рассматривать разноплановые категории, включая предельные концепты, каковыми мы и полагаем МК «свет / light» и «тьма / darkness». Согласно классификации концептов с точки зрения динамики развития Г.Г. Слышкина (2004), МК «свет / light» и «тьма / darkness» относятся к сформировавшимся концептам, поскольку новых обозначений они не получают, но продолжают служить источником вторичной номинации. Подобные концепты являются своего рода строительным материалом для обогащения других концептов.

Лингвокультурные концепты, в число которых попадают весьма разнородные по своему семантическому составу единицы, требуют при межъязыковом сопоставлении различных исследовательских подходов. Исследование концептов ведётся, в основном, в русле когнитивной и лингвокультурной концептологии. Различия в подходах к концепту этих отраслей науки в достаточной степени условны: развиваясь параллельно, они взаимодополняют друг друга.

Семиотический (или символический) фактор развития культуры и, соответственно, её концептов признаётся в качестве базисного многими исследователями (Кассирер 1996; Лотман 1996; Мечковская 2004; Сепир 1993 и др.). Особенность символов в том, что это древнейшие ассоциативные модели мышления, закреплённые традицией той или иной культуры в разных семиотиках. Символы могут быть подразделены на словесные и несловесные. Важным элементом духа языка является степень его символичности и характер используемых символов, а также функциональная роль символов в отражении национально-культурной специфики (Леонтович 2002). Воплощая концепт в слове, образная составляющая в ходе становления концепта может «сублимироваться» до символа. Словесный символ представляет собой дескриптивный портрет абстрактной идеи, поскольку основой словесных символов является дескриптивная (апеллирующая к сенсорике) лексика (Москвин 2006). Архетипические символы несут одно и то же, или очень сходное значение для большей части человечества

(Уилпрайт 1990). Так, свет символизирует **бессмертие/ вечность/ рай/ чистоту/ добро/ знание/ радость/ надежду**, а символы тьмы имеют противоречивый характер: при сопоставлении со светом **тьма** выступает символом **смерти/ греха/ зла/ невежества/ бесперспективности**, т.е. имеет негативное значение; одновременно, **тьма** считается таким же необходимым элементом мироздания, как и свет, символизируя **материнское лоно** (= землю), дающее новую жизнь.

Во второй половине XX в. становится очевидным, что мифологические и религиозные представления понимаются и интерпретируются через призму языка. Поскольку символ является статичной структурой, существующей лишь в сознании человека, метафора бесконечно варьирует семантику компонентов символа, порождая новые ассоциации и, таким образом, реализуя символ в поэтическом тексте.

Термин «метафоризация» является многозначным, определяющим явления различной природы. С одной стороны, метафора – это стилистическое средство, которое традиционно трактуется как выразительное перенаименование на основе схожести двух объектов: реального объекта и того, чье название используется для перенаименования, но связь между этими объектами отсутствует. С другой стороны, метафора выступает инструментом мышления на всех уровнях умственной деятельности и в различных сферах профессионально-общественных интересов человека, являясь наиболее мощным средством формирования новых концептов.

В языковом пространстве МК «свет / light» и «тьма / darkness» могут реализовываться в виде: а) *номинативной метафоры*, нуждающейся в опоре на контекст, эксплицирующий её предметную отнесенность, поясняющий референцию имени; метафора этого типа является источником омонимии, что имеет место и в нашем случае (омонимичны русские существительные «свет» и «тьма», английское прилагательное «light» и глагол «to lighten»); б) *образной метафоры*, апеллирующей к интуиции и претендующей на эвристическую ценность; в) *предикативной метафоры*, направленной на достижение гносеологических целей и формирующей недостающие языку значения (Арутюнова 1999). Атрибуты «светлый» и «тёмный» могут быть отнесены к личности в целом (*светлый человек, тёмная личность*), к отдельному её аспекту (*светлая голова*), к результатам духовной деятельности (*светлая / блестящая мысль*), к выявлению личности (*блестящий ученый*). Оценочные и интенсифицирующие прилагательные указывают на некоторое качество или аспект (*светлая радость /*

печаль / любовь / память; чёрная зависть / неблагодарность); в словосочетании *свет знания* слово «свет» раскрывает абстрактное понятие знания, придавая ему положительную коннотацию. В английском языке знание также структурировано при помощи МК «light» в метафоре “Understanding is Seeing (*I see what you mean*); Ideas are Light-Sources (*That was a brilliant remark*); Discourse is a Light-Medium (*It was a murky discussion*)” (Лакофф, Джонсон 2004).

МК «свет / light» и «тьма / darkness» основаны на культурном мифе, который получает выражение на языке метафоры. Отношение метафоры и мифа носит взаимозависимый характер, что взаимообусловлено их информациональной сопряженностью, функциональной предназначенностью и способами интерпретирования в парадигме языковой культуры. Дискурсивные практики предоставляют достаточное количество метафор света и тьмы, в которых реконструируется миф, где свет является благом, а тьма ассоциируется, как минимум, с чем-то неприятным, а как максимум, со злом. Этот культурный миф, лёгший в основу предельных универсальных МК «свет / light» и «тьма / darkness», предоставляет опорный метасмысл и формирует континуум смыслов, функционирующих в роли *tertium comparationis* — «эталоны сравнения» (термин использован для лингвокультурологического анализа (Воркачев 2003)), обеспечивающего возможность сопоставительного изучения объектов по всей полноте свойств, образующих их качественную определенность. Корни этого мифа уходят в тотемическое прошлое, где первая образно-ассоциативная связь, которую вызывала оппозиция «свет – тьма» у людей – это противопоставление таких базовых понятий, как «жизнь» и «смерть». Отражение этого образно-ассоциативного ореола можно проследить на примере истории становления зрительных представлений в Греции архаического периода (как известно, культура Древней Эллады оказала значительное влияние на формирование всех западных культур), связанных с семантикой сияния и помрачения, где блестящая вещь изображала долю жизни или смерти (Фрейденберг 1998). Мифологизация особенностей восприятия света и тьмы человеком, источников света, его ипостаси – огня, реликтовые представления об устройстве глаза также сыграли свою роль в формировании и функционировании МК «свет / light» и «тьма / darkness».

МК «свет / light» и «тьма / darkness» не могли не найти отражения в семантическом пространстве языка в силу своей универсальной природы. Однако необходимо помнить, что содержание МК «свет / light» и «тьма / darkness» объёмнее одноимённых «поверхностных» языковых сущностей, и слова «свет», «тьма»,



«light», «dark», «darkness» представляют собой лишь средства сжатия (компрессии) обобщенной, закреплённой через сочетание признаков, информации на основе знания языка и опыта взаимодействия человека с окружающей действительностью. Следовательно, признак выступает как исходный строительный материал, без которого не могут обойтись различные формы репрезентации значения.

Предметно-понятийное значение МК «свет / light» и «тьма / darkness» складывается из мыслительного отображения самого явления «видимого излучения» или «отсутствия видимого излучения», а также свойств и действий этих явлений. В качестве основных средств выражения предметно-понятийного значения концептов были рассмотрены знаменательные части речи, образованные от корня «свет-», «тьма», «темн-», «light», «dark-» с общей семой «видимое излучение» и «отсутствие видимого излучения». В основе всех видов вторичной номинации лежит ассоциативный характер мышления, что способствует переосмыслению значения, а совокупность производных, вторичных значений слов, оязыковляющих концепт, представляет образное значение концепта.

Семы предметно-понятийного значения, формирующие основное значение слов – средств выражения МК «свет / light» в русском и английском языках («видимое излучение», «источник видимого излучения», «выделяющий видимое излучение», «наполненный видимым излучением», «утреннее/ дневное суток», «появление первого видимого излучения», «качество видимого излучения», «основной тон цвета», «степень насыщенности основного тона цвета»), а также производные значения, образованные потенциальными семами («знание/ просвещение», «(уважаемый) человек, владеющий знаниями», «радость», «надежда на лучшее», «относящийся к празднику Пасхи у христиан», «ласковое обращение к кому-либо»), совпадают и свидетельствуют об *универсальном характере* МК «свет / light» в русской и англо-американской лингвокультурах.

МК «свет» в русской лингвокультуре дополняется семантическими признаками: «привлекательность, заманчивость», «благородный», «ясный, логичный», «чистый, прозрачный», «высокий, чистого тембра». МК «light» в англо-американской лингвокультуре дополняется семантическими признаками: «интеллектуальные и другие способности человека», «точка зрения», «божественное знание». Разные дополнительные семантические признаки показывают *несовпадение объёма и национально-культурную специфику* МК «свет» в русской и МК «light» в англо-американской

лингвокультурах. В целом, МК «свет / light» формируется интегральным признаком «ценность» и маркирован дифференциальным признаком «положительность», который актуализируется в переносных значениях слов – средствах выражения МК «свет / light».

Семы предметно-понятийного значения, формирующие основное значение слов – средств выражения МК «тьма / darkness» в русском и английском языках («отсутствие видимого излучения», «лишенный видимого излучения», «основной тон цвета», «ночное время суток»), а также производные значения, образованные потенциальными семами («непонятность», «неизвестность/ отсутствие знания», «вызывающий недоверие, подозрительный», «таинственность», «зло/ злонамеренный»), совпадают и свидетельствуют об *универсальном характере* МК «тьма / darkness» в русской и англо-американской лингвокультурах.

МК «тьма» в русской лингвокультуре дополняется признаками: «неудовлетворительное физическое и/ или психологическое состояние человека», «невежественность», «трудный для понимания», «неотчетливый, приглушенный», «захолустный, глухой». МК «darkness» в англо-американской лингвокультуре дополняется признаками: «трагичность», «безрадостность», «депрессивность». Разные характеристики показывают *несовпадение объема и национально-культурную специфику* МК «тьма» в русской и МК «darkness» в англо-американской лингвокультурах. В целом, МК «тьма / darkness» маркирован дифференциальным признаком «отрицательность», который актуализируется в переносных значениях слов – средствах выражения МК «тьма / darkness». Лексикографический анализ показал, что МК «свет / light» и «тьма / darkness» несут аксиологические оценки «добро» и «зло», что обусловлено их мифолого-религиозной природой.

Актуализация ценностного признака происходит на всех уровнях языка, поскольку концепт «рассеян» не только в содержании лексических единиц, но и в корпусе фразеологии, паремиологическом фонде, в системе устойчивых сравнений, запечатлевших образы-эталон, которые характерны для данного языкового коллектива, и культурная значимость которых повышается, когда в их структуре присутствует символическая составляющая (Добровольский 1997). На материале фразеологии можно проследить, как метафора, построенная на образе видимого излучения или его отсутствия, формирует интересующие нас МК.

МК «свет / light» и «тьма / darkness» широко представлены во фразеологической системе русского и английского языков. Наличие межъязыковых эквивалентных фразеологических соответ-

ствий подтверждает *универсальный характер* осмысления действительности в сознании русско- и англоговорящих (*give smb. a green light – дать зелёную улицу; the light of smb's eyes – свет жизни чьей; свет померк в глазах – the light went out in <of> X's life; a dark horse – тёмная лошадка; grope in the dark – блуждать в потёмках* и др.).

ФЕ, не представленные фразеологическими соответствиями в другом языке, *национально и культурно специфичны*. Национально-культурная специфика русских фразеологизмов основывается на особенностях: 1) акцентуации национальным сознанием того или иного семантического признака по сравнению с другим национальным менталитетом (например, *светлая голова; что не светит кому*); 2) являются авторскими ФЕ (например, *власть тьмы*). Национально-культурная специфика английских фразеологизмов основывается на особенностях: 1) отражения информации, относящейся к мифологическим представлениям нации (например, *beat (knock, whale) the (living) daylight(s) out of smb; put out smb.'s light*); 2) акцентуации национальным сознанием того или иного семантического признака по сравнению с другим национальным менталитетом (например, *be in the dark (about); white light*); 3) отражения исторической информации (например, *Dark Ages*); 4) отражения уникальной реальности (например, *ancient lights*); 5) являются авторскими ФЕ (например, *a leap (shot) in the dark*).

Малые фольклорные метафорические жанры (пословицы, поговорки, прибаутки, загадки и т.д.) выступают текстовыми аналогами «коллективных представлений» (по Л. Леви-Брюлю) о мире, присущих данной лингвокультурной общности и передающихся из поколения в поколение в виде мифов, архетипов, символов, эталонов и стереотипов поведения, в том числе и речевых. Они являются достоянием всего общества, поскольку автор этих произведений – коллективная языковая личность, фольклорный социум.

В паремиологическом фонде русского и английского языков аксиологическая оценка МК «свет / light» и «тьма / darkness» может быть: 1) чётко выражена как эксплицитно, так и имплицитно, противопоставляя этические категории добра и зла, или периоды трудностей (тьмы) надежде (свету) (например, *Тьма света не любит, злой доброму не терпит; Works of darkness hate the light*); 2) минимальна, если свет или тьма отступают на периферию высказывания (например, *Ты не алмаз, сквозь тебя не светит; All cats are grey in the dark*); 3) Если свет и тьма рассматриваются как диалектическое единство и предполагают друг друга, паремия не несёт

положительной или отрицательной оценки (например, *He отлагает свет заутрени, ни тьма вечерни; Every white has its black*). Аксиологический анализ паремиологического фонда двух языков продемонстрировал совпадение иерархий ценностей русской и англо-американской лингвокультуры в отношении МК «свет / light» и «тьма / darkness».

Язык Библии и вообще религии символичен и метафоричен. Метафора как средство вторичной номинации является одним из самых частотных стилистических средств в Библии.

Речь об оппозиции «свет – тьма» ведётся с первых строк Библии. Согласно первой книге Ветхого Завета, в начале творения «тьма <была> над бездною» (Бт 1: 2). Свет был отделён Богом от тьмы в первый же день, получил Его одобрение и стал божественной субстанцией: «*And God said, Let there be light: and there was light. And God saw the light, and it was good: and God divided the light from the darkness*» (Gen 1: 3–4) – «*И сказал Бог: «Да будет свет». И стал свет. И увидел Бог свет, что он хорош, и отделил Бог свет от тьмы*» (Бт 1: 3–4). Между божественным светом и более эфемерным светом солнца, луны и звёзд проходит чёткая граница: небесные светила были сотворены только в день четвёртый (Бт 1: 14–19).

В библейских текстах оба интересующих нас МК являются гносеологическими категориями. Бог являет Себя миру в образе света. Через свет он может быть чувственно воспринят, т.е. познан. Свет является синонимом Бога не только в иудейской и христианской религиях: так, Гаутама Будда – Свет Азии, Кришна – Повелитель света, Аллах – Свет неба и земли (Тресиддер 1999). В Новом, так же, как и в Ветхом Завете, Бог отождествляется со светом. Через свет предстает зримое проявление божественности Христа в момент Преображения на горе Фавор: «*And was transfigured before them: and his face did shine as the sun, and his raiment was white as the light*» (Mt 17: 2) – «*и преобразился пред ними: и просияло лице Его, как солнце, одежды же Его сделались белыми, как свет*» (Мф 17: 2).

Так называемый «фаворский свет» лёг в основу видения Божественного Света в глубине собственного сердца – исихазма (в православном мировоззрении и вероучении «исихазм» от греч. ἡσυχία – покой, безмолвие), идеи которого оказали огромное влияние на духовную жизнь Русской православной церкви. В ходе повествования МК «свет / light» в качестве референции к Богу и Богочеловеку не изменяется. Так, в Ветхом Завете: «*The Lord is my light and my salvation; whom shall I fear? The Lord is the strength of my life; whom shall I be afraid?*» (Ps 27: 1) – «*Господь – свет мой и спасение мое: кого мне бояться? Господь – крепость жизни моей: кого мне страшиться?*» (Пс 26: 1), – и в Новом Завете: «*This then is the message which we have*

*heard of him, and declare unto you, that God is light, and in him is no darkness at all»* (1 Jn 1: 5) – «И вот благовестие, которое мы слышали от Него и возвещаем вам: «Бог есть свет и нет в нём никакой тьмы» (1 Ин 1: 5). Однако, в Ветхом Завете оба первоэлемента – и свет, и тьма – могут сопровождать явление Бога. Они хотя и противопоставлены друг другу, но их единство очевидно, они не существуют отдельно друг от друга: «*And the people stood afar off, and Moses drew near unto the thick darkness where God was»* (Ex 20: 21) – «И стоял весь народ вдали, а Моисей вступил во мрак, где Бог» (Исх 20: 21). Таким образом, более отдалённый по времени создания Ветхий Завет демонстрирует большее единение всего сущего в природе.

В Новом Завете номинация светом говорит о божественной сущности Бога, Его всемогуществе, вечности: «*In him was life; and the life was the light of men. And the light shineth in darkness; and the darkness comprehended it not»* (Jn 1: 4–5) – «В Нём была жизнь, и жизнь была свет человеков. И свет во тьме светит, и тьма не объяла его» (Ин 1: 4–5). В метафорической номинации Иисуса Христа светом участвуют номинации предложением и сверхфразовым единством. Сам Иисус Христос часто даёт определения Сына Божьего с помощью синтаксических номинаций с бытийной предикативной связью, необходимой не только для номинирования ситуации, но и для метафорического сопоставления субъекта предложения и дополнений. Контекст следующего предложения помогает в разгадывании метафоры: «*Then spake Jesus again unto them, saying, I am the light of the world: he that followeth me shall not walk in darkness, but shall have the light of life»* (Jn 8: 12) – «Опять говорил Иисус (к народу) и сказал им: «Я свет миру; кто последует за Мною, тот не будет ходить во тьме, но будет иметь свет жизни» (Ин 8: 12). Так, в Евангелии от Иоанна прослеживается образование нового значения МК «свет / light», а именно духовного спасения через веру и вечной жизни для своей души.

Метафоры света и тьмы присутствуют также во фразеологических единицах библейского происхождения. В языках христианских народов корпус библеизмов, как правило, в существенной мере совпадает по своей внутренней форме, образному стержню, различаясь иногда лексической оболочкой (*свет во тьме – light shining in the darkness; тьма египетская – Egyptian darkness*). Отличия между современным состоянием библеизмов в русском и английском языках обусловлены как языковыми, так и экстралингвистическими факторами. Среди первых – национально-языковое своеобразие и развитие русского и английского языков. Английские библеизмы отличаются буквальностью, относительной точностью цитирования источника (*the light of one's countenance; greater / lesser lights; cast into outer darkness*). В русском

языке ряд ФЕ библейского происхождения претерпели изменения, например, усечение, сужение (*светило* – ср. *greater / lesser light*), наблюдается различная трактовка библеизмов (*зарывать талант в землю*). К экстралингвистическим относятся отличия, обусловленные временем и историческими национально-культурными событиями, в том числе, гонениями на церковь в советский период, повлекшими разрыв с религиозными традициями, знанием текста Священного Писания.

В христианских представлениях о рае как «светлом» конечном пристанище человеческого существования вечный свет – награда добродетельным верующим. Так, в новозаветном Небесном Иерусалиме материалы, из которых выстроен город, светоносны; они уподобляются то «чистому золоту» и «прозрачному стеклу», то 12 самоцветам из нагрудного украшения, которое должен был носить древнееврейский священник, то жемчугу, символизирующему духовный свет. Город сияет «славой Божией» и освещен реальным присутствием Бога (Ап 21: 2–23). Другая ипостась света – огонь – выступает наиболее устойчивой характеристикой ада как в русской, так и англо-американской христианской лингвокультурах (*зеенна огненная; go to blazes; what the blazes!*). Состояние пребывающего в аде, где «*тьма внешняя*», описывается изнутри, как боль: там «*плачь и скрежет зубов*» (Мф 8: 12).

Исследование показало, что МК «свет / light» и «тьма / darkness» относятся к универсальным предельным МК символического плана, позволяющего вывести архетипы. Символы, закреплённые за данными МК, реализуются посредством метафоры. МК «свет / light» и «тьма / darkness» несут большую смысловую нагрузку в текстах Священного Писания, которые окончательно сформировали символический характер данных МК, зародившийся в древних мифологических представлениях. В библейских метафорах света и тьмы реконструируется миф, где свет является благом, а тьма ассоциируется, как минимум, с чем-то неприятным, а как максимум, со злом. Данный *tertium comparationis* предельных универсальных МК «свет / light» и «тьма / darkness» обеспечивает во многом их одинаковое восприятие в русской и англо-американской лингвокультурных практиках.

В работе проанализирован МК «свет / light» и «тьма / darkness» в современном художественном дискурсе. Мифологизация и метафоризация МК «свет / light» и «тьма / darkness» в дохристианский период, окончательное формирование символики концептов в христианстве и последующая культурная релевантность для «продвинутых» к нам во времени КМ объясняется как витальной, так и, впоследствии, психолого-моральной ценностью этого феномена для жизни человека. Дискурс-анализ художе-

ственных текстов позволил определить линии универсального восприятия данных МК, выраженных инструментами метафоры, т.к. в основе этих метафор лежат представления человека о «жизненно важных» для него вещах: жизни и смерти, добре и зле, радости и горе, надежде и отчаянии.

Историческое изучение мифологий мира обнаруживает поразительное сходство их сюжетов. Так, большая часть космогонических мифов повествует о рождении земли, мира из первоначального хаоса – небытия. Подобного рода примеры можно встретить и в художественном дискурсе: «Возможно, что сама его медицинская профессия, постоянное, почти ставшее бытовым, прикосновение к огненной молнии – острой минуте рождения человеческого существа из кровоточащего рва, из утробной тьмы небытия, – и его деловое участие в этой природной драме отражались на его внешнем и внутреннем облике, на всех его суждениях» (Улицкая «Казус Кукоцкого»). В примере из романа А. Мёрдок метафорическое «darkness» характеризует состояние человека, пытающегося осознать происходящее, придать форму своим мыслям, блуждающим в неосознаваемой темноте: «*There was too much to think about. I just sat quietly and let things take shape deeply within me. I could just sense the great forms moving in the darkness, beneath the level of my attention and without my aid, until gradually I began to see where I was*» (Murdoch «Under the Net»).

В ходе исследования были проанализированы примеры, показавшие преобладание от текстов Священного Писания образов и метафор, создаваемых на основе МК «свет / light» и «тьма / darkness». Интертекстуальность библейских сюжетов видится нам одной из причин сохранения значения библейских символов и их адекватного понимания читателями на протяжении длительного времени. Эти символы самодостаточны и неизменны, поскольку существуют внутри устойчивой системы знаков и составляют основу кода христианской культуры. Например, метафора тьмы передаёт удрученное психологическое состояние: «*Я пишу всё это, потому что не знаю иного способа передать своё знание ещё хоть кому-нибудь, пишу плохо, «темно и вяло», пишу сумбурно, ибо многое спуталось в моей бедной памяти, поражённой увиденным*» (Стругацкие «Отягощённые злом»), – а в рассказе Э. Хемингуэя «Там, где чисто и светло» свет выступает местом спасения от тьмы безнадёжности и безверия: герои рассказа стремятся из мрака ночи в ярко освещенное кафе, стремясь забыть о черной бессмысленности жизни (Hemingway «A Clean, Well-Lighted Place»).

В следующем примере в метафоре «тёмного облачка» автор изображает смерть: «тёмное» проникает в мыш, а заключенный

Джон Коффи «высасывает» её из животного, выпуская после этого в воздух: «Coffey made that choking, gagging sound again, then turned his head to one side like a man that has coughed up a wad of phlegm and means to spit it out. Instead, he exhaled a cloud of black insects – I think they were insects ... – from his mouth and nose. They boiled around him in a dark cloud that temporarily obscured his features» (King «The Green Mile»). Это пример реверсивной интертекстуальности на основе евангельских сюжетов о воскрешении Христом мертвых: «Wherefore he saith, awake thou that sleepest, and arise from the dead, and Christ shall give thee light» (Еф 5: 14). – «Посему сказано: «Встань, спящий, и воскресни из мертвых, и осветит тебя Христос» (Еф 5: 14).

В словах: «Truly the light is sweet, and a pleasant thing it is for eyes to behold the sun» (Eccles 11: 7) – «Сладок свет, и приятно для глаз видеть солнце» (Еккл 11: 7), – проходит смысловая параллель между жизнью, светом и солнцем, где свет является символом святости и чистоты. В примере: «As I looked at her, her face seemed suddenly radiant like a saint's face in a picture, and all the thousands of surrounding faces were darkened» (Murdoch «Under the Net») – метафора света раскрывается путём сравнения того, каким показалось герою романа лицо любимой девушки, с ликами святых, с сопутствующим их изображению (на холсте или в воображении) образом света; при этом герою романа кажется, что свет, исходящий лучами от лица, настолько сильный, что все остальные лица рядом с ним меркнут.

Свет и тьма извечно противостоят друг другу и, одновременно, уравновешивают и дополняют друг друга, образуя целое. Ниже-приведённый пример «суммирует» все значения, включённые в МК «свет / light» и «тьма / darkness»: «He held that science and religion were not enemies, but rather allies – two different languages telling the same story, a story of symmetry and balance ... heaven and hell, night and day, hot and cold, God and Satan. Both science and religion rejoiced in God's symmetry ... the endless contest of light and dark» (Brown «Angels and Demons»).

Подведем основные итоги.

1. В многообразии лингвокультурных концептов выделяется «мифологизированный концепт», отличающийся онтогенетической и генетической связью с определённым типом мышления, которое специфично как для первобытного, так и для некоторых современных уровней сознания, в особенности массового.

2. МК «свет / light» и «тьма / darkness» в русской и английской лингвокультурах имеют общие мифологические корни, что подтверждается анализом дискурсивной реализации этих концептов в повседневных и институциональных коммуникативных практиках.



3. Метафоризация МК «свет / light» и «тьма / darkness» обладает как универсальными, так и сугубо специфическими свойствами в лексической, фразеологической и паремиологической системах русского и английского языков.

4. МК «свет / light» и «тьма / darkness» несут большую смысловую нагрузку в текстах Священного Писания. Через тексты Священного Писания символы, закрепившиеся за МК «свет / light» и «тьма / darkness», получили широкое распространение в прецедентных феноменах данных лингвокультур и стали важным элементом интертекста.

6. Отношение метафоры и мифа носит взаимозависимый характер. Культурный миф, определяющий особенности картины мира, предоставляет опорный метасмысл и формирует континуум смыслов, функционирующих в роли *tertium comparationis* в процессе метафоризации. В свою очередь, метафоры света и тьмы являются дискурсивными манифестациями данного мифа, способствуя его реконструкции и эволюции в рамках соответствующих лингвокультур.

### Литература

Садыкова М.А. Представление концептов «свет / light» и «тьма / darkness» в паремиологической системе русского и английского языков // Вестник Поморского университета. Сер. Гуманитарные и социальные науки. – Архангельск : Помор. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2007. – Вып. 5. – С. 148–150.

Садыкова М.А. Концепты «свет / light» и «тьма / darkness» в тексте Библии // Вестник Удмуртского университета. – Ижевск : Удмурт. ун-т, 2007. – Вып. 5 : Филологические науки, ч. 2. – С. 171–174.

Садыкова М.А. Некоторые аспекты метафоризации концептов «свет» и «тьма» (на материале английского языка) // Вестник педагогического опыта. – Глазов : Глазов. гос. пед. ин-т, 2007. – Вып. 27. – С. 35–37.

Садыкова М.А. Сопоставление понятий «картина мира» и «модель мира»: архетип – миф – религия – наука / М. А. Садыкова // Современные проблемы науки и образования. – М. : Академия естествознания, 2007. – № 3. – С. 118–121.

Садыкова М.А., Киселева В.В. Языковая картина мира: метафора и мифология // 2007 – Год русского языка в Удмуртии : материалы регион. науч.-практ. конф. – Ижевск : Удмурт. ун-т, 2007. – С. 112–115.

Садыкова М. А. Оппозиция «Свет» – «Тьма» с точки зрения лингвистической концептологии // Языковые коммуникации в системе социально-культурной деятельности : материалы второй Всерос. науч.-практ. конф. – Самара : Самар. гос. академия культуры и кинематографии, 2007. – С. 95–98.

Садыкова М. А. Представление концептов «свет» и «тьма» в русской и английской языковых картинах мира // Язык. Культура. Коммуникация : материалы Всерос. заоч. науч.-практ. конф. – Ульяновск : Ульянов. гос.

ун-т, 2007. – С. 204–208.

Садыкова М. А. Представление концептов «свет / light» и «тьма / darkness» во фразеологической системе русского и английского языков // Языковые и культурные контакты различных народов : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза : Приволж. дом знаний, 2007. – С. 267–269.

**О.А. Сайко**  
(Иркутск)

## **РАДОСТЬ**

Цель данной работы состоит в выявлении, классификации, описании лексико-фразеологических средств объективации эмоционального концепта «joy» — «радость» в художественном и религиозном христианском типах дискурса.

Представляя собой одну из фундаментальных человеческих эмоций, радость является неотъемлемым компонентом духовной культуры. Эмоция радости, при всей своей универсальности, проявляется в разных языках определенную специфику вербализации, обусловленную присущей говорящим субъективностью интерпретации окружающей действительности, что представляет несомненный интерес для лингвистики.

Предметом исследования в данной работе является эмоциональный концепт «joy». Лексические и фразеологические единицы, паремии, репрезентирующие концепт «joy», представляют собой объект исследования.

Эмоция радости имеет достаточно широкий репертуар равноуровневых средств языковой объективации, которые неоднократно привлекали внимание отечественных лингвистов. В последние десятилетия они анализировались в следующих направлениях:

– *на семантическом уровне* исследовались: семантическая структура и лексическая сочетаемость группы немецких прилагательных с общим значением «радостный», «веселый» (Маракушина 1972), лексико-семантическая таксономия фреймов «радость» / «печаль» на материале русского и немецкого языков (Рябкова 2002), особенности репрезентации фрейма «радость» в современном французском языке (Озонова 2003), способы актуализации семантически сопряженных категорий FREUDE и TRAUER в немецком языковом сознании (Адамова 2006).

– *на фонетическом уровне* рассматривались: интонационная структура английских речевых единиц, выражающих положительные эмоции группы «радости» (Кантер 1973), взаимодействие просодических и кинесических средств в выражении эмоциональных значений радости, гнева, удивления в сценической речи на

материале английского языка (Корлыханова 2000), экспрессивная функция интонации в современном французском языке на материале высказываний, выражающих эмоции группы «радость» (Каржанова 2000).

– на концептуальном уровне изучались: особенности репрезентации концепта «радость» в русском языке (Пеньковский 1991), способы актуализации концептов «Angst» и «Freude» в семантическом пространстве немецкого языка и его австрийского варианта (Бородкина 2002), проблемы репрезентации эмоциональных концептов «радость», «горе», «страх» в русском языке с элементами сопоставления с башкирским (Валиева 2003), концепт «радость» в русском и английском языках на материале произведений Ф. М. Достоевского и Ч. Диккенса (Сергеева 2004).

Вместе с тем, по нашим данным, комплексный анализ способов объективации эмоционального концепта «joy» в системе двух разнородных дискурсов, художественного и религиозного, с учетом специфики каждого из них в английском языковом сознании до сих пор не был предметом специального научного рассмотрения. Его перспективность представляется очевидной: понятие концепта является одним из наиболее разработанных в современной лингвистике; исследователи применяют самые разнообразные подходы к анализу такого многомерного ментального образования, как концепт, однако связь последнего с дискурсом до настоящего времени рассматривалась недостаточно; реализация концепта на разных языковых уровнях во многом определяется типом дискурса, в рамках которого функционирует концепт. В настоящей работе мы пытаемся доказать гипотезу о том, что тип дискурса непосредственно влияет на специфику объективации концепта.

*Методологической базой* анализа эмоционального концепта «joy» в работе служат:

- 1) базовые положения лингвистики эмоций (Н. А. Красавский, В. И. Шаховский и др.);
  - 2) базовые положения лингвокультурологической концептологии (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, В.А. Маслова, Ю.С. Степанов и др.);
  - 3) теория концептуальной метафоры (Дж. Лакофф, М. Джонсон);
  - 4) теории ассоциативного поля (Р.И. Павленис, К. Харди, Дж. Диз и др.);
  - 5) базовые положения лингвистики дискурса (Н.Д. Арутюнова, Т.А. ван Дейк, С.Н. Плотникова, Ю.С. Степанов, М. Фуко и др.).
- Приоритетными в современной лингвистике признаются науч-

ные изыскания, выполненные в рамках филологического концептуализма. Его базисным термином выступает концепт – сложное структурно-смысловое образование, не имеющее сегодня однозначного толкования среди ученых. Поэтому для объяснения сущности концепта исследователи используют данные из смежных с лингвистикой дисциплин и рассматривают изучаемые концепты с позиций этико-философского, культурологического и психологического подходов.

В рамках лингвокогнитивного подхода концепт понимается как ментальная единица, которая отражает знания и опыт человека, сформированные им в результате концептуализации действительности. Сторонники когнитивного направления (С.А. Аскольдов, Н.А. Болдырев, Е.С. Кубрякова, Д.С. Лихачев, А.А. Потебня и др.) включают в содержание концепта лишь основные категориальные признаки обозначаемого в отвлечении от конкретного и оценочного. Наблюдается отождествление концепта и понятия.

В логико-философской концепции познания и смысла термин «концепт» выступает в качестве синонима к индивидуальным смыслам, образуемым в процессе познания (Арутюнова 1993).

Сторонники лингвокультурологического направления (А. Вежбицкая, С.Г. Воркачев, В. И. Карасик, Ю.С. Степанов и др.) полагают, что концепт значительно шире понятия: в содержание концепта включаются не только категориальные признаки обозначаемого, но и вся сопутствующая культурно-фондовая информация.

В интегративном понимании концепт рассматривается как многомерное культурно значимое социопсихологическое образование в коллективном сознании, опредмеченное в той или иной языковой форме (Ляпин 1997; Бабушкин 1998).

Обобщение данных точек зрения и толкований концепта позволяет представить эмоциональный концепт как этнокультурно обусловленное, сложное структурно-смысловое образование, базирующееся на понятийной основе и включающее в себя, помимо понятия, образ, культурную ценность, функционально замещающие человеку в процессе рефлексии и коммуникации однопорядковые предметы, вызывающие пристрастное отношение к ним человека (Красавский 2001: 60).

Немаловажным аспектом изучения эмоциональных концептов является определение и описание бытования этих многомерных ментальных образований в основных областях общественного сознания (в научном, обыденном, религиозном и пр.), частично совпадающих с типами дискурса (Дорофеева 2002; Воркачев 2004 и др.). Дискурсная классификация эмоциональных концептов служит методологической установкой для лингвокультуроло-

гов. Изучение способов освоения того или иного концепта в разных типах дискурса позволяет раскрыть и комплексно описать его сущность, признаки и функции.

Дискурс является неотъемлемой частью социальных отношений, так как, с одной стороны, формируется ими, а с другой – сам формирует эти отношения. Поэтому всякий дискурс можно рассматривать как «особое использование языка» (Степанов 1995), как коммуникативное событие («дискурс – это речь, погруженная в жизнь») (Арутюнова 1990), а также как «способ упорядочения действительности» (Фуко 1996). Дискурс является «сложным единством языковой формы, знания и действия» (ван Дейк 1989), поскольку в его реализации участвует не только язык в актуальном употреблении, но и экстралингвистические факторы, предопределяющие общение, и главное – ментальные (когнитивные) структуры, обуславливающие существование дискурса (Михалева 2005).

Дискурс создается прежде всего как особое ментальное пространство или особый ментальный мир, за которым следует особый отбор языковых средств. Важным признаком дискурса является то, что он продуцируется вокруг некоторого опорного концепта. Концепты отдельных значений слов, которые зависят друг от друга, составляют некоторую целостность, определяемую как концептосфера дискурса. Концепты дискурса, являющиеся строительными элементами, внутри которых строится дискурс, обеспечивают его общую когерентность (Демьянков 1982; Степанов 1995; Плотнова 2000).

В ходе исследования эмоционального концепта «joy» в рамках художественного и религиозного типов дискурса мы, вслед за С.Г.Воркачевым и В.И. Карасиком, выделяем в его структуре четыре составляющие: понятийную, образную, значимостную и ценностную (Карасик 2002; Воркачев 2004).

Процесс формирования чувства радости охватывает как мир «не-Я», так и мир «Я» – в зависимости от стадии этого процесса. В результате взаимодействия целого ряда факторов возникает некое новое чувство, отражающее созданный субъектом мир как один из возможных миров. Именно это отражение со всеми его особенностями оказывается зафиксированным с помощью языковых средств и выступает в качестве концепта «joy».

В исследуемом нами концепте сочетаются источник радости – внешний материальный мир во всех его проявлениях, мир «не-Я», с одной стороны, и чувственная сфера – сфера радости как принадлежность внутреннего мира индивидуума, мира «Я», с другой стороны.

Вербализация радости происходит как бы на стыке этих двух миров, связывает их воедино, одновременно символизирует мир «Я» и обозначает мир «не-Я», осуществляет перевод содержания концепта в область коммуникации и языкового знака. Какими средствами языка представлен концепт в каждом конкретном случае, зависит от тех способов, которые избираются говорящими для репрезентации соответствующих понятийных областей радостного состояния (например, лексический, стилистический или грамматический способы).

Вербальные реализации эмоционального концепта «*joy*» в современном английском языке представлены существительными, прилагательными, глаголами, редко - наречиями. Как показал анализ фактического материала, чаще всего концепт «*joy*» репрезентирован существительными, поскольку категория предметности выделяется в качестве центральной категории человеческого опыта и человеческого познания и в имени существительном получает обозначение соответствующая ментальная структура, отождествленная с определенным опытом.

Анализ данных нескольких толковых словарей свидетельствует о том, что в английском языковом сознании концепт «*joy*» вербализуется следующими лексемами: *joy (n)*, *joyfulness (n)*, *joyousness (n)*, *jubilance (n)*, *jubilation (n)*, *bliss (n)*, *beatitude (n)*, *gladness (n)*, *glee (n)*, *gaiety (n)*, *gratification (n)*, *delight (n)*, *delectation (n)*, *ecstasy (n)*, *exultation (n)*, *exaltation (n)*, *elation (n)*, *gladness (n)*, *hilarity (n)*, *cheer (n)*, *felicity (n)*, *festivity(n)*, *exhilaration (n)*, *mirth (n)*, *pleasure (n)*, *rapture (n)*, *ravishment (n)*, *rejoicing (n)*, *revelry (n)*, *satisfaction (n)*, *joyful (adj)*, *joyous (adj)*, *jubilant (adj)*, *blissful (adj)*, *glad (adj)*, *delightful (adj)*, *ecstatic (adj)*, *pleasing (adj)*, *pleasurable (adj)*, *to joy (v)*, *to jubilate (v)*, *to gratify (v)*, *to delight (v)*, *to exult (v)*, *to exalt (v)*, *to elate (v)*, *to felicitate (v)*, *to exhilarate (v)*, *to pleasure (v)*, *to ravish (v)*, *to rejoice (v)*, *to revel (v)*.

Анализ словарных дефиниций вышеупомянутых лексем позволяет выявить базовую лексему, репрезентирующую концепт: *joy*. Такой выбор объясняется частотностью употребления данной языковой единицы как в словарных дефинициях, так и в анализируемой художественной и религиозной литературе. К тому же данная лексема обладает достаточно абстрактным значением, позволяющим описывать ее в соотношении со смежными категориями счастья, удовольствия, эйфории и пр.

С помощью анализа лексикографических источников и фактического материала были выделены концептуальные признаки исследуемого концепта: (1) «*feeling of great happiness and pleasure*», (2) «*something or someone that gives joy*», (3) «*the ex-*

pression of joy». Данные концептуальные признаки образуют понятийную составляющую эмоционального концепта «joy» в художественном и религиозном дискурсах. Однако их содержательное наполнение принципиально отличается и отражает специфику определенного типа дискурса.

Анализ данных толковых словарей и примеров из художественной литературы показал, что выделенный нами концептуальный признак (1) «feeling of great happiness and pleasure» является центральным признаком концепта «joy» в сознании носителей английского языка. Согласно результатам проведенного дефиниционного анализа, счастье и удовольствие представляются трудно интерпретируемыми явлениями. Авторы толковых словарей зачастую определяют *радость* через *счастье*, *удовольствие* и наоборот. Такое понимание радости находит свое подтверждение в примерах из художественных произведений, описывающих состояние человека, сумевшего преодолеть жизненные трудности, избежать гибели и т. п. Бесспорно, в эти мгновения человек счастлив, и, как результат, он испытывает чувство радости, которое выражается по-разному:

“Richard Parker, a ship!”

*I had the pleasure of shouting that once. I was overwhelmed with happiness. All hurt and frustration fell away and I positively blazed with joy.*

“Can you believe it, Richard Parker? People, food, a bed. Life is ours once again. *Oh, what bliss!*” (Martel).

Опыт переживания эмоционального удовлетворения, удовольствия имеет место не только в отношении видимых предметов, объектов, но и наблюдаемых явлений, ситуаций. Душевное состояние, переживаемое субъектом в момент восприятия, является основанием для оценивания соответствующих явлений и ситуаций как радостных:

*I lay there in the snow, pawing with my arms and legs, like a turtle on its back. Children do that, but deliberately – flapping like birds, making angels. For them it's joy* (Atwood).

В целом данные примеры характеризуются сильной экспрессией переживания и выражения чувств, аффективностью состояния героя. Они изобилуют лексикой с семантикой «радость / счастье / удовольствие», поэтому возникает сложность в разграничении данных чувств. Мы в своем исследовании придерживаемся мысли о том, что радость все-таки связана с переживанием единичного факта, это временное явление, в то время как счастье носит более устойчивый характер. Если человек радуется чему-то, это не означает, что он непременно счастлив, и, наоборот, если человек счастлив, это не значит, что он испытывает чувство радости.

Различие между радостью и удовольствием мы видим в том, что удовольствие осмысляется как чувственно-физиологическая реакция, тогда как радость имеет более высокую чувственно-психическую природу.

В религиозном христианском дискурсе радость представляет собой сложное понятие, противостоящее счастью и удовольствию. С одной стороны, она тесно связана со счастьем и его составляющими – здоровьем, успехом, славой, богатством, удовольствием, весельем, удачей. Однако такая радость имеет оттенок самодовольства, нарциссизма, жалости, и зачастую кратковременна:

Many people link it with happiness and the enhancement of their circumstances – health, success, fame, wealth, pleasure, fun, or good fortune. In that sense of the word, joy is derivative, attached to and dependent upon some external source. Joy of that sort can exude a sense of smugness, entitlement, narcissism, and even self-pity in the absence of desired objects. Such joy seldom lasts for long or is genuinely fulfilling, for it creates its own set of needs that are rarely satisfied. <...>Joy is more elusive, more subtle and more nuanced than happiness, a predisposition to cheerfulness, persevering with emotional extra effort, or the luck of good fortune (<http://www.journeywithjesus.net/Essays/>).

Удовольствие в религиозном христианском дискурсе имеет отрицательные коннотации: оно ведет человека к психологическому и нравственному разрушению:

They will be sneaky, reckless, and puffed up with pride. Instead of loving God, they will love pleasure (Holy Bible, 2 Ti 3, 4).

В религиозном христианском дискурсе концептуальный признак (1) «feeling of great happiness and pleasure», осмысливаемый как внутреннее эмоциональное состояние радости человека, имеет следующее содержательное наполнение:

*Радость – Божий дар*, являющийся источником веры и Богопознания:

... joy is entirely gratuitous. You cannot earn it, buy it, or deserve it. It is a divine gift to receive rather than a selfish goal to pursue (<http://www.journeywithjesus.net/Essays/>).

*Радость – постоянное состояние души и разума*, основанное на вере в Бога:

This joy is not a passing state of mind and spirit; it is a quiet and abiding disposition of the soul (<http://www.abbotjohneudes.org/h05may29.html>).

*Радость – чувство / состояние, сопровождающее бытие*. Бытие открывает свою радость и озаряет ею мир, когда люди наделены мудростью и верой:

I thought deeply about Wisdom and all that she offered – unending life and perfect joy... (Holy Bible, Wis 8, 18).



*Радость* – цель, к которой стремятся верующие, и *средство*, ведущее к достижению этой цели:

Joy is something we aim for more than something we receive (<http://fatherdunn.org/Homilies/>).

*Радость* – *благодетельная жизнь*, вызывающая у верующих чувство необходимости соблюдения предписаний религии:

Christian joy is part and parcel of our living the faith fully and integrally (<http://www.catholicerald.com/loverde/>).

*Радость* – *воскрешение*, способное оживить мертвых и придать силы, бодрости живым:

“... we shall all be changed – in a moment, in the twinkling of an eye, at the last trumpet. For the trumpet will sound, and the dead will be raised incorruptible, and we shall be changed.” This is the Rapture (Lindsey, 258).

Концептуальный признак (2) «something or someone that gives joy» в рамках художественного дискурса эксплицитно представлен в примерах, в которых каузаторами радости являются различные вещи, события и обстоятельства. Например:

*Человеческие взаимоотношения* (даже непродолжительные):

He smiled when my hand brushed up against his head. *The slightest human contact was immediate joy* (Albom 1).

*Новость о беременности*:

I waited until the end of October to tell Richard that I was pregnant. I said I'd wanted to be sure. *He expressed conventional joy*, and kissed my forehead (Atwood).

*Замужество и материнство*:

She is a true woman, my dear sir, one life, one love, and though perhaps I regret that she has been deprived of *the joys of marriage and motherhood* I am bound to admire her fidelity (Maugham 2, 262).

*Любование прекрасным телом*:

But Irene could be imagined, like some nymph, bathing in wayside streams, for *the joy of the freshness and of seeing her own fair body* (Galsworthy, 70).

В художественном дискурсе радость концептуализируется языком как первичная / базовая эмоция, которая предполагает не столько некоторую долю интеллектуальной оценки какого-то положения вещей как плохого или хорошего для субъекта, сколько непосредственное ощущение, что оно таковым и является.

В религиозном дискурсе концептуальный признак (2) включает в себя особые причины радости, свойственные религиозному типу сознания:

*Сам факт существования Бога*:

After all, when the Lord Jesus appears, who else but you will give us hope and joy and be like a glorious crown for us? You alone are our glory and joy! (Holy Bible, 1 Th 2, 19–20).

*Вера в Бога*:

Now may the God of hope fill you with all joy and peace in believing, that you may abound in hope by the power of the Holy Spirit (Holy Bible, Ro 15, 13).

*Добродетель*, которая в религиозном дискурсе противопоставлена греху (радость – добро, печаль – зло; радость – добродетель, печаль – грех):

The LORD has sent me to comfort those who mourn, especially in Jerusalem. He sent me to give them flowers in place of their sorrow, olive oil in place of tears, and joyous praise in place of broken hearts (Holy Bible, Is 61, 3).

*Отказ от обладания чем-либо, щедрость:*

My friends, we want you to know that the churches in Macedonia have shown others how kind God is. Although they were going through hard times and were very poor, they were glad to give generously. They gave as much as they could afford and even more, simply because they wanted to. They even asked and begged us to let them have the joy of giving their money for God's people (Holy Bible, 2 Co 8, 4).

*Принятие Божьего закона, Божьего Слова:*

I keep thinking about your teachings, LORD, even if rulers plot against me. Your laws are my greatest joy! <...> They will always be my most prized possession and my source of joy (Holy Bible, Ps 119, 24, 111).

*Послушание / поклонение Богу:*

His greatest joy will be to obey the LORD (Holy Bible, Is 11, 3).

Концептуальный признак (3) «the expression of joy» в рамках художественного дискурса эксплицитно представлен симптоматическими выражениями, в которых отражены объективные симптомы радости, такие как улыбка, смех, двигательная активность конечностей и всего тела, покраснение кожи, увеличение частоты сердечных сокращений. Встречаются также примеры метафорических выражений данной эмоции, отражающие реальные внешние изменения. К ним в первую очередь относятся: «изменение количества света», излучаемого лицом и глазами, и «кратковременная остановка в функционировании» ума, рассудка и сознания. В религиозном христианском дискурсе радость выражается в пении, восклицаниях, рукоплесканиях и танцах.

Эмоции вообще и эмоция радости в частности имеют чрезвычайно сложную концептуальную структуру. Для эмоций метафора является основным средством выражения в языке, что неудивительно, так как эмоции – это нечто непосредственно ненаблюдаемое. Поэтому говорить об эмоции можно, уподобляя ее чему-то наблюдаемому и известному.

Анализ образной составляющей эмоционального концепта «joy» в рамках художественного и религиозного христианского дискурсов позволил обнаружить общие для двух типов дискурса концептуальные метафоры: JOY IS UP, JOY IS SUBSTANCE / LIQUID, JOY IS A CONTAINER, JOY IS LIGHT, JOY IS INFECTION,

JOY IS A MEDICINE, JOY IS A PERSON, JOY IS A PLANT. Однако в религиозном христианском дискурсе в этих метафорах выявляется теологический аспект, который отсутствует в соответствующих метафорах в художественном дискурсе.

Вместе с тем некоторые метафоры были выявлены только в одном из исследуемых нами типов дискурса, а именно: JOY IS FIRE, JOY IS MADNESS, JOY IS A PHYSICAL FORCE – в художественном дискурсе; JOY IS AN ALCOHOLIC INTOXICATION, JOY IS A HIDDEN OBJECT, JOY IS A JOURNEY, JOY IS VALUE, JOY IS POWER, JOY IS A REWARD – в религиозном дискурсе.

Как показал наш анализ, основное отличие в метафорическом представлении концепта «joy» в рамках двух типов дискурса заключается в том, что в религиозном дискурсе достаточно часто мотивирующим образом является ценностная составляющая. Например:

- JOY IS VALUE.

Радость в религиозном христианском дискурсе представляет собой ценность, ограниченный ресурс, который содействует верующим в процессе достижения их целей. В данной концептуальной метафоре отражено представление о радости как о сущности, которая может быть потрачена впустую или с пользой, которую нельзя ни на что променять, которую можно сохранить или растратить:

Spiritual enjoyment is perfectly adapted to the nature and needs of the human soul. The person who has this enjoyment never wearies of it. *It is his deepest joy, and he would never exchange it for any other* (Edwards, 108).

- JOY IS A REWARD.

Концептуальная метафора JOY IS A REWARD, планом содержания которой является метафорический образ награды, вознаграждения, представляет один из способов моделирования эмоционального концепта «joy» в рамках религиозного христианского дискурса по образцу внешнего, материального мира, что отражает процесс моделирования «абстрактных категорий с помощью чувственных образов – через “вещные коннотации»» (Успенский 1997: 143). Радость – это награда свыше:

*So do we deserve joy? Do we have a right to be happy? John the Baptist is yelling his caution to us that joy is our right and our blessing* (<http://fatherdunn.org/Homilies/>).

Значимостная составляющая концепта «joy» складывается из совокупности этимологических и ассоциативных характеристик слова-имени концепта. Этимологический анализ лексем, репрезентирующих концепт «joy», показал, что первоначально английские лексемы с семантикой «радость» имели ритуальный смысл: «радость приобщения к божеству, радость принесения жертвы,

религиозный экстаз».

Если этимологическая память базовой лексемы-репрезентанта концепта «*joy*» является общей в художественном и религиозном дискурсах, то в ассоциативных характеристиках изучаемого концепта имеются отличия.

Особенностью концепта является наличие ассоциативного поля, которое, как отмечает Ю.Н. Караулов, шире семантического. Но именно эта широта отражает деятельностный (коммуникативный) аспект языка, обеспечивающий говорящему возможность «присваивать» слова, то есть использовать общее слово для выражения своей мысли (Караулов 1976).

При исследовании ассоциативного поля концепта «*joy*» мы обратились к принципу континуальности, предложенному Р. И. Павиленисом, который позволяет построить структуру концептов в определенной концептуальной системе, в рамках которой каждый концепт понимается и интерпретируется при помощи других концептов, а также к теории К. Харди, смысл которой заключается в том, что концепты существуют в сознании в виде кластеров, каждый из которых представляет собой сеть взаимосвязанных концептов (Павиленис 1983; Hardy 1998).

Принцип континуальности Р. И. Павилениса и теория К. Харди очень важны при исследовании и интерпретации эмоционального концепта «*joy*» в двух типах дискурса: художественном и религиозном, поскольку, очевидно, в них действуют разные концептуальные системы. Каждый человек, в принципе, обладает одинаковой способностью к формированию концептов, но концепты, формируемые им, зависят в определенной степени от его житейского и религиозного опыта. Другими словами, деление мира с помощью языка осуществляется путем наложения на мир концептуальной сетки (т.е. путем выделения концептов) и ситуационной сетки (т.е. путем выделения ситуаций) (Почепцов 1990), свойственных для того или иного типа дискурса.

Анализ данных различных тезаурусов английского языка и примеров из художественной литературы показал, что концепт «*joy*» в художественном дискурсе находится в ассоциативных отношениях с пятью концептуальными кластерами, каждый из которых назван нами по имени занимающего центральное место доминантного концепта: «Happiness», «Pleasure», «Gaiety», «Rejoicing», «Ecstasy».

Между состояниями существует множество переходных явлений, диффузных зон, предполагающих наличие гибких размытых границ. Все положительные эмоциональные состояния имеют, по-видимому, схожее концептуальное содержание, а различия

между ними заключаются в интенсивности, наличии или отсутствии внешних проявлений, источнике эмоционального состояния радости.

Радость отличается многообразием оттенков. Спектр возможных эмоциональных состояний человека гораздо шире, нежели совокупность языковых средств, репрезентирующих данный концепт. Анализируя концепт «*joy*» с точки зрения интенсивности, глубины переживания и внешнего проявления чувства радости, можно сделать вывод, что состояния, выраженные лексемами, относящимися к таким кластерам, как «*Gaiety*», «*Rejoicing*», «*Ecstasy*», имеют большую степень интенсивности и в гораздо большей мере требуют проявления в речи, поведении, действии, жесте или мимике, нежели состояния, выраженные лексемами, относящимися к кластерам «*Happiness*» и «*Pleasure*». Эмоциональные состояния, выраженные лексемами последних двух кластеров, вообще можно испытывать, никак внешне не выдавая своих чувств.

Различия между эмоциональными состояниями, выраженными лексемами пяти выделенных кластеров, заключаются также в источнике / причине радости. Так, состояние радости, объективируемое концептами кластера «*Happiness*», чаще всего каузировано созерцанием природы, «*Pleasure*» – приятными ощущениями, переживаниями, мыслями, «*Gaiety*» – развлечениями, «*Rejoicing*» – успехом или победой над чем-либо / кем-либо, «*Ecstasy*» – решением сложных задач и т. п.

Эмоциональный концепт «*joy*» в рамках религиозного христианского дискурса понимается и интерпретируется посредством ключевых концептов религиозного дискурса: «*God*», «*Faith*», «*Virtue*».

Связь концепта «*joy*» с концептом «*God*» отчетливо проявляется в Священном Писании. Радость показана как постоянная характерная черта отдельных верующих и собраний верующих людей. Радость – это отличительная особенность жизни, а не просто мимолетные эмоции. Радость берет начало в самом Боге и «течет от Него»:

At that same time, Jesus felt the joy that comes from the Holy Spirit... (Holy Bible, Lk 10, 21).

Радость – это не отдельное или случайное последствие веры, но, скорее, неотъемлемая часть отношений человека с Богом. Полнота радости приходит тогда, когда в жизни человека есть глубокое осознание присутствия Божьего. О наличии ассоциативных связей концепта «*joy*» с ключевым концептом религиозного дискурса «*faith*» свидетельствует наличие примеров типа:

I call God as my witness that it was in order to spare you that I did not return to Corinth. Not that we lord it over your faith, but we work with you for your joy, because it is by faith you stand firm (2 Co 1: 23–24).

Об ассоциативной связи эмоционального концепта «*joy*» с концептом «*virtue*» свидетельствует тот факт, что в религиозной доктрине радость рассматривается как добродетель:

But the fruit of the Spirit is love, joy, peace, longsuffering, kindness, goodness, faithfulness, gentleness, self-control. Against such there is no law (Holy Bible, Ga 5, 22).

Радость осмысливается и интерпретируется при помощи ключевых концептов религиозного дискурса: «*God*», «*Faith*», «*Virtue*», которые одновременно являются источником / причиной эмоционального состояния радости в религиозном христианском дискурсе.

Человеческие эмоции опосредованы познанием. Мысли и чувства отражают процесс взаимодействия нашего сознания с миром и являются способами его восприятия. Следовательно, познание человеком объективного мира не может происходить беспристрастно, не оценочно, поскольку сама природа человека, интерпретирующего его, в высшей степени эмоциональна.

Оценка – это суждение о ценности, содержащее субъективный компонент. Нечто является ценностью не потому, что оно оценивается, а потому что способно отвечать потребностям и запросам субъекта. Ценности лежат в основе оценки тех явлений действительности, которые значимы в жизни человека.

Из концептосферы эмоций как совокупности эмоциональных концептов можно выделить эмоциональный концепт «*joy*» – структурно-смысловое образование для представления знаний о радости, непосредственно отражающее процесс принятия субъектом какого-либо фрагмента реальной действительности и определяемое максимумом «хорошо», то есть желательным для человека.

В структуре эмоционального концепта «*joy*» мы выделяем ценностную составляющую, которая формируется наиболее существенными для англоязычной культуры смыслами, ценностными доминантами, эксплицитно представлена в примерах, репрезентирующих причины радости, и выявляется в процессе исследования актантной структуры. Важным в этом случае, на наш взгляд, представляется выделение положительного оценочного знака. Оценивается, прежде всего, внутреннее состояние субъекта, и этот оценочный знак проецируется на причину, каузирующую радость. Предикат «радоваться» не может сочетаться с причиной, плохой для субъекта.

Опираясь на теории Дж. Оллера и В. Г. Гака (Oller 1997: 34, 39;

Гак 2000: 90–92), мы выделили возможные актантные структуры радости на основе соответствующих моделей ситуации. Актантная структура эмоции включает следующие компоненты: субъект (тот, кто испытывает / производит эмоцию), объект (по отношению к которому проявляется эмоция), сама эмоция и, поскольку речь идет о явлении эмоционального характера, аксиологические понятия нормы, сравнения и отношения (+ или –).

При описании ценностной составляющей концепта «joy» важными представляются разные системы ценностей, объективируемые в двух типах дискурса: художественном и религиозном.

В художественном дискурсе объекты радости человека связаны, как правило, с тем, на что сориентирована его система ценностей, а это явление сугубо индивидуальное, хотя в значительной степени определяется законами общественного устройства, типом социума и т. д. Нами было выделено семь возможных актантных структур радости на основе соответствующих моделей ситуации в рамках художественного дискурса. Например:

- (1)  $S \begin{matrix} \leftarrow + \\ \rightarrow - \end{matrix} O$
- (2)  $S \begin{matrix} \leftarrow + \\ \rightarrow - \end{matrix} -O$

Актантная структура (1) предполагает ситуацию, при которой не только Субъект (**S**) испытывает эмоцию радости по отношению к Объекту (**O**), но и предполагается положительное движение в обратную сторону:

The intense sense of peace, joy and assurance that possessed me in that moment of rapture abides with me still and that the vision of the world's beauty is as fresh and vivid now as when first my eyes were dazzled by it (Maugham 6, 283), где **S** (*narrator*) испытывает радость, умиротворение, спокойствие, наслаждаясь красотами мира (**O**), которые и даруют ему эти чувства.

Актантная структура (2) предполагает негативные действия Субъекта (**S**) по отношению к Объекту (**-O**), но доставляющие чувство радости Субъекту (**S**). Наиболее ярко модель этой ситуации, по нашему мнению, отражена в примере, описывающем убийство беззащитных животных на охоте:

“ – and so, sky lords,” Groft brought his oration to a close, “we come to ask that you send your young men to this hunting so that they may know the joy of plunging knives into the scaled death and see the horned ones die bathed in their own vile blood!” (Norton).

Если говорить о ценностях в религиозном дискурсе, то они, по замечанию В.И.Карасика, сводятся к ценностям веры, таким как

признание Бога, понимание греха и добродетели, спасение души. Если в других типах дискурса ценности могут быть скрытыми, подразумеваемыми и выводимыми, то в религиозном общении суть дискурса состоит в открытом утверждении ценностей (Карасик 2002). Наше исследование полностью подтверждает эту мысль. Нами было выделено девять возможных актантных структур радости на основе соответствующих моделей ситуации в рамках религиозного христианского дискурса. Например:

$$\begin{array}{l}
 (1) \quad S \xrightarrow{\pm} N(-O) \\
 (2) \quad S \xrightarrow{\mp} O \Rightarrow S \rightarrow S1
 \end{array}$$

Радость может представлять собой трехактантную структуру (1), в которой участвуют, помимо Субъекта (**S**), Объект радости (**O**) и «владелец» объекта, вызывающего радость (**N**). **S** испытывает чувство радости вследствие страданий **N**, то есть когда **N** не обладает **O**:

Israel, your famous hero lies dead on the hills, and your mighty warriors have fallen! <...> The godless Philistine women will be happy and jump for joy (Holy Bible, 2 S 1, 20), где Субъект (*the godless Philistine women*) испытывает чувство радости вследствие потери Объекта (*famous hero, mighty warriors*) его «владельцем» (*Israel*).

Актантная структура (2) обозначает чрезмерное стремление Субъекта (**S**) к Объекту радости (**O**) и возвращающееся в виде отрицательного фактора к самому Субъекту (**S**). Иногда эта структура осложняется тем, что ущерб наносится не только Субъекту (**S**) вследствие его неумеренности, но и Другому Субъекту (**S1**). Например:

You think that you alone are all-powerful, that you won't be a widow or lose your children. All you care about is pleasure, but listen to what I say. Your magic powers and charms will suddenly fail, then you will be a widow and lose your children (Holy Bible, Is 47, 8–9), где люди (**S**), пренебрегающие запретами и предписаниями, стремящиеся к получению мирских радостей и удовольствий (**O**), становятся подвержены разрушающему воздействию свыше. Но зачастую возмездие подвергаются не только грешники, но и их близкие родственники – дети, мужа (**S1**).

Выделенные актантные структуры радости в двух типах дискурса разнообразны и сложны, так как могут включать, помимо Субъекта, Объект, Другой Субъект, предполагать наличие аналогичной ситуации, являющейся фоном для данной модели. Направленность аффекта радости может быть единичной и мно-



жественной (когда речь идет о нескольких субъектах), положительной или отрицательной (когда аффект возвращается рикошетом к субъекту).

Подведем основные итоги.

1. Эмоциональный концепт «*joy*» представляет собой ментальное образование высокой степени абстракции, имеющее языковое выражение и отражающее многовековой опыт интроспекции языкового коллектива в виде культуроспецифических представлений о данной эмоции.

2. В структуре эмоционального концепта «*joy*» выделяются следующие составляющие: а) понятийная, отражающая признаковую и дефиниционную структуру, б) образная, фиксирующая концептуальные метафоры, поддерживающие концепт в языковом сознании, в) значимостная, определяемая местом, которое занимает имя концепта в лексико-грамматической системе конкретного языка, куда входят также этимологические и ассоциативные характеристики этого имени, и г) ценностная, благодаря которой вскрываются наиболее существенные смыслы, доминанты, совокупность которых образует определенный тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке.

3. Эмоциональный концепт «*joy*» в исследуемых типах дискурса имеет одни и те же концептуальные признаки, содержательное наполнение которых различно и отражает специфику определенного типа дискурса.

4. В концептуальных признаках и концептуальных метафорах эмоционального концепта «*joy*», выделенных нами в рамках религиозного христианского дискурса, присутствует теологический аспект, который позволяет выявить характер связи изучаемого концепта «*joy*» с ключевым концептом религиозного дискурса – верой в Бога, а также специфику отношения религиозного субъекта к эмоции радости, просматриваемого через призму соблюдения Божьих заповедей.

### Литература

Сайко О. А. Актуализация эмоционального концепта «*joy*» в художественном и религиозном типах дискурса: образная составляющая (на материале английского языка) // Вестник Поморского университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». – Архангельск : Издательский центр Поморского университета, 2007. – № 5. – С. 151–155.

Сайко О. А. К вопросу о понятийной составляющей эмоционального концепта *радость* // Лингвистика. Лингводидактика. Информатика: материалы конф. молодых ученых (Иркутск, 27 февраля – 3 марта 2006 г.). – Иркутск : ИГЛУ, 2006. – С. 60–61.

Сайко О. А. Концепт «радость» в религиозном дискурсе // Современ-

ные лингвистические теории: проблемы слова, предложения, текста: Вестник ИГЛУ. Сер. Лингвистика / под ред. проф. М. В. Малинович. – Иркутск : ИГЛУ, 2006. – № 5. – С. 155–165.

Сайко О. А. Английские симптоматические выражения, обозначающие радость // Проблемы и перспективы языкового образования в XXI веке: Материалы IV регион. науч.-практ. конф. / под ред. А. В. Колмогоровой, И. Д. Лаптевой, А. А. Куриленко. – Новокузнецк : Изд-во КузГПА, 2007. – С. 64–71

Сайко О. А. Ассоциативное поле концепта «joy» в современном английском языке // Лингвистика. Лингводидактика. Информатика: материалы конф. молодых ученых (Иркутск, 26 февраля – 3 марта 2007 г.). – Иркутск : ИГЛУ, 2007. – С. 63–64.

**Н.Ю. Чайковская**  
**(Волгоград)**

### **ВОЛЕИЗЪЯВЛЕНИЕ**

Цель данной работы заключается в лингвокогнитивной и дискурсивной характеристиках концептосферы «волеизъявление» в английском и русском языковом сознании и коммуникативном поведении.

Материалом исследования послужили данные выборки из словарей, произведений художественной, философской и психологической литературы, юридических документов на английском и русском языках. В качестве единицы исследования рассматривается текстовый фрагмент, воплощающий концептосферу «волеизъявлению» в целом или в виде составляющих ее концептов. Всего проанализировано около 6000 текстовых фрагментов.

Волеизъявление является сложным понятием высокого уровня абстракции и онтологически предполагает наличие пяти этапов развертывания: наличие мотива, ориентация, осуществление выбора, приложение усилий, реализация действия. Волеизъявление может быть рассмотрено как концептосфера, которая содержит в себе разнородные компоненты, осмысливаемые как отдельные концепты. Концепты внутри концептосферы «волеизъявление» объединены некоторыми общими признаками: наличие воли как присущей человеку способности проявлять активность, выражение воли как осуществление действия, направленного на определенный объект, перформативность как изменение действительности в результате осуществления действия, градуируемость как внутренне присущее волеизъявлению качество.

Положив в основу классификации волеизъявления признаки рациональности / эмоциональности и наличия либо отсутствия

внешней оценки выражения воли, мы можем выделить следующие типы волеизъявления:

1) волеизъявление как выражение намерения, рационального, обдуманного акта выбора (*«Назначаю Вас ответственным за этот проект»*);

2) волеизъявление, продиктованное каким-либо желанием, более или менее рациональным (*«Очень хочу пить»*);

3) волеизъявление как каприз (*«Ужасно хочу лето! Вот хочу и всё тут»*).

Неотъемлемой характеристикой волеизъявления является субъектность, соответственно можно построить типологию рассматриваемого феномена с учётом субъекта волеизъявления:

1) волеизъявление, независимое от субъекта (*на официальной церемонии награждения: «Вы награждаетесь орденом "За заслуги перед Отечеством"»*);

2) волеизъявление, зависимое от субъекта (*из текста завещания: «Всё моё имущество, какое ко дню моей смерти окажется мне принадлежащим, в чём бы таковое не заключалось и где бы оно не находилось, я завещаю Матвеевой Галине Константиновне»*);

3) волеизъявление, зависимое от субъекта с осложнениями (*например, с компонентом уступки: «Хорошо, в данной ситуации я не буду возражать против вашего участия в проекте»*).

Сведём эти две типологии воедино и получим следующую таблицу:

Типы волеизъявления по содержанию	Типы волеизъявления применительно к субъекту		
	независимое	зависимое	зависимое с осложнениями
каприз	-	+	+
желание	-/+	+	+
намерение	+	+	+

Внутри концептосферы «волеизъявление» мы выделяем три полярных концепта – «намерение», «желание», «каприз», – противопоставляя признаки рациональности и эмоциональности, большей или меньшей значимости внешней оценки.

Желание представляет собой переживание, характеризующееся более или менее осознанным представлением о стремлении совершить какой-либо поступок или действие. Этика и социальная психология рассматривают желание, прежде всего, с точки

зрения его обусловленности социальными нормами и ценностями – в этом смысле желание понимается как стремление, точнее, импульс к достижению какой-либо цели, идеала, мечты. Желание является одним из важнейших моментов тех психических состояний личности, которые предваряют её поведение и деятельность; оно характеризует, прежде всего, мотивационную и волевую сторону этих состояний.

Для выявления понятийных характеристик концепта «желание» обратимся к словарным дефинициям, толкующим данный концепт и его глагольную составляющую.

*Желание* – 1. *Внутреннее влечение, стремление к осуществлению чего-нибудь, обладанию чем-нибудь.* 2. *Потребность удовлетворить половое влечение, вожделение, страсть.*

*Желать* – 1. *Иметь внутреннее стремление к осуществлению чего-нибудь, обладанию чем-нибудь, хотеть* 2. *Испытывать любовное влечение к кому-нибудь.* 3. *Хотеть найти, искать, требовать.* 4. *Высказывать или делать какие-нибудь пожелания (БТС).*

*Желание* – 1. *Внутреннее влечение, стремление к осуществлению чего-либо, обладанию чем-л.* 2. *Чья-либо просьба, воля.* 3. *Потребность удовлетворить влечение, страсть (ТСРЯ).*

*Желание* – 1. *Влечение, стремление к осуществлению чего-нибудь, обладанию чем-нибудь.* 2. *Просьба, пожелание.*

*Желать* – 1. *Испытывать желание, хотеть.* 2. *Высказывать какие-нибудь пожелания (Ожегов).*

Эти определения можно свести к следующему набору признаков: 1) отражающее потребность переживание; 2) чем-либо обладать или что-либо осуществить; 3) связанное с чувствами и эмоциями влечение к какому-либо объекту; 4) действие, реализующееся в речевых актах пожелания, просьбы, приказа.

В синонимических словарях русского языка «желание» уточняется при помощи следующих синонимов:

*Желание* – *алчность, аппетит, влечение, вожделение, волеизъявление (книжн.), воля, горячка, готовность, жажда, зуд, интерес, склонность, намерение, нетерпение, охота, побуждение, погоня, пожелание, позыв, помыслы, поползновение (разг.), позыв, порыв, похоть, пристрастие, пыл, расположение духа, рвение, свербёж, склонность, соизволение, спрос, страсть, стремление, тенденция, томление, хотение.*

*Желать* – *алкать (устар.), бредить, быть не прочь, вздыхать о чём-то, влечь, вожделеть, волить (устар.), домогаться чего-то, жаждать, зариться, иметь охоту, мечтать, облизы-*

ваться, охотиться (устар.), порываться, преследовать какую-то цель, приспичить, реветь, спать и видеть (разг.), стремиться, томиться, хотеть.

При помощи данных синонимов можно выделить такие дополнительные признаки в семантике концепта «желание», как: 1) градуальность желания: от пассивного, слабо проявляемого – «соизволение» до высоко интенсивного, которое зачастую передается через образную основу «жажда», «пыл», «зуд»; 2) длительный и тоскливый характер желания «томление»; 3) темпоральность – «порыв», или противопоставленная ей постоянность желания – «наклонность», «интерес»; 4) включение компонента осознания цели будущего действия и построение его плана – «готовность», «стремление», «преследовать цель», или же отождествление желания с мечтой, как чем-то недостижимым «мечтать», «вздыхать о чём-то»; 5) заложенная в некоторых синонимах отрицательная внешняя оценка – «алчность», «вожделение».

В английском языке основным именем данного концепта, на наш взгляд, является слово «*desire*». Рассмотрим определения этого слова в толковых словарях английского языка.

*Desire* (n.) – 1. A strong wish. 2. A strong wish for sexual relation with smb. 3. An expressed wish or order. 4. Something desired.

*Desire* (v.) – 1. To wish or want very much. 2. To wish to have sexual relations with. (LDCE)

*Desire* (n.) – 1. The natural longing that is excited by the enjoyment or the thought of any good, and impels to action or effort its continuance or possession; an eager wish to obtain or enjoy. 2. An expressed wish; a request; petition. 3. Anything which is desired; an object of longing. 4. Excessive or morbid longing; lust; appetite. 5. Grief; regret. (obs.)

*Desire* (v.) – 1. To long for; to wish for earnestly; to covet. 2. To express a wish for; to entreat; to request. 2. Want sexually. 3. To require; to demand; to claim. (obs.) 4. To miss; to regret. (obs.) (CIDE)

*Desire* (n.) – 1. Conscious impulse toward something that promises enjoyment or satisfaction in its attainment. 2. a) Longing, craving. b) Sexual urge or appetite. 3. Usually formal request or petition for some action. 4. Something desired.

*Desire* (v., tr.) – 1. To long or hope for, exhibit or feel desire for. 2. a) To express a wish for: REQUEST. b) To express a wish to: ASK. 3. To feel the loss of (obs.).

*Desire* (v., intr.) – To have or feel desire. (MWD)

Эти дефиниции можно обобщить в виде следующего набора признаков: 1) сильное; 2) стремление обладать чем-либо, что принесет приятные эмоции; 3) предполагает последующее дей-

ствие и усилия для достижения; 4) любовное влечение; 5) действие, реализующееся в речевых актах пожелания, просьбы, приказа.

В англоязычных синонимических словарях и тезаурусах к рассматриваемому концепту приводятся такие синонимы:

*Desire (n.) – ambition, animus, appetence, appetency, appetite, ardor, aspiration, bent, coveting, craving, determination, disposition, eagerness, fancy, fantasy, fondness, hankering, hunger, impatience, impulse, inclination, intention, interest, itch, leaning, liking, languor, longing, lust, mind, partiality, passion, predilection, propensity, relish, thirst, willingness, will, wish, yearning, yen, zeal.*

*Desire (v.) – ache for, aspire after, be bent upon, be starving after, be on thorns for, burn to, care for, cast sheep's eyes upon, catch at, cling to, covet, crave for, cry for, die for, fancy, feel like, gasp for, grasp at, hanker, have a fancy for, have an eye to, have at heart, have (half) a mind to, hope for, hunger after, itch for, jump at, languish for, like, long for, look sweet upon (colloq.), lust for, pant for, pine for, raven for, run mad after, set one's cap at (colloq.), set one's eyes upon, set one's heart upon, set one's mind upon; sigh for, take to, take a fancy to, take into one's head, thirst after, want, will, wish, yearn.*

В тезаурусе Merriam-Webster основные синонимы к слову *desire* разводятся так:

Синонимы *DESIRE*, *WISH*, *WANT*, *CRAVE*, *COVET* означают испытывать сильное желание чего-то. *DESIRE* подчёркивает силу чувства и часто подразумевает наличие определённого намерения или цели <желает начать новую жизнь>. *WISH* иногда подразумевает желание общего характера или мимолётное желание, особенно чего-либо недостижимого <желает постоянного мира на Земле>. *WANT* предполагает наличие ощутимой потребности или недостатка в чём-либо <испытывает потребность иметь семью>. *CRAVE* подчёркивает силу физической потребности или эмоциональной необходимости <жаждет конфет>. *COVET* подразумевает сильное, завистливое желание <жаждет такой как у него славы>.

Синонимы *LONG*, *HANKER*, *PINE*, *HUNGER*, *THIRST* означают испытывать сильное желание чего-то. *LONG* подразумевает испытывать желание всем сердцем и часто также пытаться достигнуть <жаждал немного отдохнуть>. *YEARN* предполагает интенсивное, неустанное, мучительное желание <изнывал от желания актерской карьеры>. *HANKER* предполагает неприятное напоминание о неудовлетворённой потребности или желании <постоянная жажда денег>. *PINE* подразумевает томительное и безрезультатное сильное желание того, что невозможно <чахнул от потерянного любви>. *HUNGER* и *THIRST* подразумевают

настойчивое сильное желание или непреодолимую нужду <жаждал иметь свой собственный бизнес>, <жаждал власти>.

Толкования синонимов и тематически близкие слова в тезаурусах уточняют семантику английского концепта «desire» в следующих направлениях: 1) градуально нарастающая интенсивность желания: интенсивное желание, зачастую осмысливаемое по средствам образной основы (*ardor, appetence, appetency, craving, hunger, impatience, itch, passion, thirst, yen, zeal; ache for, be bent upon, be starving after, be on thorns for, burn to, catch at, cling to, crave for, cry for, die for, gasp for, grasp at, hunger after, itch for, jump at, languish, long for, pant for, raven for, run mad after, sigh for, thirst after*); желательность (*velleity, wish; feel like, have half a mind to, hope for, wish*); 2) длительный и тоскливый характер желания (*languor, longing, yearning; languish, long for, yearn*); 3) недостижимость желаемого в данный момент (*fantasy, hankering, longing, pining, wish; hanker, long for, pine for, wish*); 3) постоянность желания (*animus, fondness, liking, interest, partiality, predilection, propensity, relish; care for, have a fancy for, have an eye to, have at heart, set one's eyes upon, set one's heart upon, set one's mind upon; take to, take a fancy to*); 4) внезапность в возникновении желания (*impulse*); 5) наличие (*aspiration, determination, disposition, inclination, intention, will; aspire after, intend, strive, will*) или отсутствие (*fancy, fantasy*) компонента рациональности в желании; 6) отрицательная оценка осуждаемых желаний (*covert, greed, lust*).

Сравнение признаков, соотносимых с концептом «желание» в толковых и синонимических словарях английского и русского языков, показывает, что эти признаки совпадают. Это объяснимо тем, что «желание» — понятие универсальное, лексикализованное во всех языках. А. Вежбицкая (Вежбицкая 1999) относила желание к числу семантических примитивов, т.е. предельных далее неразложимых понятий, функционирующих во всех языках.

Исходя из этого, нам представляется возможным построить классификацию желаний, состоящую из бинарных оппозиций, в основу которых положены следующие характеристики: 1) интенсивность – пассивность; 2) постоянность – временность и внезапность; 3) достижимость – недостижимость; 4) иррациональность, сближающая желание с капризом, – рациональность, связывающая желание с намерением; 5) положительная оценка – отрицательная оценка.

Для развития и уточнения понятийного содержания мы рассмотрели образное содержание концепта «желание».

Вначале обратимся к образно-перцептивным характеристикам концепта. Желание имеет цветовые и вкусовые признаки.

Упоминание цвета при описании желания связано, как правило, с его оценочными характеристиками. Отрицательно оценива-

емое желание в русском языке – *чёрное, темное, мрачное*; в английском языке – *dark*.

Положительно оцениваемое желание – *светлое*. В английском языке соответствующего коррелята нам не встретилось.

Вкусовые характеристики желания выражают идею его достижимости или недостижимости. Желание, которое маловероятно осуществиться или связано с каким-то отрицательным поступком – *горькое*.

*Сладкое* (англ. *juicy, luscious*) желание сопряжено с предвкушением его осуществления и чем-то приятным.

В английском языке, помимо вкусовых, фигурируют осязательные характеристики: *soft, hard*.

Переживание какого-либо желания человеком, особенно сопряженного со страстью, имеет внешние проявления.

Это заметно во взгляде:

*От желания у неё загорелись глаза.*

Испытываемое желание сравнивается с ударом, вызывает слёзы:

*Lying in her palm, strained, weeping with desire, she had a definite bias to one side, a kink almost.*

Или же оно может сопровождаться определёнными психофизиологическими реакциями:

Болевые симптомы:

*И с каждой минутой желал все сильнее и сильнее, до сердечной боли, до неумного желания догнать ее, чтобы еще раз посмотреть... Найми слова, уговорить, умолить остаться...*

*Desire had become a physical pain.*

Учащенный пульс, дрожь, головокружение, слабость, повышенная температура, лихорадка:

*И заполнило пылающую голову одно желание – увидеть его поскорее!*

*She felt weak with desire.*

*"Oh! Nothing," said Ossipon, gazing earnestly and quivering inwardly with the desire to find out something.*

Образно-метафорические характеристики концепта «желания» были выявлены на основе анализа сочетаемости.

Желание типично выступает как стихия огня. В корпусе наших примеров мы встретили 15 единиц, выражающих эту метафору в русском языке: *(вос)пылать, (воз)гореть, загореться, (за)(по)гасить, затухать, подогреть, разжигать, жгучее, горячее, пламенное, пылкое, огонь, пламя, искры*. 12 единиц в английском: *to burn with desire, to be fired by desire, to be fuelled by desire, to be inflamed by desire, desire fades away, ardent desire, burning desire, hot desire, ardour of desire, fire(s) of desire, sparks of desire, flare of desire*.

Образ желания воплощен в метафоре «болезнь» и передаёт



либо идею интенсивности желания, либо его нерациональности. 10 единиц в русском языке: *болеть, бредить, быть ослеплённым, изнывать, ослеплять, руки чешутся, зуд, свербёж, (не)здоровое, горячка*. 7 единиц в английском языке: *(un)healthy desire, sickening desire, morbid desire, fervent desire, to be blinded by desire, ache to do smth., agony of desire, fever*.

В том числе желание в ряде случаев ассоциируется с болезнью психической, с потерей рассудка. 3 единицы в русском языке: *быть одержимым, сходить с ума, сумасшедшее*. 5 единиц в английском языке: *(in)sane desire, crazy desire, to be maddened by desire, to be crazy with desire, folly of desire*.

Переживание желания ассоциируется с переживанием боли. В русском языке: *быть мучимым, мучаться, страдать*. В английском языке: *to suffer, to be tormented by, to be tortured by, to be on thorns for, cry for*.

Данная метафора тесно связана с переосмыслением желания как острого предмета, который эту боль наносит. В русском языке: *острое желание*. В английском языке: *a stab of desire*; заглушить желание – *to cut off desire*.

Нередко встречается антропоморфная метафора. В русском языке 6 единиц: желание может *рождаться, умирать, жить, расти, просыпаться, посещать*. 6 единиц в английском языке: *desire is born, desire dies, desire grows, desire awakes, desire visits a person, to nurse desire*.

Желания, к которым мы относимся отрицательно, передаются через метафорику войны, переосмысливаясь как враг, с которым нужно сражаться. 12 единиц в русском языке: *бороться, напирать, (не)уступать, овладевать, освобождаться, отбивать, побороть, подавлять, подчинять(ся), преследовать, противостоять, сопротивляться*. 20 единиц в английском языке: *to battle against desire, to be (un)conquered by desire, to fight desire, to kill desire, to overpower desire, to repress desire, to resist desire, to restrain desire, to be seized by desire, to be smitten by desire, to stifle desire, to struggle with desire, to subdue desire, to suppress desire, to yield to desire, desire takes possession, exiled desire, rebellious desire, armies of desire, victim of desire*.

Также метафора «война» встречается в случаях, когда речь идёт о борьбе желания и рассудка, желания и совести, желания и какой-либо эмоции.

Флористическая метафора может передавать идею желания. В русском: *расти, созревать*. В английском языке: *desire grows, seeds of desire*.

Также встречается зооморфная метафора, желание как зверь. В русском языке: *дикое, неукротимое*. В английском языке: *raging, wild*.

Сильное, страстное желание сравнивается с явлениями природы. В русском языке: *волны, разыгравшийся шторм, буря, гроза*. В английском языке: *waves of desire, flood, desire surges, a gust of desire, quicksands of desire*.

Желания могут описываться, как какое-либо вещество:

*Твои желания, как мыльные пузыри, – лопаются при малейшем соприкосновении с действительностью.*

В данном примере иррациональное, неосуществимое желание сравнивается с мыльными пузырями.

В английском языке это вещество тающее: *melting desire*.

В русских примерах нам встретилась метафора, где желание выступает как **груз**, тяжкая ноша: *нести бремя желаний*.

Таким образом, образные характеристики желания в русском и английском языке в значительной степени совпадают. Желание имеет вкусовые и цветовые характеристики. Переживание желания имеет внешние проявления и может сопровождаться определёнными психофизиологическими реакциями. Образно-метафорические характеристики в русском языке по частотности их употребления следующие: огонь, болезнь, враг, человек, боль, явления природы, животное, растение, острый предмет, вещество, тяжёлый груз. В английском языке порядок будет таков: враг, болезнь, огонь, человек, явления природы, животное, растение, острый предмет, вещество.

Для выявления ценностных характеристик концепта «желание» мы проанализировали универсальные оценочные высказывания – пословицы и афоризмы.

В паремиологическом фонде русских пословиц нам встретилось 54 единицы на тему «желание», в английском – 37 единиц.

Желание – сила, побуждающая человека к действию, облегчающая исполнение любого дела, помогающая найти реальные способы исполнения и толкающая на совершения поступков:

*Была бы охота, а возможность найдётся*

*Nothing is impossible to a willing heart.*

Человеческие желания бесконечны, отсутствие желаний естественно, лишает человека жизненной силы:

*Не насытится око зренья, а сердце желанья.*

*He begins to die that quits his desires.*

Но в то же время эта же мысль получает и отрицательную оценку:

*Глаза завидуещи, а руки загребуещи.*

*The more you have, the more you want.*

Утверждается, что желания должны быть добрыми, соотноситься с человеческими ценностями:

*Желай добра себе и другому.*

*That which you yourself do not desire, do not do to others.*

Концепт «желание» тесно связан с концептом «труд», для осуществления желания необходимо действовать:

*Хочется есть, да не хочется лезть.*

*He who would eat the nut must first crack the shell.*

Подчеркивается, что желание без знаний не приводит к хорошему результату:

*Мало что хотеть, надо знать да уметь.*

*Desire without knowledge is not good, and one who moves too hurriedly misses the way.*

В английском примере, помимо важности знаний, акцентируется необходимость определённой доли ожидания и терпения.

Вот ещё одна пословица на эту тему:

*Between the wish and the thing life lies waiting.*

Приведём сходную русскую пословицу:

*На всякое хотенье есть терпенье.*

Пассивные желания оцениваются отрицательно:

*Много думается, мало сбывается.*

*Mere wishes are silly fishes.*

Сила желать есть всегда, а действовать и осуществлять задуманное – нет:

*Душе с телом мука.*

*The spirit is willing, but the flesh is weak.*

Осуждаются чрезмерные желания, они приводят к плохим последствиям:

*Много желать – ничего не видать.*

*All covet, all lose. Too many desires harm the mind.*

Желания должны соотноситься с человеческими возможностями, силами, долгом:

*Мало ль чего хочется, да в кармане колется.*

*He that will not when he may, when he will he shall have nay.*

Далее мы рассмотрели ценностные установки концепта «желание» в русскоязычной и англоязычной афористике.

Отмечается, что желание, безусловно, большая движущая сила:

*Ежели бы человек не желал, то и не было бы человека. Причина всякой деятельности есть желание (Л.Н. Толстой).*

*All human activity is prompted by desire (Bertrand Russell).*

Однако уточняется, что для достижения цели необходимо активное, полнокровное желание, а не пассивное:

*Человек, который непременно хочет чего-нибудь, принуждает судьбу сдаться (М. Ю. Лермонтов).*

*Desire is the starting point of all achievement, not a hope, not a wish, but a keen pulsating desire which transcends everything (Napoleon Hill).*

Желания служат предвестником тех вещей, которые мы способны сделать:

*Тебе никогда не даётся желание, без того, чтоб не давались силы осуществить его (К. Мелихан).*

*An intense anticipation itself transforms possibility into reality; our desires being often but precursors of the things which we are capable of performing (Samuel Smiles).*

Для реализации желания необходимо приложить усилия:

*Недостаточно хотеть – нужно делать (И. Масалитин).*

*Anything you really want, you can attain, if you really go after it (Wayne Dyer).*

Желание без последующего действия осуждается:

*Кто хочет – ищет способ, кто не хочет – ищет причину (Г. Малкин).*

*He who desires but does not act, breeds pestilence (William Blake).*

Нужно стремиться реализовать свои желания, чтобы бы не сожалеть:

*Жизнь дана на то, чтобы осуществить свои желания, а не на то, чтобы плакать о невозможности их осуществления (Г. Малкин).*

Исполнение желания, особенно нравственного, есть счастье и радость:

*Нет ничего лучше, чем исполнение того, что хочешь и того, что полезно (Д.В. Кваша).*

*There is no beautifier of complexion or form of behavior like the wish to scatter joy, and not pain, around us (Ralph Waldo Emerson).*

Неисполненные желания приносят страдания и душевные муки:

*Несбывшиеся желания – петля на шее (В. Мозговой).*

В то же время желания бывают более привлекательными, чем реальность, и их осуществление приносит разочарование:

*Только неисполненное желание не приносит разочарования (М. Мамчич).*

*There are two tragedies in life. One is not get your heart's desire. The other is to get it (George Bernard Shaw).*

Нужно быть осторожными в своих желаниях:

*Бойтесь своих желаний – они сбываются (Р. Литвинова).*

*If a man could have half of his wishes, he would double his troubles (Benjamin Franklin).*

Желания – безграничны, когда осуществляется одно, появляются новые:

*Если человеку дать всё, что он хочет, он захочет и то, чего не хотел (К. Мелихан).*

*Longing, we say, because desire is full of endless distances. (Robert Hass)*

Чем больше человек имеет, тем больше у него желаний:

*Кому много дано тому вечно не хватает (М. Мамчич).*

*It is much easier to suppress a first desire than to satisfy those that follow (Benjamin Franklin).*

В желаниях нужно довольствоваться только необходимым:

*Великие довольствуются малым (К. Кушнер).*

*It is not the greatness of a man's means that makes him independent, so much as the smallness of his wants (William Cobbett).*

Запретное и неосуществимое манит человека:

*Больше всего запретных плодов на древе желания (Б. Крутнер).*

*All the things I really want to do are either immoral, illegal or fattening (Alexander Woollcott).*

Необходимо уметь формулировать свои желания для их успешной реализации:

*Часто понимаешь, чего хотел, когда уже ничего не хочешь (К. Мелихан).*

*Those who cannot tell what they desire or expect, still sigh and struggle with indefinite thoughts and vast wishes (Ralph Waldo Emerson).*

И в английской, и в русской афористике выражена идея о том, что желания нужно ограничивать в соответствии с необходимостью. В английских высказываниях также говорится, что для жизни необходимые любые желания, даже нерациональные:

*Some desire is necessary to keep life in motion, and he whose real wants are supplied must admit those of fancy (Samuel Johnson).*

Утверждается, что человек неоправданно устанавливает желаниям границы:

*We trifle when we assign limits to our desires, since nature has set none (Christian Nevell Bovee).*

Сравнение русских и английских оценочных характеристик концепта “желание” свидетельствует о том, что в значительной мере эти характеристики совпадают: 1) желание – это движущая человеком сила, побуждающая к действиям, которые человек принципиально способен совершить; 2) желания человека должны соотноситься с человеческими ценностями, возможностями, силами, долгом; 3) исполнение желания связано с трудом, знаниями, терпением, временем, физическими или эмоциональными усилиями; 4) пассивное, мечтательное желание оценивается отрицательно; 5) желания безграничны; 6) с одной стороны, исполнение желания – счастье, а неосуществление желания – это страдание; а с другой стороны, желания несбывшиеся обладают большей притягательной силой, чем реальность; 7) неисполнение желаний или реализация чрезмерных желаний приносит печаль, муки, страдания и беды (однако в английском языке нерациональные и излишние желания оцениваются в том числе и положительно); 8) нужно четко формулировать свои желания и стремиться к их осуществлению, чтобы не сожалеть, но не желать

лишнего и нерационального, так как будешь наказан; 9) человек зачастую желает либо невозможного, либо запретного.

Аналогичным образом нами были рассмотрены концепты «намерение» и «каприз».

В результате анализа концепта «намерение» мы получили следующие результаты:

1. Понятийные характеристики концепта «намерение» в русском и английском языках имеют признаки: предположение решительного, волевого действия субъекта; согласно плану; последовательное движение к определённой цели; рассчитанное на перспективу; предполагающее определённый результат; градуируемость по степени решительности; градуируемость по степени настойчивости; градуируемость по степени продуманности и определённости; наличие усилий для достижения цели, которое градуально нарастает; протяженность во времени; отрицательная оценка негативных намерений; акцент на обдумывании самого действия, процесса или результата действия.

2. Образно-перцептивные характеристики концепта «намерение» связаны с его внешними проявлениями: особое выражение лица, взгляд, просодические характеристики речи, мимика, жесты и движения, соответствующие ситуации. Образно-метафорические характеристики немногочисленны и были обнаружены только в русском языке – сравнение с газообразным веществом, твердым веществом, открытой книгой.

3. Ценностные характеристики концепта «намерение» в русском и английском языках можно свести к таким установкам, как: за намерением должно следовать действие; благие намерения могут вылиться в негативный результат; за благими намерениями часто не стоит ничего реального; намерение определяет будущее человека, однако есть важные события, в которых случай играет более важную роль.

В результате анализа концепта «каприз» мы пришли к следующим выводам:

1. Понятийные характеристики концепта «каприз» в английском и русском языках сводятся к следующему набору признаков: желание; чего-то лишнего и ненужного; необдуманное; немотивированное, может описывать временное поведение, а может – постоянную черту характера; в ряде случаев несет в себе отрицательную внешнюю оценку.

2. Анализ образно-перцептивных характеристик концепта «каприз» показал, что и в русском, и в английском языках они тесно связаны с субъектами каприза, людьми, в силу различных причин имеющими право на его выражение: женщина (рус. – 41%, англ. –

37%); ребёнок (рус. – 29%, англ. – 22%); люди, имеющие привилегии и статусное превосходство (рус. – 15%, англ. – 25%); пожилые люди (рус. – 10%, англ. – 12%); люди, не вполне владеющие собой, из-за каких-либо внешних причин (рус. – 5%, англ. – 4%). Эти характеристики дополняются внешними проявлениями – особой интонацией, тембром голоса (тоненький капризный голосок, плач, крик), мимикой (надуть губы, скривить губы, сдвинуть брови, изогнуть брови, нахмуриться) и жестами (топать ногами). Образно-метафорический компонент представлен сравнениями с явлениями природы, врагом, зооморфной метафорой для характеристики человека, на которого каприз направлен. В английском языке также проходит сравнение с ударом, вкусовыми ощущениями.

3. Ценностные характеристики в русском и в английском языках связаны с соотношением каприза и права на каприз, каприза и его печальных последствий, акцентируется связь каприза и отрицательных черт характера.

Волеизъявление является компонентом любого действия, но может быть осмыслено и пережито как отдельная сущность, это относится как к семантике лексических единиц, так и к содержанию речевых актов. В группе директивов волеизъявление выражено специализированно, и его целью является побуждение адресата к действию. В других группах волеизъявление выражается связано, в качестве одного из компонентов, лежащего в основе любого действия, и его целью является регулирование отношений между участниками общения.

Проиллюстрируем сказанное применительно к речевому акту пожелания.

Коммуникативной целью речевого акта пожелание является выражение желание чего-либо, преимущественного приятного и доброго, по отношению к адресату. В речевом акте пожелания волеизъявление говорящего состоит в том, чтобы высказать внимание и симпатию по отношению к адресату, надежду на благополучие в его жизни и тем самым соответствовать нормам этикета принятым в обществе. При помощи семантических примитивов речевой акт пожелания можно представить следующим образом:

*Говорю, что хочу, чтобы с тобой случилось что-то хорошее*

*Говорю это, потому что думаю, что это способствует осуществлению*

*Говорю это, потому что хочу, чтобы тебе было приятно и хорошо*

Так как речевой акт пожелания реализуется в различных этикетных ситуациях, то специфику волеизъявления можно установить выделив различные типы пожеланий в зависимости от этикетной ситуации их произнесения. На основе этого критерия мы выделяем следующие типы пожеланий:

1) Пожелание-приветствие:

Пожелание-приветствие служит средством установления контакта и формирования положительной установки на общение.

– *Здравия желаю!*

*"Bon appetit!"*

2) Пожелание-прощание:

– *Всего Вам самого доброго!*

*"Have a nice day!"*

Пожелания при прощании могут объединяться с советом или напутствием. Обращение к речевому акту пожелания в данном случае происходит с тем, чтобы не оказывать прямого воздействия на адресата и не подчеркивать своего превосходства над ним. В данном случае пожелания часто используются для того, чтобы дать указание или высказать предложение, как поступить в той или иной ситуации. Например, напутствие ребёнку:

– *Слушайся родителей!*

*"Behave well."*

3) Пожелание-благодарность:

– *Дай Бог тебе здоровья.*

Как правило, пожелание-благодарность употребляется в этой стереотипной конструкции пожелания здоровья.

4) Пожелание-благословение:

– *Благослови тебя Бог!*

*"God bless you! God help you!"*

Пожелание-благословение нередко сближается с пожеланием-прощанием или пожеланием-благодарностью, так как зачастую употребляется в этих этикетных ситуациях. Однако мы тем не менее выделяем его в отдельный тип, потому что у него всё-таки есть своя специфическая цель иногда не совпадающая с непосредственно прощанием или благодарностью.

5) Пожелание-комплимент:

– *Будь всегда такой же красивой!*

*"Always remain as beautiful as you are today!"*

Пожелание-комплимент отличается от обычного комплимента тем, что всегда связан с планом будущего.

6) Пожелание-поздравление:

– *Поздравляю! Пусть все твои мечты сбудутся!*

*"Merry Christmas! I wish you all the best."*

Пожелание-поздравление как правило содержит упоминание таких общепринятых ценностей, как: здоровье, счастье, успех, долгие годы жизни, реализация желаний и планов. Отступление от клишированных формул при поздравлении свидетельствует о близкой дистанции между собеседниками, о наличии у говорящего какой-либо дополнительной информации, которая, он знает,



имеет значение для конкретного адресата:

– *Поздравляю! Дай бог тебе долгие счастливые годы жить. Дай Бог, чтобы грусть твоя отступила, а грядущая поездка принесла много положительных эмоций.*

В данном примере помимо стандартных пожеланий счастья и долгих лет жизни, фигурирует и специфическая часть, которая свидетельствует о том, что говорящий знает об эмоциональном состоянии адресата и о ближайших будущих событиях в его жизни.

7) Пожелание-тост:

– *Чтобы всё у тебя было хорошо.*

*"To your health."*

Так как перечисленные этикетные ситуации зачастую стандартизированы, предсказуемы и частотны, это предопределяет функционирование в них довольно ограниченного круга клишированных пожеланий. Стереотипные пожелания делают само пожелание менее адресным, зато универсальным, достаточным и уместным для успешного совершения этикетного речевого акта.

К общим способам выражения волеизъявления в речевом акте пожелания можно отнести следующие: формы повелительного наклонения, формы сослагательного наклонения, перформативные глаголы «желать», «надеяться» в изъявительном наклонении 1-го лица единственного и множественного числа, вежливые перформативные высказывания, начинающиеся с «позволь(те)» и «let me», высказывания, где вместо соответствующего перформативного глагола используется существительное «пожелание», односоставные клишированные предложения с именем существительным, модифицированные прилагательными, количественными определителями, предлогами. К специфическим способам выражения волеизъявления в русском языке относятся императивные высказывания с частицами «пусть» и «да», а также инфинитивные предложения. Особыми для английского языка является использование модального глагола «may» и устойчивых выражений с формой "be" в качестве императива.

В речевом акте приказа волеизъявление говорящего направлено на побуждение адресата к действию, и подчеркивается на облигаторность выполнения данного действия. Приказы можно классифицировать по степени строгости от приказов с нескрываемым гневом, раздражением и досадой до мягких приказов, граничащих с просьбой. Среди общих способов выражения приказа в русском и английском языках выделяем грамматические формы повелительного наклонения, изъявительное наклонение перформативных глаголов, лексическое значение которых выражает приказ: «приказывать», «командовать», односоставные именные,

наречные и междометные предложения, повествовательные предложения с глаголами в изъявительном наклонении, фразеологизированные выражения с императивной семантикой, неконвенциональные средства, выражающие приказ только при условии наличия определённого контекста. Отличительным для русского языка является выражение волеизъявления при помощи специального типа инфинитивных предложений, сослагательного наклонения с частицей «чтоб», а также широкое употребление частиц, конкретизирующих оттенки приказа, с формами повелительного наклонения. Специфическим для английского языка является использование высказываний с различными модальными глаголами. Семантически английские высказывания с модальными глаголами соотносятся с русскими предложениями типа «(не)должен», «(не)нужно», «(не)надо», «необходимо», «обязан», «(не)следует».

В речевом акте клятвы волеизъявление говорящего направлено на то, чтобы заставить адресата поверить в истинность произносимых слов. Специфика волеизъявления может быть далее уточнена применительно к разным типам клятв среди которых мы выделяем: клятвы-обещания, клятвы – утверждения, клятвы-угрозы и клятвы проклятия. К способам выражения волеизъявления в речевом акте клятвы общих для русского и английского языка относятся 1-е лицо изъявительного наклонения глагола «клясться» и сочетание глагола «клясться» с глаголом «мочь». Для английского языка специфична грамматическая форма будущего времени глагола «клясться». Для речевого акта клятвы по сравнению с другими речевыми актами важно обязательное лексическое его выражение.

В речевом акте пожелания волеизъявление говорящего состоит в том, чтобы высказать внимание и симпатию по отношению к адресату, надежду на благополучие в его жизни и тем самым соответствовать нормам этикета принятым в обществе. Специфика волеизъявления может быть далее уточнена применительно к разным типам пожеланий.

К отличительным особенностям функционирования волеизъявления в обиходном и юридическом дискурсах можно отнести следующий момент: волеизъявление в обиходном дискурсе имеет тенденцию к нейтрализации различий между желанием и намерением, в то время как волеизъявление в юридическом дискурсе проявляется как намерение и детально фиксируется как перформативное действие с конкретизацией прав и обязанностей участников данного институционального общения.

В речевом жанре завещания волеизъявление гражданина устанавливает порядок передачи после своей смерти принадлежащих ему имущественных прав отдельным лицам или организациям. В речевом жанре завещания как русском, так и в английском языке, волеизъявление субъекта на протяжении всего текста выражается при помощи институциональных перформативов.

Говоря о языковом воплощении завещания, следует в первую очередь отметить, что жанром в основном используются языковые возможности официально-делового стиля, его административно-канцелярского подстиля в профессиональной юридической модификации. И этот факт во многом обуславливает выбор языковых средств. Официально-деловому стилю свойственен характер предписания и долженствования, так как в официальных документах вообще и в завещании, в частности, находит своё выражение нормативно-регулирующая функция права. Неотъемлемой характеристикой любого документа являются штампы (стереотипные, шаблонные выражения). Применительно к завещанию это такие фразы, как:

*«Настоящим завещанием делаю следующее распоряжение...»*

*«Исполнителем завещания назначаю...»*

*«I ...being of sound and disposing mind and memory do make, publish and declare this to be my Last Will and Testament».*

*«I hereby nominate, constitute and appoint ... as Executors of this my last Will and Testament».*

Все перечисленные выше фразы и составляют основной блок завещания, по которому довольно легко отслеживается структура и основное содержание этого документа. Примечательно и то, что практически все шаблонные выражения, встречающиеся в русских завещаниях, имеют точный аналог в американских.

На уровне синтаксиса яркой отличительной особенностью американских завещаний является наличие усилительных конструкций и синонимических рядов глаголов, подчёркивающих перформативную направленность этого документа. Например:

- *I do, make, publish and declare this to be my last Will*

- *Я делаю следующее распоряжение...*

Содержательная часть завещания имеет определённое строение, и последовательность её элементов выдерживается достаточно строго, при этом намерение субъекта завещания должно быть четко сформулировано в описательно-резолютивной части данного документа.

В этой части содержатся решения завещателя, кому и какую часть имущества он хотел бы оставить в случае его смерти, а также делаются некоторые специальные распоряжения: назначе-

ние исполнителя завещания, возложение определённых обязанностей на исполнителя и наследников. Все образцы американских завещаний обязательно содержат специальные распоряжения, и эти распоряжения предшествуют части, где описывается, кому и в какой доле завещатель оставляет своё имущество. В русских же завещаниях сначала следуют решения завещателя по поводу своего имущества, а затем, идут специальные распоряжения.

*Всё своё имущество, где бы оно ни находилось и в чём бы оно ни заключалось, я завещаю ...(ФИО наследника). Исполнителем завещания я назначаю...(ФИО), на которого возлагаю следующие обязанности...*

*I nominate and appoint ... (name) to be Executor of my Will, granting him all powers and authority usually allowed in law to executors. I give and bequeath the residue of my estate whatever kind and wheresoever situate to ...(name of the legatee).*

Согласно выделенным нами пяти этапам разворачивания концепта волеизъявления проследим наличие каждого из них в завещании. Первые два этапа (желание, стремление и мыслительная деятельность, размышления по поводу действия), а также четвёртый этап (с интегральной семой усилия, попытки) воплощения концепта не находят выражение в завещании, так как они не вполне соответствуют официально-предписательному тону этого документа. Третий (принятие решения и выбор) и пятый этапы (осуществление, реализация действия) в завещании находят лексическое воплощение в виде институциональных перформативов – особых речевых действий, реализующих волю субъекта речи в рамках определенного социального института и приводящих к изменению статуса участников коммуникации.

В речевом жанре брачного договора волеизъявление направлено на определение имущественных прав и обязанностей лиц, вступающих в брак или пребывающих в браке. В речевом жанре брачного договора в русском языке волеизъявление супругов выражается при помощи глаголов в 3-м лице единственном числе изъявительного наклонения и безличных конструкций. В английском брачном договоре волеизъявление выражается при помощи глаголов в будущем времени.

Подведем основные итоги.

1. Конститутивными признаками концептосферы «волеизъявление» являются следующие: 1) наличие воли как присущей человеку способности проявлять активность, 2) выражение воли как осуществление действия, направленного на определенный объект, 3) перформативность как изменение действительности в результате осуществления действия, 4) градуируемость как внут-

ренне присущее волеизъявлению качество, 5) наличие разнородных компонентов волеизъявления, осмысливаемых как отдельные концепты.

2. Онтологическая сущность волеизъявления включает следующие этапы его развертывания: 1) наличие мотива, 2) ориентация, 3) выбор, 4) приложение усилий, 5) осуществление действия. Волеизъявление является компонентом любого действия, но может быть осмыслено и пережито как отдельная сущность, это относится как к семантике лексических единиц, так и к содержанию речевых актов.

3. В основу классификации концептов, составляющих концептосферу «волеизъявление», положены следующие признаки: 1) соотношение рациональности и эмоциональности, на основании чего противопоставляются концепты «намерение» и «желание», 2) более либо менее подчеркиваемая значимость внешней оценки волеизъявления, что позволяет противопоставить концепт «каприз» концептам «намерение» и «желание».

4. Понятийные характеристики концепта «намерение» сводятся к следующим признакам: 1) волевой импульс, 2) наличие плана, 3) последовательное движение к определенной цели. Образно-перцептивные характеристики данного концепта раскрываются преимущественно в виде мимики и жестикულიации субъекта намерения. Ценностные характеристики концепта «намерение» связаны с соотношением намерения и последующего действия, критической оценкой благих намерений, признанием важной роли случая при реализации намерений.

5. Понятийные характеристики концепта «желание» включают следующие признаки: 1) волевой импульс, 2) эмоциональная основа, 3) широкая вариативность по интенсивности, 4) вариативность по достижимости, 5) вариативность по степени контролируемости сознанием, 6) вариативность по продолжительности. Образно-перцептивные характеристики данного концепта состоят преимущественно в описании психофизиологического состояния человека, образно-метафорические признаки желания сводятся к его сравнению с огнем, болезнью, войной, диким животным, растением, острым предметом, явлением природы. Ценностные характеристики концепта «желание» связаны с соотношением 1) желаний, возможностей и долга, 2) желаний, терпения и усилий, 3) желаний и мечтаний, 4) желаний и страданий, 5) желаний и их реализации.

6. Понятийные характеристики концепта «каприз» представлены следующими признаками: 1) волевой импульс, 2) внешняя оценка этого импульса, 3) мотивация оценки, 4) изменчивость, 5)

переход в черту характера. Образно-перцептивные характеристики данного концепта состоят в описании типичных субъектов каприза (женщина, ребенок, люди, имеющие привилегии, люди, не вполне владеющие собой), образно-метафорические признаки каприза представлены его сравнениями с явлениями природы, войной, животными, вкусовыми ощущениями. Ценностные характеристики концепта «каприз» связаны с соотношением каприза и права на каприз, каприза и его последствий.

7. Понятийные и оценочные характеристики концептов, образующих концептосферу «волеизъявление», в значительной степени совпадают в английской и русской лингвокультурах, некоторые различия проявляются в образных компонентах проанализированных концептов.

8. Волеизъявление в обиходном дискурсе имеет тенденцию к нейтрализации различий между желанием и намерением. В клятве как разновидности комиссивов волеизъявление направлено на регулирование отношений между участниками общения, в приказе как разновидности директивов – на побуждение адресата к действию, в пожелании как разновидности экспрессивов – на соблюдение норм этикета.

9. Волеизъявление в юридическом дискурсе проявляется как намерение и детально фиксируется как перформативное действие с конкретизацией прав и обязанностей участников данного институционального общения. Завещание и брачный договор как жанры юридического дискурса уточняют побуждение к действию в виде предусмотренных законом обстоятельств, условий и последствий выполнения либо невыполнения соответствующего директива. Языковые средства, посредством которых выражается волеизъявление в юридическом дискурсе, включают значительное число клишированных единиц, а также конвенциональных формул.

### **Литература**

Чайковская Н.Ю. Концепт «каприз»: понятийные, образные и ценностные характеристики // Известия Волгоградского государственного педагогического университета: серия «Филологические науки». – Волгоград: Изд-во Перемена, 2008. – Вып. №2 (26). – С. 49-53.

Чайковская Н.Ю. Завещание как жанр юридического дискурса // Аксиологическая лингвистика: проблемы и перспективы: материалы Междунар. науч. конф. – Волгоград: Колледж, 2004. – С. 111-113.

Чайковская Н.Ю. Брачный договор как жанр юридического дискурса // Личность, речь и юридическая практика: межвуз. сб. науч. статей. – Ростов-на-Дону, 2005. – Вып. 8. – С. 230-233.

Чайковская, Н.Ю. Волеизъявление в юридическом дискурсе: на при-

мере юридических документов // Единицы языка и их функционирование. – Саратов: Изд-во Научная книга, 2006. – Вып. 12. – С. 212-216.

Чайковская Н.Ю. Концепт «волеизъявление»: образные характеристики // Аксиологическая лингвистика: проблемы лингвоконцептологии, семантики и стилистики: сб. науч. трудов. – Волгоград: Колледж, 2006. – С. 56-59.

Чайковская Н.Ю. Концепт «волеизъявление»: понятийные характеристики // Межрегиональные научные чтения, посвящённые памяти профессора Р.К. Миньяр-Белоручева: сб. статей. – Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2006. – С.365-369.

Чайковская, Н.Ю. Перформативность как конститутивный признак концепта «волеизъявление» // Интенсивное обучение иностранным языкам: проблемы лингвистики: сб. науч. статей. – Волгоград: Изд-во Перемена, 2007. – С.190-196.

**С.Г. Растатуева**  
(Тула)

## **ТОЛЕРАНТНОСТЬ**

«Толерантность» является давним концептом европейской культуры. Рассуждения о толерантности находим в трудах Дж. Локка. В своих «Письмах о веротерпимости», «Очерках о терпимости» философ предлагает концепцию толерантности, основанную на общественном договоре и разделении частной и общественной составляющих жизни каждого человека. Как философская и этическая категория толерантность была рассмотрена в трудах П. Бейля. Против религиозной нетерпимости выступал Вольтер в своём «Трактате о веротерпимости». Правам человека посвящены работы Ж.Ж. Руссо. В Западной Европе толерантность была своеобразной рефлексией Тридцатилетней войны и религиозных столкновений. Позже мысли о толерантности появляются и в русской лингвокультуре, в трудах Л.Н. Толстого, А.И. Солженицына. Особенно большой интерес к толерантности как культурно-социальному феномену возникает в конце XX века. Появляется целый ряд исследований в педагогике, политике, социологии.

При всём многообразии научных работ о толерантности в русистике отсутствуют исследования данной ментальной категории. Важность такого изучения предопределена тем, что оно сможет продемонстрировать специфику осмысления толерантности не только научным, но и обыденным сознанием.

Объектом нашего исследования являются языковые и речевые единицы русского языка, репрезентирующие концепт «Толерантность», предметом — их ономаσιологические, семантиче-

ские, прагматические признаки, свойства, функции.

Источниками исследования стали лексикографические издания, философские, педагогические, религиозные трактаты, политические документы, печатная продукция средств массовой информации, материалы сайтов Интернет.

Материалом исследования послужила картотека автора, включающая около 3 000 употреблений ключевого слова концепта «Толерантность».

Теоретическую базу исследования составили идеи В. фон Гумбольдта, Э. Сепира, Б. Уорфа, А. Вежбицкой, А.А. Потебни, С.А. Аскольдова, Ю.Д. Апресяна, Н.Д. Арутюновой, Н.Ф. Алефиренко, Ю. Н. Караулова, Д. С. Лихачёва, Ю.М. Лотмана, В.И. Карасика, Ю.С. Степанова, Н.И. Толстого, В.Н. Телии, Г. В. Токарева и др. о сущности культуры, о культурно-семиотическом подходе к языковым явлениям, о способах вербального кодирования культурной информации, о структуре и функциях концепта, его отношении к другим ментальным и языковым единицам.

Знания о толерантности формируют концепт, поскольку выполняют функцию принципа культуры на современном этапе её развития, то есть выступают в роли своеобразного правила, которым руководствуется современная русская лингвокультурная общность.

Задачей первого этапа исследования концепта является выбор его названия. Наиболее удобной грамматической формой номинации концепта в русском языке является абстрактное существительное. В нашем случае таким именем выступает отвлечённое существительное *толерантность*. В многообразии репрезентаций знаний данной предметной области это слово наиболее регулярно.

Ключевое слово рассматриваемого концепта представляет собой полукальку. Латинские *tolerans / tolerantis; tolerantia* буквально означали 'терпеливо переносящий', 'терпение', 'терпящий'. Таким образом, этимон слова указывал на особенность реакции человека на воздействия со стороны внешнего мира, выражающейся в принятии на себя чего-либо чужого, другого. Этот этимон отражает сценарный характер концепта «толерантность»: «в окружающем мире происходит что-либо, для субъекта это что-то является неприемлемым, но он терпит».

Толерантность становится базовым концептом русской культуры. Этому способствует федеративный характер российского государства, условия демократизации общества, интеграции России в мировое пространство, приобщение к европейским стандартам. Значимость толерантности поддерживается и религиоз-



ным компонентом русской культуры. Терпимость в христианстве осмысливается как нравственное деяние, богоугодное дело, средство спасения души.

Концепты могут быть как априорные (имеющие один или небольшое число существенных, актуальных признаков, представленных в виде коллективного бессознательного, широкую сферу применения; чаще всего постоянные, «рамочные», по Г. Лейбницу, чистые), так и апостериорные, по Г. Лейбницу, эмпирические (с плотным ядром). Априорные концепты человек использует как данное (Степанов 2001, с.76-77). Они не зависят от его опыта. Апостериорные всегда проведены индивидуумом через себя, продуманы и прочувствованы им.

Интересным для русской лингвокультуры является статус концепта «толерантность». Российское государство всегда представляло собой многонациональную страну. Очевидно, что положение каждого из них не было одинаковым. В русском сознании укоренился стереотип, что русский народ — это старший брат. Однако официальная (декларируемая) политика советского (атеистического) государства отражала принципы толерантного отношения, по крайней мере, к людям разных рас и национальностей.

После распада Советского Союза сфера применения этого отношения значительно расширяется: толерантного отношения требовала политика, церковь, частная жизнь человека. Государство начало распространять действие этого принципа на новые сферы жизни общества. Таким образом, можно утверждать, что «толерантность» как концепт существовала в русской культуре давно. Содержание данного концепта растворялось в таких ментальных категориях, как «Свобода», «Равенство», «Братство» и др. Однако исследуемый концепт не был отрефлектирован обществом в должной мере, ввиду чего данный принцип культуры не был обозначен (номинализован).

Многие нормы, связанные с толерантностью, были зафиксированы в советской конституции, однако слово для их обозначения не использовалось. После распада Советского Союза, в рамках нового, демократического курса развития страны в Россию были импортированы прозападные идеологемы общественного устройства, одной из которых была толерантность. Был заимствован концепт «толерантность» и его обозначение. Отсюда следует, что первоначально концепт мог быть охарактеризован как апостериорный, поскольку осознание толерантности осуществлялось через систему практик. Позже концепт получает статус априорного, поскольку принцип толерантного поведения

был задан лингвокультурой в готовом виде.

О.А. Леонтович отмечает, что в процессе межкультурной коммуникации происходит «состыковка концептов / концептосфер». «Состыковка концептов между культурами предусматривает заполнение межконцептуального семантического пространства» (Леонтович 2007, с.115). Появление концепта «толерантность» в русской картине мира осуществлялось способом состыковки. Для этой цели, пишет цитируемый автор, «используются слова двух языков, передающие сходные концепты, а недостающие семантические признаки восполняются с помощью контекста» (там же). Таким опорным для концепта «толерантность» словом в русской лингвокультуре стала лексема *терпимость*.

В зависимости от социальной значимости различаются идеологически детерминированные и эволюционные концепты (Степанов 2001, с.76-77). Первые распространены в одну эпоху, вторые являются константой культуры, организующим принципом культуры. Концепт «толерантность» был невыраженным принципом культуры. В последние десятилетия определены существенные признаки данного концепта, общество квалифицировало толерантность как ценность. На этом основании мы определяем концепт «толерантность» как идеологически детерминированную ментальную категорию.

С опорой на лингвистические и энциклопедические дефиниции толерантности данный концепт можно представить в виде фрейма и сценария. Фрейм «толерантность» состоит из следующих слотов:

субъект, испытывающий данное чувство / придерживающийся данной линии поведения;

объект;

представления субъекта о мире;

система практик субъекта;

представления объекта о мире,

система практик объекта.

Сценарий толерантности, или толерантного поведения, имеет следующий вид: человек или группа людей думает о мире что-то и ведёт себя в соответствии со своими мыслями — другой человек или группа людей допускает эти мысли и поведение, не выражая агрессии. Как показывают приведённые выше дефиниции, толерантность понимается как поведение человека. Отсюда сценарный характер толерантности.

Для точной когнитивно-семантической разработки данной категории целесообразно прибегнуть к методу семантических примитивов, разработанному А. Вежбицкой.

### Толерантность

X нечто думает, чувствует, делает;

Y видит X:

Y думает о X нечто вроде этого:

X думает, чувствует, делает не так, как думаю, чувствую, сделал бы я;

X может думать, чувствовать, делать не так, как я;

Я не думаю о X плохо;

Я ничего не делаю против X;

Я могу делать что-то вместе с X;

X всегда думает, чувствует об Y так.

Проведённый семантический анализ показывает, что толерантность представляет собой реакцию человека или группы людей на столкновение разных культурных установок, стереотипов, отражающихся в системе практик. При этом данное столкновение разрешается сторонами конструктивно, с опорой на принципы кооперации и сотрудничества. Каждая сторона не стремится изменить представления о мире другой стороны, а принимает знания о мире другой стороны как альтернативные. В русской языковой картине мира предметом столкновения является религия, национальность, политика, сексуальная ориентация. Как показывают репрезентации, в русской лингвокультуре толерантность распространяется на расово-национальную, религиозную, политическую сферы и намеренно не культивируется в сексуальной, что, по-видимому, объясняется ортодоксальным характером православия.

Необходимо отметить, что наивное толкование толерантности, зафиксированное в лингвистических словарях, различается в лингвокультурах. Так, в китайском языке толерантность означает 'позволять, допускать что-либо, проявлять великодушие в отношении других', в персидском — 'терпение, выносливость, готовность к примирению', в арабском — 'прощение, снисхождение, мягкость, сострадание, благосклонность, терпение', во французском — 'уважение свободы другого, его образа мысли, поведения, политических и религиозных взглядов', в испанском — 'способность признавать отличные от своих собственных идеи мнения' ([www.gunrnazia6.m-sk.ru](http://www.gunrnazia6.m-sk.ru)).

Ключевое слово данного концепта — *толерантность* — находит своё отражение в толковых и аспектных (иностранных слов) словарях. Словари указывают на то, что концепт «толерантность» был неактуальным до конца XX века, принадлежал элитарному страту русской культуры. Словари иностранных слов

конца XX века демонстрируют повышенный интерес к анализируемому слову. Эти факты подчёркивают новизну лексемы для русской лингвокультурной общности. Тем самым, словари констатируют, что устаревший концепт «толерантность» и его имя были восприняты и по-новому объяснены научной картиной мира. В конце XX века в наивной языковой картине мира концепт и обозначающее его слово толерантность получают новое рождение. Концепт становится актуальным, что проявляется в тенденциях к чёткости семантизации его ключевого слова. В то же время объективация данного концепта по-прежнему производится с опорой на слова *терпимость*, *снисходительность*.

В семантический инвариант данной семемы входят семы: 'психическая реакция', 'терпимый, снисходительный к чужой ментальной сфере и её выражению'.

Употребление слова *толерантность* указывает на формирование новых значений и оттенков. Во-первых, толерантность — это 'умение принимать чужое мнение, поведение и т.п.' Во-вторых, 'отношение к другим людям, состоящее в принятии чужого мнения, поведения и т.п.', // 'отношение к другим религиозным, политическим, сексуальным и др. убеждениям'. Как видим, выделенные семемы связаны отношениями смежности.

Энциклопедические словари в целом солидарны с лингвистическими. Если учесть, что в энциклопедическом словаре даётся характеристика понятию, то следует отметить, что научное и наивное толкования не противоречат друг другу. Научная интерпретация обогащает наивную дополнительными признаками: 'упорядоченность', 'цивилизованность', 'либерализм', 'внутренние и внешние отношения', 'уважение', 'принятие чужого', 'адекватное понимание'.

Эксплицированные в толкованиях семы репрезентируют наиболее существенные признаки концепта «толерантность». К ним следует отнести: 'психическая реакция', 'система практик человека', 'терпимость', 'снисходительность', 'упорядоченность', 'цивилизованность', 'либерализм', 'уважение', 'принятие чужого', 'адекватное понимание'.

Средством репрезентации концепта является косвенная номинация. Один из видов косвенных наименований — единицы, значения которых основаны на сходстве или смежности (метафоры и метонимии). Данные номинации, как правило, объективируют гештальты. Концептуализация толерантности в виде гештальтов малопродуктивна. Этот факт мы объясняем тем, что концепт «толерантность» является априорным: собственный, в том числе чувственный опыт, играет несущественную роль в познании дан-

ной категории.

Образно толерантность осмысляется преимущественно в акциональном ключе, что объясняется поведенческой сущностью данной категории. Сознание языковой личности опирается на культурно специфичные факты, например на жизнь в коммунальной квартире. В целом же толерантность получает положительную образную аранжировку. Акциональные образы (в частности образ дороги) выражают идею эволюционного развития толерантности, её основной принцип — кооперацию (вместе плыть в лодке, в ковчеге).

Образное основание *вирус* указывает на инородность толерантности для общественного организма.

Если фрейм или его слот репрезентируется словом, фразеологической единицей, паремией, его квалифицируют как лингвистически релевантный. Лингвистически нерелевантная репрезентация концепта «толерантность» отличается повышенной продуктивностью. Обобщение типов репрезентаций поможет выделить основные когнитивные стратегии.

Первая стратегия рассматривает толерантность как психическое свойство личности: терпимость, понимание, волю, снисходительность, воспитанность. Характерно, что эти свойства отражают как требования субъекта к самому себе, так и его отношение к объекту. Психические свойства имеют явную акциональную направленность, которая отражается в миролюбии, нерелигиозности, уверенности.

Указанная особенность продуцирует вторую стратегию концептуализации. Толерантность понимается как способ поведения. Это поведение трактуется неоднозначно. С одной стороны, толерантность — это взаимное уважение, свобода выбора, политическая корректность, такт, поддержка, активный поиск, признание самоценности, всепрощенье, либерализм, равенство, диалог, сотрудничество, стремление к социальной целостности. С другой — стремление к господству, доминированию, привилегия, способ выживания, равнодушие, безответственность. Здесь надо отметить, что негативно интерпретирующие репрезентации по своему числу значительно уступают положительным. Необходимо отметить, что толерантность осмыляется как труд, напряжение, усилие. Данный факт проявляет характер перечисленных положительных практик как таких, которые нелегко даются человеку.

Третья стратегия указывает на принципы этого поведения. Толерантность осмыляется как принцип существования, долг, нравственная потребность, обязанность, норма, условие, гарант стабильности.

Таким образом, в процессах концептуализации толерантности чётко просматривается тенденция к её осмыслению в акциональном ключе. Толерантность — это прежде всего практика, поведенческая тактика.

Четвёртая стратегия концептуализации указывает на понимание толерантности в ценностном этико-эстетическом ключе. Толерантность здесь толкуется как ценность, добродетель, гармония, свобода, искусство, культура, миф. Как видим, в рамках этой стратегии также не наблюдается однозначное понимание. С одной стороны, утверждается ценность толерантности, с другой — ставится под сомнение существование данной категории.

В рамках пятой стратегии утверждается, что толерантность — это жизнь, здоровье, развитие, эволюция.

Репрезентация смыслов концепта «толерантность» синтаксическими структурами различной протяжённости указывает на новизну данной ментальной категории. Языковой материал отражает неоднозначную сущность толерантности и стабильность основных стратегий осмысления. В целом же нужно отметить, что русская лингвокультурная общность понимает толерантность как тип поведения, объясняет его функции и ценность. Большинство опорных слов в рассмотренных репрезентациях положительно интерпретируется, что проецируется на всю категорию в целом.

Концепты имеют стратовый характер, то есть принадлежат к тому или иному культурному страту. Для определения стративного характера концепта «Толерантность» были применены приёмы дискурсивного анализа и анкетирования. В ходе исследования выяснено, что слово толерантность регулярно используется в институциональных дискурсах (административно-политическом, религиозном, педагогическом). В обыденном (бытовом) дискурсе данная лексема практически не употребляется.

Для выявления специфики понимания толерантности обычным (не исполняющим ту или иную социальную роль) человеком было предложено два вопроса: *Что такое толерантность? Какие ассоциации у Вас вызывает слово толерантность?* В эксперименте участвовали 957 человек разного возраста, пола, имеющие разный уровень образования и род занятий, проживающие в городе Туле и области.

Анализ ответов дал возможность выявить следующие закономерности. Реакции не отражают гендерной дифференциации в понимании данной категории и указывают на полное отсутствие понимания толерантности или на глубокие познания по заданному вопросу. Не справились с вопросом дети, люди преклонного возраста, респонденты, имеющие среднеспециальное образова-

ние.

Характерно, что языковое сознание идентифицирует данный концепт с известным уже концептом «терпимость». Это отвечает семиотическому закону «микрокосм-макркосм»: неизвестное познаётся через известное. Реакция, указывающая на тип поведения, отражает характерную для лингвокультуры акциональную когнитивную стратегию концептуализации толерантности. Реакции: «Гражданское общество, люди, депутаты, Президент», «Учитель», «Служитель церкви» — репрезентируют представления языковой личности о тех дискурсах, в которых функционирует данный концепт.

Проведённый эксперимент позволяет сделать следующие выводы. Толерантность является концептом элитарного страта русской культуры. В развитии концепта наблюдаются тенденции к расширению границ функционирования данной ментальной категории, в частности «толерантность» постепенно становится объектом общенародной культуры. Концептуализация толерантности осуществляется в положительном ключе. Языковое сознание стремится отождествить толерантность со смежными ментальными категориями, замещает данный концепт стабильным русским концептом «терпимость».

Ключевое слово концепта *толерантность* в качестве основного синонима имеет слово *терпимость*. Если обычно идеографические синонимы «расшатывают» денотативные границы данного синонимического ряда, расширяя и углубляя тем самым исходный смысл, то в нашем случае слова толерантность и терпимость размежёвываются, что наблюдается во многих текстах. Слово *толерантность* перевести сложно, так как оно соответствует понятию, мало представленному в нашей культуре. Это не просто терпимость к другому, к чужому, а умение договариваться, искать не только взаимоприемлемые, но и взаимовыгодные решения (А. Костинский). Данный процесс объясняется тем, что на первом этапе концепт «держался» за любые номинативные средства, чтобы выразить своё содержание, на втором — он, заполнив в русской лингвокультуре многие свои слоты, начинает отталкивать противоречащие его содержанию смыслы.

Основные дифференциальные семы, которыми отличаются два синонима, — это 'уважение', 'согласие', 'кооперация', 'активность', 'равенство'. К синонимам слова-доминанты *толерантность* относятся *веротерпимость*, *политкорректность*, *непротивление злу*, *адекватное восприятие*. Как видим, все перечисленные синонимы являются неполными, так как они отражают только одну из сфер проявления толерантности или одно из

её свойств. Данный факт позволяет говорить о новизне концепта «толерантность» в русской лингвокультуре. Синонимы отражают процессы детализации знаний в концептуальном пространстве, наиболее актуальными сферами оказалась политика и религия. Выявленная когнитивная стратегия характерна для научного типа освоения действительности, что ещё раз подчёркивает элитарность рассматриваемого концепта.

При объективации концепта «Толерантность» в русской культуре антонимия играет особую роль: она помогает показать сущность данного концепта. *Толерантность не уступка или пошлость...* (www.osu.ra). В этом примере семантизация осуществляется с опорой на противоположные, хорошо известные слова.

Ключевое слово данного концепта не нашло отражения в словарях антонимов русского языка, что свидетельствует, во-первых, о новизне концепта для русской картины мира, во-вторых, о том, что слово только включается в семантическую систему русского языка, регулярные семантические отношения находятся в стадии становления. Поэтому материалом для анализа антонимических связей слова *толерантность* стали тексты.

Как известно, отличительным признаком антонимической парадигмы является бинарность, отражающая симметричность семантики слов. По выше названным причинам толерантность не имеет устоявшегося оппозитива. В текстах ей противопоставляется несколько слов.

В литературе толерантность противопоставляется прежде всего безразличию. Другой же частотный однокорневой антоним интолерантность противопоставляют полному согласию. Толерантность противопоставляется максимализму, агрессивности, злобности, раздражительности, ксенофобии, конформизму, экстремизму. *Толерантность — дружелюбие, спокойствие, мирное настроение, антипод агрессивности, злобности, раздражительности* (www.krugosvet.ru). *Понятие, противоположное максимализму, — толерантность* (Г.И. Панизовская). По смыслу толерантность противоположна понятию ксенофобии (www.diet.dtaek.ru). *Всякое осуждение таких «демократических и прогрессивных» явлений, как этаназия, клонирование, оккультизм, порнография — свидетельствует об «экстремизме», т.е. о «нетолерантном мышлении»* (www.lib.ua-ru.net). Кроме того, толерантность противопоставляется насилию, злу.

Характерно, что слово *толерантность* вступает в антонимические отношения как с русскими, так и с иноязычными словами. Это говорит о том, что, с одной стороны, данные семантические



связи актуализируют отношения анализируемого концепта с другими импортными концептами, такими как конформизм, ксенофобия и др., с другой — слово включается в национальную картину мира и «обрастает» семантическими связями в новой лингвокультуре. Антонимы актуализируют эксплицитные семы слова *толерантность*: 'мирное сосуществование', 'равенство', 'любовь', 'свой', 'активность', 'собственная позиция', 'уравновешенность', 'компромисс'. Указанные семы репрезентируют ментальные аспекты концепта. Очевидно, что толерантность, в отличие от терпимости, предполагает активную миролюбивую, никем не навязанную позицию. Это обусловлено тем, что толерантность — проявление любви, неделения людей на своих и чужих.

Язык отражает любопытный факт противопоставления не только другим концептам, но и наметившейся дихотомии внутри анализируемой ментальной категории. Так, настоящей толерантности противопоставляется игра в толерантность, именуемая псевдотолерантностью.

Для репрезентации нетолерантного мышления прибегают к цветовой метафоре: чёрно-белое мышление. Этот антоним предопределяет такие семы в противоположной семеме, как 'разнообразие', 'множественность'.

В целях повышения степени достоверности семантического анализа нами был проведён эксперимент. Испытуемым было предложено заполнить пропуск в фразе: *он не толерантный, а...* Полученные ответы подтверждают результаты проведённого выше анализа. Респондентами были даны следующие ответы: *импульсивный, небескорыстный, эгоист, грубый, невоспитанный, хитрый, вспыльчивый, замкнутый, малообщительный, расист, безучастный, злой*. Таким образом, испытуемые проинтерпретировали толерантность как категорию акциональную, связанную с добром, любовью. Толерантность осмысливается как проявление воспитанности, общительности, уравновешенности.

Рассмотренные антонимические оппозиции являются контрарными. Средним звеном этих семантических корреляций является слово равнодушие 'безразличное, безучастное отношение к окружающему, происходящему'. Контрарность свидетельствует о континуальном (в какой-то степени, возможно, относительном) характере данной категории.

Характерно, что антонимические оппозиции оформляются средствами нерасчленённой номинации. Причём подавляющее большинство антонимов является разнокорневыми. Данный факт объясняется тем, что антонимия формируется не в пределах одного понятия (случай энантиосемии), а на базе различных верба-

лизованных в лингвокультуре ментальных величин. Слову толерантность нужны оппозитивы для того, чтобы в максимальной мере точно выразить смысл. Вместе с тем идёт параллельный процесс. Однокорневые антонимы *нетолерантность*, *интолерантность*, *псевдотолерантность* формируют оппозицию в рамках одного понятия, углубляя его путём противопоставления и дифференциации признаков.

Синтагматика слова толерантность отражает новизну концепта для русской лингвокультуры, научный характер концептуализации, соотнесённость данного концепта с элитарным культурным стратом эксплицирует ряд денотаций и коннотаций: 'осмысленность', 'выраженность', 'многообразие', 'мобильность', 'ценность', 'социальность', 'созидательность'.

Синтагматические связи слова дифференцируют концепты «толерантность» и «терпимость». Концепт «толерантность», по данным словообразовательного словаря А.Н.Тихонова, представлен всего четырьмя словами: *толерантно*, *толерантность*, *толериловать*, одно из которых является производным: *толерантный*. Мы пополним этот список ещё несколькими единицами: *нетолерантный*, *нетолерантность*, *интолерантный*, *интолеранность*. Появление новых дериватов говорит о повышении степени актуальности концепта для русской лингвокультурной общности.

Особый интерес для нашего исследования представляет явление множественности производности (кодеривации), при котором несколько производных слов, находящихся на одном этапе словообразования, имеют общую словообразовательную базу. Применительно к концепту «толерантность» актуальным для языкового сознания является признак, обозначенный лексемой толерантный, поскольку от него образуется наречие *толерантно*, глагол *толериловать*, существительное *толерантность*, прилагательные *нетолерантный*, *интолерантный*. Таким образом, концепт получил возможность репрезентироваться важнейшими грамматическими категориями русского языка. Это, несомненно, делает его мобильным в процессе функционирования в различных дискурсах.

Для репрезентации концепта «Толерантность» характерна продуктивность мутационных (толерантный —> толериловать, толериловать —\* то-лератор) и транспозиционных {толерантный —> толерантно; толеранство-вать — толеранствующий) словообразовательных значений, что свидетельствует об активных процессах концептуализации и высокой степени значимости концепта. Дериваты репрезентируют такие концептуальные составляю-

щие, как 'проявлять свойство / качество', 'обладать / не обладать свойством / качеством'. Отсутствие модификационного и эквивалентного типов среди дериватов рассматриваемого концепта является следствием его новизны в русской лингвокультуре.

Производные словообразовательного гнезда толерантный преимущественно репрезентируют слоты 'субъект, испытывающий данное чувство / придерживающийся данной линии поведения', 'система практик субъекта', 'система практик объекта'. Соотнесённость членов развивающегося словообразовательного гнезда именно с этими слотами подчёркивает их главенствующий характер в структуре фрейма: именно с них началась объективация знания.

Система репрезентаций концепта «толерантность» отражает его связи с другими ментальными категориями. Концепт «толерантность» вступает в эквивалентные связи с ментальными категориями «максимализм», «агрессивность», «зло», «ксенофобия», «конформизм», «ненависть», «зависть», «презрение», «национализм», «несправедливость», «нищета», «дискриминация», «тоталитаризм», «авторитаризм», «абсолютизм», «анархия», «нетерпимость», «страх». Данные связи репрезентируются в языке антонимическими отношениями ключевых слов концептов.

Эквивалентные связи концепта «толерантность» с ментальными категориями «терпимость», «уважение», «согласие», «активность», «равенство», «веротерпимость», «политкорректность», «независимость» репрезентированы синонимическими отношениями. Деривационная значимость ключевого слова *толерантность* объективировала эквивалентные связи концептов «толерантность» / «интолерантность».

Кроме этого, концепт «толерантность» вступает в эквивалентные отношения с ментальными категориями «любопытность», «открытость», «доверчивость», «гуманность», «прогрессивность», «демократия», «государство», «свобода», «гармония», «доброта», «истина», «любовь», «плюрализм», «глобализация», «мультикультурализм». Эксплицированные эквивалентные связи указывают на то, что концепт «толерантность» осмысливается как социальная категория, связанная с принципами цивилизованного современного общества. Положительная оценка выявленных ментальных категорий экстраполируется и на концепт «толерантность».

Привативные отношения менее продуктивны. Концепт «толерантность» выступает в качестве родового для таких ментальных категорий, как «свобода слова», «признание», «взаимопонимание», «веротерпимость», «политкорректность».

Концепт «толерантность» становится важным компонентом русской картины мира, о чём свидетельствует количество его связей с другими категориями, а также насыщенность этих связей. Выявленные отношения указывают на социальный, объективный характер концепта, его положительную интерпретацию русской лингвокультурной общностью. Преобладание эквивалентных связей свидетельствует о новизне концепта для русской лингвокультуры.

Концепт «толерантность» находит своё отражение в политическом, педагогическом, религиозном, административно-правовом, военном дискурсах. Репрезентации экономического, технического, медицинского дискурсов являются видом функциональной омонимии по отношению к ключевым словам других дискурсов.

Концепт «толерантность» имеет широкий круг репрезентаций в административно-правовом и политическом дискурсах. Номинации подчёркивают динамическую природу толерантности. Толерантность осмысливается как управленческий и политический принцип, профессиональное качество политика или администратора, Политические тексты эксплицируют такие аспекты концепта «Толерантность», как 'готовность к принятию иных взглядов', 'цивилизованный компромисс', 'готовность власти допускать инакомыслие в обществе', 'стремление согласовывать позиции на основе справедливости, закона и права человека на собственный выбор', 'не навязывать единый стандарт', 'умение решать противоречия открыто', 'не культивировать образ врага', 'не делить общество на своих и чужих'.

В отечественном религиозном дискурсе концепт «толерантность» характеризуется некоторой неопределённостью своих признаков и границ. При неоднозначности подходов к пониманию толерантности религиозный дискурс формирует основную ценностную установку: толерантность опирается на равенство всех людей в их достоинстве и свободе, поскольку каждый человек сотворен по образу и подобию Бога. Никто, кроме Бога, не обладает монополией на истину и правом на особую близость к ней.

Концепт «толерантность» в педагогическом дискурсе осмыслен весьма основательно. Концептуализация толерантности как динамической ментальной категории обуславливает сценарный характер концепта. Репрезентацию нашли такие аспекты концепта, как сущность, функции толерантности, этапы формирования толерантности и другие. Концепт «толерантность» имеет многообразные связи в педагогической картине мира, что свидетельствует о богатстве содержания данной ментальной категории. Преимущественно эти связи обладают оппозитивным характе-

ром.

Концептуализация толерантности имеет научно-исследовательский характер, её продукты представлены многообразными текстами, соответствующими жанрам научной статьи, тезисов, научной дискуссии, методических рекомендаций и др.

Исследование показывает, что концепт «толерантность» становится полноправным членом русской концептосферы. Привнесённые в русскую лингвокультуру знания интерпретируются в соответствии со сформированными ценностями. На примере данного концепта можно наблюдать особенности трансформации сознания, взаимосвязь семантической системы языка с идейным развитием общества.

### Литература

Растатуева, С.Г. Импортные концепты в лингвокультурологическом аспекте // Известия ТулГУ. Сер. Филологические науки. Вып. 6. — Тула: Изд-во ТулГУ, 2006. С. 228 — 236.

Растатуева, С.Г. К проблеме экологии языка и иноязычной лексики // Проблемы экономики и информатики образования: материалы III международного науч.-практ. конф. — Тула: НП ТИЭИ, 2006. С. 200 — 203.

Растатуева, С.Г. Импортные концепты: к постановке вопроса // Проблемы семантики языковых единиц (лингвистический и лингвометодический аспекты): материалы междунар. науч.-метод. конф. — М: ООО «Элпис», 2006. С. 355 — 358.

Растатуева, С.Г. Лингвокультурные аспекты импортирования слов в русский язык // Актуальные проблемы гуманитарных наук: сб. науч. ст. Вып. 13. — М: Альфа, 2006. С. 207 -211.

Растатуева, С.Г. Импортные концепты через призму лингвокультурологии // Культурные концепты в языке и тексте: сб. науч. ст. Вып. 2. — Белгород. С. 82 — 84.

Растатуева, С.Г. Концепт «Толерантность» в лингвокультурологическом аспекте // Проблемы экономики и информатики образования: материалы IV междунар. науч.-практ. конф. — Тула: НП ТИЭИ, 2007. — С. 83 — 87.

Растатуева, С.Г. Импортный концепт как лингвокультурный феномен современности // Актуальные проблемы гуманитарных наук: сб. науч. ст. Вып. 14. — М: Альфа, 2007. С. 134 — 137.

Растатуева, С.Г. Об одном способе декодирования текста (на материале текстов о толерантности) // Документ как текст культуры: межвуз. сб. науч. тр. — Тула: Тульский полиграфист, 2008. С. 18-24.

Растатуева, С.Г. Толерантность как концепт культуры // Фразеологизм и слово в национальном культурном дискурсе (лингвистический и лингвометодический аспекты): материалы науч.-практ. конф. -М.: Элпис, 2008. С. 166- 169.

Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры: Опыт исследования. 2001.

Ли Же  
(Симферополь)

## ТОЛЕРАНТНОСТЬ

Интерес к толерантности как к концепту возник у лингвистов на рубеже XX–XXI вв. Толерантность становится объектом изучения лингвокультурологии, теории коммуникации и социолингвистики. Определяющим при этом является дискурсивный подход, который открывает перспективы анализа функциональных характеристик слов-вербализаторов концепта *толерантность* как единицы речемыслительной деятельности, а также позволяет представить его категориальную структуру и описать когнитивные механизмы языкового сознания при формировании политической картины мира.

При всем многообразии работ, посвященных политическому дискурсу, исследований, связанных с изучением семантической и концептуальной природы ключевых единиц, сравнительно немного. В концептуальной лингвистике остается ряд таких лакун, как реализация семантических признаков в лексической структуре идеологем, вербализация политических концептов, полевая организация языковых средств концептуальной репрезентации. Недостаточно исследованными остаются место концепта *толерантность* в русском языковом сознании, семантика лексем, вербализующих данный концепт, механизмы его объективации.

Источником анализируемого материала послужили русскоязычные украинские и российские газеты и журналы: «2000» (2000), «Зеркало недели» (ЗН), «Сегодня» (С), «Комсомольская правда – Украина» (КП-У), «Киевские ведомости» (КВ), «Независимая газета» (НГ), «Московские новости» (МН), «День» (Д), «Аргументы и факты» (АиФ), «Новая газета» (Нг), «Корреспондент» (К) за 2004–2008 гг. Выбор источников обусловлен следующими причинами: во-первых, указанные издания отображают политические реалии Украины и выступают субъектами политического дискурса; во-вторых, обращение к газетам, которые репрезентируют разные политические взгляды и идеологические установки, дает возможность представить объективную картину политических событий и, соответственно, дать объективный анализ речевого поведения их участников. Задачи исследования определили широкий диапазон единиц анализа, что объясняет необходимость включения в объем материала текстов выступлений политиков, а также фрагментов политических документов.

Картотека материала составляет 3150 единиц разных уровней языка, извлеченных из текстов печатного и электронного характера.

Существует несколько основных концептологических направлений, которые отличаются разными подходами к определению понятия «концепт». Наиболее значимыми являются философское (Ф. Гваттари, Ж. Делез, П. Рикер), лингвокультурологическое (Н.Д. Арутюнова, Г.Ю. Богданович, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, В.А. Маслова, Д.С. Лихачев, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов, А.Д. Шмелев), психолингвистическое (А.П. Бабушкин, Д.Б. Гудков, А.А. Залевская, Е.С. Кубрякова) и семантико-когнитивное (Н.Ф. Алефиренко, Л.Е. Бессонова, Л.А. Петрова, З.Д. Попова, И.А. Стернин) направления. Именно в рамках этих научных школ концепт исследуется наиболее полно и глубоко, оставаясь при этом объектом споров и дискуссий.

Значимость связи концепта с вербальными средствами выражения, выявляемая в ходе концептуального анализа, отмечается во многих лингвистических интерпретациях термина «концепт», однако единства во мнениях относительно конкретных единиц языка, с которыми соотносим концепт, у исследователей нет. Вербализация – это выраженность концепта или отдельных его признаков средствами языка. Термины «вербализация», «репрезентация», «объективация», «актуализация», «оязыковление» концепта используются в лингвистике в качестве синонимов, поскольку обозначают процесс перехода от абстрактной ментальной единицы концептосферы к ее материализации в языке.

Языковая единица, которая репрезентирует концепт, представляет собой материальную базу самого концепта и отображает лишь его часть. В работе подчеркивается мысль о том, что концепт может не выражаться в языке полностью, поскольку является результатом индивидуального познания, а индивидуальное требует комплекса средств для своего полного воплощения.

Плюрализм ценностей, социальные противоречия, различие норм в современной культуре определили необходимость разработки понятия *толерантность* в лингвокультурологическом аспекте.

Лингвисты отмечают, что толерантность – категория, прежде всего, межличностного поведения, которая действует на уровне отношений людей и только через отношения людей становится общественным явлением. Толерантность – положительное, нравственное качество человека, заключающееся в ценностной ментальной установке на терпимость к мнениям, убеждениям и формам поведения другого человека. Ценностная характеристика

является важной составляющей толерантности как социально-культурного гештальта, определяющего конструктивный вектор в коммуникативном полиэтническом пространстве (О.А. Михайлова). Коммуникативный аспект исследования толерантности связан с вопросом о речевом поведении личности, с коммуникативными стратегиями и практиками, устанавливающими конкретную парадигму речевой и неречевой деятельности коммуникантов (В.Е. Гольдин, З.Д. Попова, И.А. Стернин).

Анализируя проблему толерантности, лингвисты выявляют индикаторы *толерантности* и *интолерантности* в наивном языковом сознании и степень восприятия данных понятий носителями русского языка (Л.Н. Синельникова, Н.И. Формановская). Социально активные установки научного поиска позволяют исследователям расширить границы обозначенной проблемы и определить структуру концепта *толерантность* и специфику его актуализации в политической коммуникации. Описание семантико-ассоциативного поля *толерантность* позволяет сделать вывод о невысокой коммуникативной закреплённости смыслового содержания концептуальной единицы: концепт только формируется в русском языковом сознании, не имеет очерченной структуры, однако русская концептосфера готова его принять.

В системе политических концептов наблюдается сложное соотношение между понятиями *терпение*, *терпимость* и *толерантность*, которые являются разными концептами, а не именами разной этимологии одного и того же концепта. В подразделе анализируется специфика семантики, контекстуальных характеристик и ассоциативных отношений, обусловленных эмоционально-психологической доминантой:

1. *Терпение* проявляется через терпеливость, внутреннюю силу и упорство, *терпимость* – социально-психологическое отношение уважительности и доброжелательности к убеждениям другого и подавление неприятия необычного в чужом; *толерантность* – физиологическая, а вследствие этого и психологическая способность реагировать на какой-либо неблагоприятный фактор.

2. Понятие *терпимость* раскрывается через понятие *прощать, уметь забывать плохое*. Лингвисты отмечают, что *толерантность* не предполагает прощения, так как ориентирована на установку сознания и отсутствие враждебности к «другому», «не своему». В понятии *терпимость* всегда содержится указание на определенный предел, границу совершаемого действия.

Для определения интегральных и дифференциальных признаков лексемы *толерантность* необходим анализ лексикографической интерпретации и контекстуального окружения.



Этимологическая реконструкция лексемы *толерантность* (лат. *tolerantia* – *терпеливость*), репрезентирующая ядро концепта, показала, что семантическая эволюция слова начинается в первой половине XX века с терминологического значения «терпимость иммунной системы организма». Проведенный анализ толкований слова в лексикографической практике позволяет сделать вывод об ограниченном семантическом объеме слова, что связано с узким кругом политических проблем советского общества.

В последние десятилетия модифицировалась структура словарной дефиниции *толерантность*: социальный компонент 'отношение' получает семантический акцент и становится вершинным в иерархии значений, сохраняя при этом отношения семантической производности. Соотносимые с ним существительные *мнение, верование, взгляд, позиция, поведение, характер, обычаи и др.* развивают и социально закрепляют данное понятие. В семной структуре лексемы выявляются денотативные признаки 'отсутствие реакции', 'ослабление реакции', 'неблагоприятный фактор', что свидетельствует о смещении акцента с личностного компонента на социальный.

Понятийная составляющая в концепте *толерантность* соотносится с образностью и ценностными нормами. На наш взгляд, в семантике исследуемой политической лексики происходит актуализация ценностного компонента, так как именно он отражает активную жизненную позицию личности, которая с уважением относится к интересам людей другой культурной, национальной, религиозной или социальной среды. Концепт *толерантность* всегда предполагает конструктивный диалог, поэтому близкий по семантике концепт *терпимость*, связанный с понятиями '*прощать*', '*зависеть*', лишь соотносится или пересекается с ним.

С целью выяснения ценности концепта *толерантность*, установления культурных коннотаций, соотносящихся с содержанием языковых знаков различных типов в сознании носителей русского языка, был проведен свободный ассоциативный эксперимент, результаты которого показали следующее:

1. Анализируемое понятие на современном этапе развивается достаточно быстро, увеличивается набор дифференциальных признаков, что предполагает расширение семной структуры имени концепта *толерантность*: семы 'терпимость', 'понимание', 'уважение' являются эксплицитными, а 'взаимопонимание', 'отношение' – имплицитными.

2. Ассоциативное поле концепта *толерантность* характеризуется лексическим разнообразием как в ядерной (*терпимость*,

*уважение, понимание, взаимопонимание, взаимоотношение и др.*), так и в периферийной зонах (*лояльность, воспитанность, гуманность, доброта*), что свидетельствует о коммуникативной значимости данного концепта в русском языковом сознании.

3. Анализ результатов ассоциативного эксперимента помогает выявить психологически релевантные особенности концептуализации рассматриваемого явления и специфические черты соответствующих концептуальных структур в сознании носителей русского языка, для которых толерантность выступает ценным человеческим качеством, умением найти важные этические, социальные, политические принципы решения и/или предупреждения конфликтов.

4. На концептуальную компетенцию носителя языка влияет его языковая компетенция (понимание значения вербализаторов концепта), а также знания о внеязыковых коррелятах концепта. Оперирование концептом *толерантность* иллюстрирует то, как говорящие используют информацию, полученную через два канала: через опыт и через язык.

В последнее десятилетие слово *толерантность* активно функционирует в текстах политической направленности, прежде всего, в выступлениях политиков. Анализ материала подтвердил, что лексема *толерантность* стала чаще фиксироваться в политических документах, причем жанры этих документов довольно разнообразны: указы Президента, декларации, постановления, объявления органов власти и т.д. Активное употребление лексемы *толерантность* в политических документах заложило фундамент для определения ценности данного концепта в политическом сознании.

Исследование структуры концепта проведено при помощи полевой методики, что дает возможность отразить концептуальное поле *толерантность* в его лексическом воплощении с выделением ядерной и периферийной зон. Семантические признаки лексемы *толерантность*, фиксируемые словарями, определяют содержание единиц с архисемой *терпимость*, составляющих ядро концептуального поля *толерантность*: *терпимость, терпение, взаимоуважение, уважение, благоразумие, спокойствие, понимание и т.д.* *Задача наших политиков – строить нормальное гражданское общество, где присутствуют толерантность, взаимная терпимость, взаимное уважение друг к другу* (АиФ, № 32, 09.08.2007); *Толерантность является обязательным условием мира, демократии, согласия и постоянного развития* (2000, № 47, 19.11.2004). Лексические единицы периферийной зоны содержат смысловые компоненты, которые

имеют политическую специфику, не отраженную в толковых словарях: *терпение, диалог, ответственность, взаимодействие, выдержка, плюрализм, поведение, мнение, рассудительность, доверие, шаг, спокойствие, предложение, решение, отношение, инакомыслие*: **Залог стабильности – толерантность** и вытекающие из нее принципы взаимного уважения (НГ, № 133, 06.07.2007); **Лидеры государства должны договориться о шагах навстречу, которые должны обеспечить политическую толерантность**, должностное и человеческое **доверие друг к другу**, и категорически отказаться от принципов взаимной борьбы, должностных амбиций» (КП-У, № 57, 02.04.2007). Основные концептуальные признаки ядерной зоны 'терпеливые отношения между политическим субъектом и объектом' детерминируют появление в периферийной зоне концептуальных признаков 'политическая ценность' и 'политическая культура': **В Украине необходим поиск путей взаимопонимания и компромиссных решений на основе общего политического и идеологического плюрализма, гражданского согласия, толерантности, социального диалога и партнерства, что является залогом осуществления реформ во всех сферах общественной жизни** (АиФ-У, № 13, 29.03.2007). Полевая стратификация исследуемого концепта подтверждает системный характер признаков, представленный в семантике его вербализаторов, чем обуславливается целостность концепта.

Нами используется методика, которая предусматривает выявление полного состава языковых средств, вербализующих исследуемый концепт.

Анализ лексикографических интерпретаций лексемы *консенсус* (лат. *consensus* – согласие, единодушие) показал, что в современном обществе понятие *консенсус* развивается в двух направлениях: 1) способ принятия различных политических решений, при котором четко выраженная политическая воля большинства участников уравнивается отсутствием возражений хотя бы одного из них; 2) существующее или формирующееся в обществе широкое гражданское согласие.

При интерпретации значений лексем, объективирующих концепт, важным, на наш взгляд, является выявление их валентностного потенциала и установление сочетаемостных моделей на разных языковых уровнях, что позволяет описать концепт как целостную ментальную единицу. Валентностный анализ лексемы выявил узкий круг сочетаемостных моделей, которые легко поддаются классификации по частотности и степени постоянства лексического значения. Данный анализ позволяет рассмотреть

слово на пересечении лексикологии, словообразования и синтаксиса, предоставляя наиболее полную информацию о лексической единице, реализующей семантико-когнитивные возможности ключевого слова в политическом дискурсе. На основе анализа построена классификация внутренней и внешней валентности лексем *консенсус* и *компромисс*, которая учитывает частотность фиксаций в Национальном корпусе русского языка. Валентностный анализ позволил установить, что для лексемы *консенсус* наиболее частотна роль зависимого компонента. С учетом этой позиции выделяются модели глагольного и субстантивного типа: а) Verb + <Adj> + консенсус -а <Prep. + Subst./Pronomen>, б) Prep. + Subst. (на / по пути, в результате, на основе, при условии) + <Adj> + консенсус -а + <Prep+Subst./Pronomen>, а также некоторые факультативные конструкции. Наиболее частотной является модель, где позицию актанта занимает лексема *консенсус* в форме accusativa и родительного беспредложного падежа при глаголе *достигать*: *Главное, чтобы политическая элита достигла консенсуса* (Д, № 96. 15.06.2006). *Все три политические силы нашли консенсус в формулировке всех принципов сотрудничества Украины с ЕС* (2000, № 23. 09.06.2006).

На семантическом срезе актуальны семы 'согласие', 'взаимопонимание', 'взаимодействие'. Сочетания *иметь консенсус*, *найти консенсус*, *принять консенсус*, *на пути консенсуса*, *достигнуть консенсуса* (ср. *достигнуть финиша*, *конца пути*) вербализуют всеобщее согласие как результат, к которому можно «дойти» или «не дойти» и реализуют метафорическую номинацию: *Главное сегодня – найти политический и социальный консенсус*, *иметь общее виденье*, – сказал Ющенко (ЗН, № 31. 24.08.2007). *В рабочей группе представлены силы, которые исповедуют разные взгляды, достаточно сложно найти консенсус*, – отметил Азаров (2000, № 20. 18.05.2007). *Не раскалывать, не создавать конфликтов внутренних, а идти по пути максимального консенсуса*, – добавил Марков (Нз, № 53. 16.07.2007).

Деривационный анализ показал, что производящая основа *консенсус* активно вступает в словообразовательные связи с заимствованными префиксами и префиксоидами, менее активно с исконно русскими: *псевдоконсенсус*, *макроконсенсус*, *миконсенсус*, *суперконсенсус*, *мегаконсенсус*, *антиконсенсус*, *лжеконсенсус*, *полуконсенсус* и др. Это свидетельствует о том, что этап освоения слова не завершен, но у понятия *консенсус* есть потенциал стать не только базовой единицей политической сферы, но и главной моральной ценностью русскоязычного сообщества. По-

казателем того, что концепт успешно входит в наивную картину мира носителей русского языка служит тот факт, что производные слова способны развивать несколько значений, которые, во-первых, обслуживают разные стили речи, во-вторых, мигрируют из политической сферы в бытовую.

Лексема *компромисс* (лат. *compromissum* – соглашение, достигнутое путем взаимных уступок), имеет общее с лексемой *консенсус* лексическое окружение. Ср.: *На пути к досрочным выборам мы достигли важных компромиссов* (НГ, № 51. 09.07.2007). *Поиск компромисса – это экзамен для политических сил, некоторые из них ставят целью национальные, а другие – конъюнктурные интересы* (2000, № 21. 25.05.2008). Идиоматическим можно считать сочетание глагола *пойти* с предлогом *пойти на <Adj> компромисс*. Лексема *компромисс*, как и лексема *консенсус*, часто обнаруживает семы 'согласие', 'единство мнений и действий'.

Анализ деривационных связей лексемы *компромисс* выявил следующий ряд словообразовательных формантов: иноязычные – *псевдо-, макро-, микро-, мини-, анти-, супер-*; исконные – *лже-, сверх-, недо-, полу-*. *Консенсус* и *компромисс* показали одинаковые деривационные способности, в отдельных случаях фиксируются синонимичные дериваты: *псевдоконсенсус, псевдокомпромисс, лжекомпромисс, полуконсенсус*. Это подтверждает тезис о том, что в современном языковом сознании *консенсус* и *компромисс* – родственные понятия, а словообразовательная активность рассматриваемых лексем является одним из показателей их адаптации в русском языке.

Ядерную зону концепта *консенсус* составляют языковые единицы *согласие, единство* и *взаимопонимание*. Концептуальные признаки перечисленных лексем сближают его с концептами *компромисс* и *толерантность*. Периферийная зона концептуального поля *консенсус* неоднородна и представляет собой ближнюю периферию, выраженную лексемами *диалог, позиция, договор, сотрудничество, взаимодействие* и дальнюю периферию, обозначенную единицами *предложение, решение, дискуссия*. В концептуальном поле *компромисс* фиксируется концептуальный признак 'взаимодействие', но отсутствует концептуальный признак 'взаимопонимание'. Это свидетельствует о том, что для достижения компромисса не обязательно понимать и принимать точку зрения другого. Этот тезис является ключевым и в организации концептуального поля *толерантность*: в концептуальном поле *толерантность* совмещены две взаимоисключающие характеристики – противостояние и согласие.

Проведенный анализ позволил установить, что большая часть ядерных зон лексем *консенсус* и *компромисс* совпадают, что поясняется экстралингвальными факторами: *компромисс* – это шаг к *консенсусу*, *консенсус* – цель *компромисса*. Таким образом, *консенсус* не возможен без *компромисса*, однако *компромисс* возможен без *консенсуса*.

Таким образом, анализируемое понятие на современном этапе развивается достаточно быстро, увеличивается набор дифференциальных признаков, что предполагает расширение семной структуры имени концепта *толерантность*: семы 'терпимость', 'понимание', 'уважение' являются эксплицитными, а 'взаимопонимание', 'отношение' – имплицитными. Понятийная составляющая в концепте *толерантность* соотносится с образностью и ценностными нормами. В последние десятилетия в семантике политической лексики происходит актуализация ценностного компонента, так как именно он отражает активную жизненную позицию личности.

Исследование концептуальных полей *толерантность*, *консенсус*, *компромисс* свидетельствует об их пересечении на уровне ядерной и периферийной зон. Это свидетельствует о том, что, являясь составляющими одной концептуальной системы, они репрезентируют знания человека о мире: *толерантность* – понятие, характеризующее поведение общества, основными ориентирами которого для обеспечения гражданского согласия являются *консенсус* и *компромисс*.

### Литература

Ли Же. Дискурс, в котором мы живем (к проблеме определения «дискурса») // Культура народов Причерноморья. – № 54. – Симферополь: ТНУ, 2004. – С. 221–223.

Ли Же. Концепт *толерантность* в политическом и педагогическом дискурсах // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Т. 19 (58). № 1. – Симферополь: ТНУ, 2005. – С. 161–166. – (Серия "Филология").

Ли Же. Дискурс как единица исследования: научные школы, понимание термина // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Том 19 (58), № 2. – Симферополь: ТНУ, 2006. – С. 232–237. – (Серия "Филология").

Ли Же. Политический концепт и его составляющие // Мова: науково-теоретичний часопис з мовознавства / Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова. – Одеса: Астропринт, 2007. – № 12. – С. 115–119.

Ли Же. Семантика концепта *толерантность* и способы его лексической репрезентации в русском языке // Лингвокультурология. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2007. – Вып. 1. – С. 94–103.

Ли Же. Концепт *толерантность* в дискурсивном поле политической коммуникации // "Функциональная семантика, семиотика знаковых систем и методы их изучения". I Новиковские чтения: материалы междунар. науч. конф. (Москва, 5-6 апреля 2006 г.) / гл. ред. В.Н. Денисенко. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – С. 458–461.

**Н.А. Неровная**  
(Воронеж)

## **ТОЛЕРАНТНОСТЬ И ТЕРПИМОСТЬ**

Концепты «толерантность» и «терпимость» активно дискутируются в обществе, в средствах массовой информации, на лекциях в учебных заведениях, в речах политиков и общественных деятелей; обсуждается их сходство, различие, возможность, целесообразность и необходимость их разграничения, а также сама необходимость их существования.

Материалом исследования послужили лексические и фразеологические единицы, зафиксированные в лексикографических источниках, примеры из современных тематических, художественных и публицистических текстов на русском и английском языках, результаты направленного ассоциативного эксперимента. Период проведения экспериментального исследования — 2007-2009 годы. Всего проанализировано 2149 лексико-фразеологических единиц, объективирующих когнитивные признаки концепта *«толерантность»* в русском и английском языках и 752 лексико-фразеологические единицы, объективирующие когнитивные признаки концепта *«терпимость»* в русском языке.

Теоретической основой исследования послужили исследования известных учёных – лингвистов и когнитивистов:

о развитии когнитивной лингвистики – работы Демьянкова В.З. (1992, 1995), Кобриной Н.А. (2000), Кубряковой Е.С. (1994, 2001), Кузнецова А.М. (2000), Лихачева Д.С. (1993), Масловой В.А. (2004), Поповой З.Д. (1999-2007), Рахилиной Е.В. (1998), Стернина И.А. (1999-2007) и др.;

о понятии концепта и других основных категориях когнитивной лингвистики – работы Аскольдова С.А. (1997), Бабушкина А.П. (1996), Болдырева Н.Н. (2004), Вежбицкой А. (1997), Воркачева С.Г. (2001-2005), Карасика В.И. (2001), Карябкиной И.Н. (2003), Кубряковой Е.С. (1997), Поповой З.Д. (1999-2007), Степанова Ю.С. (2001, 2007), Стернина И.А. (1999-2007), Слышкина Г.Г. (1996, 2000, 2004), Филлмора Ч. (1988) и др.;

о структуре концепта – работы Воркачева С.Г. (2003), Карасика В.И. (2001, 2004), Пименовой М.В. (2004), Поповой З.Д. (1999-

2007), Степанова Ю.С. (2007), Стернина И.А. (1999-2007), Фрумкиной Р.М. (1992) и др.;

о методах психолингвистического исследования и методиках лингвокогнитивного анализа – работы Арнольд И.В. (1966), Жинкина Н.И. (1964, 1982), Залевской А.А. (1990, 2001, 2005), Леонтьева А.А. (1976, 1997), Пименовой М.В. (2002), Поповой З.Д. (1999-2007), Стернина И.А. (1999-2007), Урысон Е.В. (2003), Ченки А. (1906) и др.

Исследование выполнено в рамках семантико-когнитивного подхода к языку, который предполагает исследование лексической и грамматической семантики языка как средства доступа к содержанию концептов, как средства их моделирования от семантики языка к концептосфере.

Совокупность языковых средств, объективирующих концепт в определенный период развития общества, определяется как *номинативное поле* концепта.

Концепты внутренне организованы по полювому принципу и включают чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле. Структура концепта образована когнитивными признаками, которые различаются по степени яркости в сознании их носителей и упорядочиваются в структуре концепта по полювому признаку.

Языковое сознание – та часть когнитивного сознания, которая названа словом и объективирована в коммуникации – изучается лингвистическими методами. Разными приемами описывается значение языковых единиц, полученное описание затем подвергается когнитивной интерпретации для моделирования концепта. Концепт моделируется по лингвистическим и экспериментальным данным. Это направление получило название лингвоконцептология, то есть, моделирование концептов лингвистическими методами и приемами (Стернин 2007). В лингвокогнитивном исследовании используются методы эксперимента и опроса.

Семантико-когнитивное исследование концептов **«толерантность»** и **«терпимость»** проводилось с использованием нескольких лингвокогнитивных методов: 1) анкетирование, 2) направленный ассоциативный эксперимент и 3) метод анализа авторских высказываний и словарных дефиниций. Поиск авторских высказываний осуществлялся в художественных и публицистических текстах, а также в сети Интернет. Таким образом, номинативное поле концептов **«толерантность»** и **«терпимость»** сформировано из ассоциатов, авторских высказываний и словарных дефиниций.

Совокупность средств языковой объективации концептов



«**толерантность**» и «**терпимость**» была подвергнута процедуре когнитивной интерпретации, что позволило представить концепт как совокупность когнитивных признаков. Для каждого признака был вычислен индекс яркости как отношение количество объективаций, входящих в данный когнитивный признак, к общему количеству объективаций, полученных в результате эксперимента. В итоговом описании когнитивные признаки приводятся с максимальным индексом яркости, выявленным в одной из примененных процедур установления когнитивных признаков. Предполагается, что если в одном из экспериментов или исследовательских процедур индекс яркости определенного признака выше, а в другом ниже, то в итоговом описании используется максимальный индекс – предполагается, что данный тип эксперимента или исследовательской процедуры выявляет данный признак наиболее эффективно.

Содержание концепта «**толерантность**» в русском языковом сознании включает в общей сложности 78 признаков и имеет следующий вид (приводятся только признаки с интегральным индексом яркости 0,25 и больше):

### **ТОЛЕРАНТНОСТЬ**

Проявляется в снисходительности, мягкости по отношению к другому

Проявляется в готовности мирно сосуществовать с другим

Способствует преодолению конфликтов

Почтительное отношение, основанное на признании заслуг, качеств и достоинств

Обуславливается не проявлением эмоций

Проявляется по отношению к другому

Проявляется в невраждебности

Проявляется в признании многообразия

Проявляется по отношению к личности

Представляет собой дипломатичность

Проявляется в дружелюбном отношении

Проявляется в понимании многообразия

Обусловлена соблюдением политических прав человека

Представляет собой человеколюбие

Является проявлением культуры

Проявляется по отношению к чужому

Является проявлением вежливости

Проявляется в признании значимости человеческой личности

Далее была описана макроструктура исследуемого концепта. Рядом с названием зоны или поля указана сумма максимальных

индексов яркости когнитивных признаков, входящих в соответствующую зону или поле, а в скобках указан процент количества когнитивных признаков, образующих данную зону или поле. Рядом с названием когнитивного признака сначала указан максимальный индекс яркости данного признака, а затем, в скобках, общее количество объективаций, входящих в данный когнитивный признак, полученных в результате исследования разными методиками.

Образный компонент – не выявлен

**Энциклопедическое поле — 10,41 (93,6%):**

**Категориальная зона — 0,01 (1,3%):**

Качество характера 0,01 (5).

**Дифференциальная зона — 2,42 (14,1%):**

Снисходительность, мягкость по отношению к другому 0,81 (203); почтительное отношение к другому человеку, основанное на признании заслуг, качеств, достоинств 0,51 (65); проявляется в признании многообразия 0,34 (25); проявляется в понимании многообразия 0,29 (55); соблюдение политических прав человека 0,29 (22); принятие многообразия 0,10 (45); проявляется в снисходительности к другому вероисповеданию 0,03 (15); соблюдение политических свобод человека 0,02 (12); почтительное отношение к другому вероисповеданию 0,01 (4); есть в США 0,01 (1); есть в Англии 0,01 (1).

**Описательная зона 7,98 (78,2%):**

Проявляется в готовности мирно сосуществовать с другими 0,53 (18); обуславливается не проявлением эмоций 0,46 (44); проявляется по отношению к другому 0,45 (29); проявляется в невраждебности 0,40 (10); проявляется по отношению к личности 0,34 (10); представляет собой дипломатичность 0,33 (15); проявляется в дружелюбном отношении 0,32 (7); представляет собой человеколюбие 0,28 (10); является проявлением культуры 0,26 (18); проявляется по отношению к чужому 0,26 (13); является проявлением вежливости 0,26 (13); проявляется в признании значимости человеческой личности 0,25 (1); проявляется в отсутствии предвзятости 0,24 (12); проявление умственной и духовной зрелости человека 0,23 (14); является проявлением нравственности 0,23 (15); проявляется в коммуникативных формах 0,23 (9); представляет собой проявление доброты 0,18 (17); проявляется как отказ от вмешательства в личную жизнь кого-л. 0,18 (2); воспитывается с помощью разных педагогических приёмов 0,17 (12); проявляется в способности прощать 0,17 (8); проявляется в коммуникативных умениях и навыках 0,16 (37); обусловлена наличием демократии 0,16 (4); проявляется по отношению к отличительному свойству субъекта 0,15 (1); реализуется при наличии плюрализма 0,14 (22); проявляется по отношению к явлениям действительности 0,14 (6); является проявлением открытости 0,13 (10); проявляется в эмпатии 0,13 (12); проявляется по отношению к мысли, замыслу 0,13 (4); проявляется в примирении ссорящихся 0,12 (1); выступает как проявление

любви 0,09 (5); обусловлена объединенностью стран мира 0,09 (2); проявляется в гостеприимстве 0,08 (4); проявляется в отсутствии надоедливости 0,08 (4); обусловлена наличием независимости 0,08 (5); проявляется в бодром и жизнерадостном мироощущении 0,07 (2); обусловлена постоянством жизни 0,07 (2); проявляется в действии 0,06 (2); реализуется при отсутствии опасности 0,05 (1); имеет ограничения 0,02 (6); может отвергаться 0,02 (6); проявляется в анализе 0,02 (2); является достижением 0,02 (2); проявляется в безразличии 0,02 (2); является идеальным принципом 0,01 (2); проявляется в нетерпимости 0,01 (2); проявление снисходительности в сфере политики 0,01 (5); является признаком уверенности 0,01 (1); проявляется в порядочности человека 0,01 (3); проявляется в отсутствии высокомерия 0,01 (1); проявляется в отсутствии эгоизма 0,01 (2); является наиболее оптимальным вариантом поведения 0,01 (1); призывает к дружбе 0,01 (3); призывает к миру 0,01 (4); свойственна маленьким детям 0,01 (2); имеет предпосылки в животном мире 0,01 (1); не имеет прямого перевода 0,01 (1); может нарушаться 0,01 (3); редко встречается 0,01 (1), может быть ненатуральная 0,01 (3); может быть натуральная 0,01 (2); может отсутствовать 0,01 (1).

Энциклопедическое поле составляет 93,6% когнитивного содержания концепта.

### **Интерпретационное поле — 0,98 (6,4%):**

#### **Общеоценочная зона — 0,01 (1,3%):**

##### **Нечто положительное 0,01 (1).**

##### **Утилитарная зона — 0,96 (3,8%):**

Способствует преодолению конфликтов 0,53 (3); приводит к единению 0,23 (16); приводит к взаимности 0,20 (15).

##### **Регулятивная зона 0,01 (1,3%)**

Качество, которым должен обладать каждый 0,01 (1).

Интерпретационное поле составляет 6,4% когнитивного содержания концепта.

Для установления индекса оценочности концепта все выявленные когнитивные признаки были распределены по следующим группам: когнитивные признаки положительной оценки, когнитивные признаки отрицательной оценки и неоценочные признаки. Был подсчитан удельный вес каждой группы и рассчитан индекс положительной и отрицательной оценочности. Результаты для русского концепта *толерантность* выглядят следующим образом.

Когнитивных признаков положительной оценки – 40

Индекс положительной оценочности – 51,3%

Когнитивных признаков отрицательной оценки – 4

Индекс отрицательной оценочности – 5,1%

Диспозициональный слой русского концепта *толерантность*

включает в себя 5 признаков (*может отвергаться 0,02, может нарушаться 0,01, может быть ненатуральная 0,01, может быть натуральная 0,01, может отсутствовать 0,01*), что составляет 6,4% от общего числа признаков. Это позволяет охарактеризовать концепт как преимущественно ассертивный.

Также по результатам описания содержания концепта выявлены основные когнитивные классификационные признаки (классификаторы), образующие структуру концепта. Таких признаков оказалось 12. Категоризируют толерантность в русском когнитивном сознании следующие классификаторы (в скобках приводится совокупный индекс яркости когнитивных признаков, входящих в ту или иную группу): *этическая характеристика (ИЯ 2,56), культурная характеристика (ИЯ 2,17), сфера социального проявления (ИЯ 1,85), характеристика объекта (ИЯ 1,47), сфера политического (гражданского) проявления (ИЯ 0,96), результат (ИЯ 0,96), сфера ментального (интеллектуального) проявления (ИЯ 0,54), сфера коммуникативного проявления (ИЯ 0,59), сфера психологического проявления (ИЯ 0,39), сфера биологического проявления (ИЯ 0,04), сфера языкового проявления (ИЯ 0,01), оценка (ИЯ 0,08)*

Полевая организация концепта «**толерантность**» по результатам описания имеет следующий вид:

**Ядро:**

Проявляется в снисходительности, мягкости по отношению к другому 0,81

**Ближняя периферия:**

Проявляется в готовности мирно сосуществовать с другим 0,53

Способствует преодолению конфликтов 0,53

Почтительное отношение, основанное на признании заслуг, качеств и достоинств 0,51

Обуславливается непроявлением эмоций 0,46

Проявляется по отношению к другому 0,45

**Дальняя периферия:**

Проявляется в невраждебности 0,40

Проявляется в признании многообразия 0,34

Проявляется по отношению к личности 0,34

Представляет собой дипломатичность 0,33

Проявляется в дружелюбном отношении 0,32

Проявляется в понимании многообразия 0,29

Обусловлена соблюдением политических прав человека 0,29

Представляет собой человеколюбие 0,28

Является проявлением культуры 0,26

Проявляется по отношению к чужому	0,26
Является проявлением вежливости	0,26
Проявляется в признании значимости человеческой личности	0,25
Проявляется в отсутствии предвзятости	0,24
Является проявлением нравственности	0,23
Проявление умственной и духовной зрелости	0,23
Приводит к единению	0,23
Проявляется в коммуникативных формах	0,23
Приводит к взаимности	0,20
Представляет собой проявление доброты	0,18
Проявляется как отказ от вмешательства в личную жизнь кого-л.	0,18
Воспитывается с помощью разных педагогических приёмов	0,17
Проявляется в способности прощать	0,17
Проявляется в коммуникативных умениях и навыках	0,16
Обусловлена наличием демократии	0,16
Проявляется по отношению к отличительному свойству субъекта	0,15
и др. (всего 32 признака)	
<b>Крайняя периферия:</b>	
Выступает как проявление любви	0,09
обусловлена объединённостью стран мира	0,09
проявляется в гостеприимстве	0,08
обусловлена наличием независимости	0,08
проявляется в отсутствии надоедливости	0,08
проявляется в бодром и жизнерадостном мироощущении	0,07
обусловлена постоянством жизни	0,07
проявляется в действии	0,06
реализуется при отсутствии опасности	0,05
проявляется в снисходительности к другим религиям	0,03
обусловлена соблюдением политических свобод человека	0,02
имеет ограничения	0,02
проявляется в анализе	0,02
может отвергаться	0,02
является достижением	0,02
проявляется в безразличии	0,02
проявление снисходительности в сфере политики	0,01
почтительное отношение к другому вероисповеданию	0,01
качество характера	0,01
проявляется в порядочности человека	0,01
нечто положительное	0,01
проявляется в отсутствии эгоизма	0,01
проявляется в отсутствии высокомерия	0,01
и др. (всего 40 признаков)	

Англо-американский концепт **«tolerance»** и русский концепт **«терпимость»** были описаны по аналогичной методике.

## «Терпимость»

### Ядро (34%):

Обуславливается не проявлением эмоций 64 0,2

### Ближняя периферия (46,6%):

Почтительное отношение к другому человеку, основанное на признании его заслуг и достоинств 27 0,1; способность уходить от конфликтов 19 0,1; толерантность 19 0,1; проявляется в невраждебности 14 0,1; проявляется в понимании многообразия 14 0,1; принятие многообразия 13 0,1; способность смиряться с чем-л. 11 0,1; снисходительное, мягкое отношение к другому 9 0,1

### Дальняя периферия (21,8%):

Проявляется в признании многообразия 8 0,04; способность прощать 8 0,04; способность стойко и безропотно переносить физические и моральные страдания 8 0,04; обусловлена соблюдением политических прав человека 7 0,04; является проявлением нравственности 5 0,03; проявляется в отсутствии предвзятости 5 0,03; обусловлена соблюдением политических свобод человека 4 0,02; проявляется как отказ от вмешательства в жизнь других 4 0,02; проявление культуры 4 0,02; является проявлением воли 3 0,02; способность не обращать внимания на незначительные факты 3 (0,02).

### Крайняя периферия (7,7%):

Способность не держать обиду на кого-л. 2 0,01; является чертой характера 2 0,01; способность воспринимать критику 1 0,01; должна быть у каждого 1 0,01; приводит к положительному результату 1 0,01; приводит к толерантности 1 0,01; проявляется в снисходительности к другим религиям 1 0,01; проявляется в коммуникации 1 0,01; способность мирно сосуществовать с другим 1 0,01; представляет собой дипломатичность 1 0,01; проявляется в быту 1 0,01; проявление умственной и духовной зрелости 1 0,01; выражается в умении не показывать своего превосходства 1 0,01; бывает в недостаточном количестве 1 0,01; является проявлением любви 1 0,01; нахождение взаимоприемлемых решений 1 0,01; может быть воспитана 1 0,01; имеет негативную оценку 1 0,01; умение адаптироваться 1 0,01.

## «Tolerance»

### Ядро (43,5%):

Способность стойко и безропотно переносить что-л. — *endurance* 0,30; допущение многообразия — *allowance of diversity* 0,20

### Ближняя периферия (26%):

Почтительное отношение к другому человеку, основанное на признании заслуг, качеств, достоинств — *respect for diversity* 0,10; проявляется в отсутствии предвзятости — *an objective attitude toward diversity* 0,10; признание многообразия — *recognizing the diversity* 0,10; отсутствие иммунной реакции — *the lack of immune response* 0,10

### **Дальняя периферия (20%):**

Принятие многообразия — *acceptance of diversity 0,04*; сопротивление чему-л. негативному — *resistance to something negative 0,03*; проявляется в свободе — *allowance of freedom 0,03*; проявляется в умении адаптироваться — *the ability to adapt 0,03*; проявляется в интересе к многообразию — *interest in diversity 0,02*; снисходительность, мягкость по отношению к другому — *the act of tolerating something 0,02*; способность выживать — *ability to survive 0,02*

### **Крайняя периферия (10%):**

Положительное отношение к многообразию — *positive regard for difference – 0,01*; либеральное отношение к многообразию — *liberal attitude for diversity 0,01*; смирение с чем-л. неприятным — *putting up with something unpleasant 0,01*; проявление умственной и духовной зрелости человека — *a complex mental state 0,01*; проявляется в нейтралитете — *neutrality 0,01*; склонность не обращать внимание на противоположность — *an inclination to overlook opposition 0,01*; понимание многообразия — *understanding the diversity 0,01*; проявляется в коммуникативных умениях и навыках 0,01; технический термин — *a technical term 0,01*; максимально допустимое количество пестицидов в пище — *the maximum amount of pesticide allowed in food 0,01*; свобода от фанатизма — *freedom from bigotry 0,01*; является проявлением доброты- *is expressed in kindness 0,01*; может отсутствовать — *can be absent 0,01*; отсутствие дискриминации — *absence of discrimination 0,01*; проявляется в отсутствии догматичности — *an undogmatic viewpoint 0,01*; способность соглашаться с кем-л. 0,01; выражается в цивилизованности — *is expressed in civility 0,01*; выражается в плюрализме — *is expressed in pluralism 0,01*; является проявлением нравственности — *a virtue 0,01*; склонность уступать желаниям кого-л. — *a disposition to yield to the wishes of someone 0,01*; склонность ценить прогресс — *an inclination to favor progress 0,01*; отсутствие интереса — *disinterest 0,01*.

Анализ средств языковой объективации концепта **«толерантность»** в русском и англо-американском когнитивном сознании, а также концепта **«терпимость»** в русском когнитивном сознании выявил следующее.

Концепт **«толерантность»** состоит из 78 когнитивных признаков, концепт **«tolerance»** – из 80. Наибольшее количество когнитивных признаков удалось обнаружить у концепта **«терпимость»** – 100.

Индекс когнитивного разнообразия концепта **«терпимость»** относительно концепта **«толерантность»** для русской концептосферы, вычисляемый как отношение количества когнитивных признаков одного концепта к количеству когнитивных признаков другого, составляет 1,28, что свидетельствует о большей развитости и более детальной концептуализации терпимости в русском языковом сознании, нежели толерантности.

Ядра концептов **«толерантность»** и **«tolerance»** совершен-

но различны. Ядро концепта **«толерантность»** образует когнитивный признак *снисходительность, мягкость по отношению к другому* 0,81, а концепта «tolerance» – *допущение многообразия* 0,90; *принятие многообразия* 0,75. Важно отметить, что когнитивный признак *принятие многообразия*, образующий ядро концепта **«tolerance»**, входит лишь в дальнюю периферию концепта **«толерантность»**, а когнитивный признак *допущение многообразия* у концепта **«толерантность»** отсутствует. Ядра концептов **«толерантность»** и **«терпимость»** имеют частичную общность – оба имеют в своём составе когнитивный признак *снисходительность, мягкость по отношению к другому*, но ядро концепта **«терпимость»** включает в себя также признак *обуславливается не проявлением эмоций* 0,20.

Ближняя периферия концепта **«толерантность»** представлена 5 признаками, тогда как ближняя периферия концепта **«tolerance»** имеет в своём составе 15 когнитивных признаков, а концепта **«терпимость»** – 10 когнитивных признаков. Это свидетельствует о том, что концепт **«tolerance»** имеет большую актуальность для английского языкового сознания, носители языка хорошо знакомы с этим концептом и могут уверенно назвать большое количество признаков. Такой же вывод можно сделать относительно концепта **«терпимость»** для носителей русского языка. Что касается концепта **«толерантность»**, то носители русского языка не выделяют уверенно большого количества когнитивных признаков, что свидетельствует о меньшей актуальности данного концепта для носителей русского языка, нежели английского.

Дальнюю периферию концепта **«толерантность»** составляют 32 когнитивных признаков, а концепта **«tolerance»** – 14, что также свидетельствует о неточном представлении носителей русского языка о концепте **«толерантность»**. Совпадение происходит только в трех случаях – общими для данных периферий являются когнитивные признаки *воспитывается с помощью разных педагогических приёмов, проявляется в отсутствии предвзятости, представляет собой проявление доброты*. Дальняя периферия концепта **«терпимость»** образована 25 признаками. У концепта **«терпимость»** в дальней периферии отмечается сходство с концептом **«толерантность»** – совпадают 5 когнитивных признаков, таких как *является проявлением нравственности, проявляется в способности прощать, обусловлена соблюдением политических прав человека, проявление умственной и духовной зрелости, воспитывается с помощью педагогических приемов*.

Крайнюю периферию концепта **«толерантность»** образуют



40 когнитивных признаков, концепта **«tolerance»** – 49, и концепта **«терпимость»** – 63 когнитивных признака. Между концептами **«толерантность»** и **«tolerance»** в данной периферии отмечается сходство по трём признакам – *может отсутствовать, обусловлена наличием независимости, проявляется в действии, проявляется в отсутствии надоедливости*. Между концептами **«толерантность»** и **«терпимость»** отмечается сходство по семи признакам, это – *обусловлена соблюдением политических свобод человека, проявляется в отсутствии высокомерия, может отвергаться, есть в США, может отсутствовать, является принципом, качество, которое должно быть у каждого*.

В целом, у концептов **«толерантность»** и **«tolerance»** совпадают 30 когнитивных признаков. Это такие признаки, как *проявляется в снисходительности, мягкости по отношению к другому, почтительное отношение, основанное на признании заслуг, качеств и достоинств, проявляется по отношению к другому, проявляется в готовности мирно сосуществовать с другим, представляет собой проявление доброты, воспитывается с помощью разных педагогических приёмов, приводит к единению, проявляется по отношению к личности, является проявлением культуры, является проявлением вежливости, проявляется в признании многообразия, проявляется в способности прощать и др.*

Тот факт, что у концептов **«толерантность»** и **«tolerance»** совпадают только примерно 38% когнитивных признаков и вышеперечисленные признаки относятся к разным перифериям, свидетельствует о том, что понимание и представление о данных концептах существенно различаются в русском и англо-американском языковом сознании. Это также говорит о том, что концепт **«толерантность»** все ещё находится на стадии становления в русском языковом сознании и окончательно не сформирован.

У концептов **«толерантность»** и **«терпимость»** в целом совпадает 31 когнитивный признак, что составляет 40% для концепта **«толерантность»** и 31% для концепта **«терпимость»**. Это такие признаки, как *проявляется в снисходительности, мягкости по отношению к другому, почтительное отношение, основанное на признании заслуг, качеств и достоинств, обуславливается непроявлением эмоций, проявляется в готовности мирно сосуществовать с другим, проявляется в невраждебности, представляет собой дипломатичность, воспитывается с помощью разных педагогических приёмов, проявляется в коммуникативных формах, проявляется по отношению к личности, является проявлением культуры, проявление умственной и духовной зрелости, проявляется в признании многообразия, обусловлена соблюдением политических свобод человека и др.* Большая часть этих признаков совпадает с когнитивными признаками концепта **«tolerance»** в английском языке.

Анализируя состав когнитивных признаков, можно сделать вывод, что концепт **«толерантность»** в русском и английском сознании является социально-психологическим, так как большинство когнитивных признаков отражают именно данную сферу функционирования концепта в сознании носителей языка.

В ходе исследования были также выделены такие когнитивные признаки, как *способность стойко и безропотно переносить что-л. 0,12, отсутствие иммунной реакции 0,10, проявляется в умении адаптироваться 0,04, имеет значение при пересадке органов 0,02, используется в математике 0,01* – при изучении концепта **«толерантность»** в русском языковом сознании; *сопротивление чему-л. негативному 0,40, способность стойко и безропотно переносить что-л. 0,30, способность не поддаваться медицинскому воздействию 0,20, допущение отклонений 0,10, отсутствие иммунной реакции 0,10, максимально допустимое количество пестицидов в пище 0,01* – при изучении концепта **«tolerance»** в англо-американском языковом сознании; *способность стойко и безропотно переносить что-л. 0,15, отсутствие иммунной реакции 0,01, умение адаптироваться 0,01, допустимое количество примесей в сплаве 0,01* – при изучении концепта «терпимость» в русском языковом сознании.

Данные когнитивные признаки относятся не к изучаемым социально-психологическим концептам, а к концептам **«переносимость»**, **«выносливость»**, **«сопротивляемость»**. Когнитивные признаки *используется в математике* и *допущение отклонений* относятся к концепту **«точность»**. Эти концепты близки по содержанию и объективации, так как обозначаются одним словом **«толерантность»**. Но это разные концепты, а слово **«толерантность»** является, таким образом, многозначным.

Образное содержание имеется только у концепта **«терпимость»**, его объём составляет 3,0%. В нём представлены перцептивные и когнитивные образы, когнитивные образы преобладают.

Объём энциклопедического поля составляет 93,6% у концепта **«толерантность»**, 90,1% у концепта **«tolerance»** и 74,0% у концепта **«терпимость»**. Таким образом, концепт **«толерантность»** обладает наиболее объёмным энциклопедическим полем, а концепт **«терпимость»** – наименее объёмным. Только у концепта **«tolerance»** в энциклопедическом поле выделяется мифологическая зона (1,3%), которую образует признак *ассоциируется с сердцем 0,01*. Объём интерпретационного поля составляет 6,4% для концепта **«толерантность»**, 8,6% для концепта **«tolerance»** и 23,0% для концепта **«терпимость»**. Таким образом, объём интерпретационного поля концепта **«толерантность»** меньше такового у концепта **«tolerance»** на 2,2% и усту-

пает концепту «**терпимость**» 16,6%. В данном поле оценочная зона концепта «**терпимость**» в 8,5 раз, а концепта «**tolerance**» в 3,8 раз превышает таковую концепта «**толерантность**», что говорит о несформированности оценочного отношения к концепту «**толерантность**» носителей русского языка.

Объём утилитарной зоны концептов «**толерантность**» и «**tolerance**» почти не различается, будучи в 2,5 раза меньше, чем у концепта «**терпимость**», что свидетельствует о высокой степени важности прагматических признаков концепта «**терпимость**» для носителей русского языка и сформированности данного концепта в языковом сознании. Регулятивная зона концепта «**tolerance**» отсутствует.

Сравнение когнитивных слоёв данных концептов даёт нам следующие результаты.

Если оценочные и неогеночные слои в целом различаются незначительно и у всех трёх концептов составляют примерно 55,0% от общего количества когнитивных признаков, то позитивно-огеночные и негативно-огеночные имеют некоторые отличия. Так, количество позитивно-огеночных и негативно-огеночных признаков концептов «**толерантность**» и «**tolerance**» является примерно одинаковым (51,3% и 52,5%), но количество позитивно-огеночных признаков концепта «**терпимость**» почти на треть меньше, чем у концепта «**толерантность**», а количество негативно-огеночных признаков более чем в три раза превышает количество таковых концепта «**толерантность**». Таким образом, хотя в целом концепт «**терпимость**» в русской языковом сознании является положительно-огеночным, но по сравнению с концептом «**толерантность**» он предстаёт скорее негативно-огеночным.

Важно отметить, что концепт «**терпимость**» имеет исторический когнитивный слой, что свидетельствует о том, что данный концепт является исторически релевантным для русской культуры.

В результате анализа средств языковой объективации концепта «**толерантность**» в русском и английском языках, а также концепта «**терпимость**» в русском языке, можно сделать вывод о том, что данные концепты являются современными, коммуникативно релевантными, актуальными и широко обсуждаемыми в современном обществе. Полученные данные свидетельствуют о гораздо большей сформированности концепта «**tolerance**» в английском языке и концепта «**терпимость**» в русском языке, чем концепта «**толерантность**», который находится на стадии формирования и становления в русском языковом сознании. Кон-

цепт «терпимость» является эндемичным для русского языкового сознания,

В целом, можно отметить, что концепт **«толерантность»** является более близким англоязычной лингвокультуре. В русском языке некоторые функции данного концепта берёт на себя концепт **«терпимость»**. Концепты **«толерантность»** и **«терпимость»** развиваются в современном русском языке, имея много точек соприкосновения. Несомненно, концепт **«терпимость»** является более родным и привычным для носителей русского языка, но различия между данными концептами очевидны и полное отождествление данных концептов не является правомерным.

Исследование свидетельствует, что концепты **«толерантность»** и **«терпимость»** являются разными концептами в русском языковом сознании.

### Литература

Неровная Н.А. Толерантность в коммуникативном поведении китайцев // Коммуникативные исследования 2007. – Воронеж: Истоки, 2007. – С. 17-21.

Неровная Н.А. Толерантность как условие развития межкультурной компетенции (из практики преподавания русского языка как иностранного) // Русский язык как иностранный и методика его преподавания: XXI век. — В 2 ч. — Сб. науч.-метод. ст. — М.: Правда, 2007. — Ч.2. — С. 32-37.

Неровная Н.А. Исследование концепта «толерантность» // Толерантность в России: история и современность: материалы всероссийской науч.-практ. конф. – Волгоград: Изд-во ВАГС, 2008. – С. 39-42.

Неровная Н.А. Коммуникативный концепт «толерантность» в русском языковом сознании // Язык и национальное сознание. – Воронеж: Истоки, 2008. – Вып. 11. – С. 134-140.

Неровная Н.А. Сравнительный анализ концептов «толерантность» и «терпимость» // Культура общения и её формирование. – Воронеж: Истоки, 2008. – Вып. 20. – С. 108 -116.

Неровная Н.А. Концепт «толерантность» в публицистических источниках на русском и английском языках // Вестник ВГУ. Серия «Филология и журналистика». – Воронеж: ВГУ, 2008. — № 2. – С. 84 - 86.

Неровная Н.А. Особенности языковой объективации концепта «толерантность» в русском и английском языках и концепта «терпимость» в русском языке // Язык и национальное сознание. – Воронеж: Истоки, 2009. – С. 50-54.

## РОДИНА

Концепт РОДИНА стал привлекать внимание языковедов в конце 90-х гг. XX в., когда особо актуальными стали проблемы национальной идентичности и их отражение и выражение в языке. Анализу концепта РОДИНА посвящены работы А. Вежбицкой, И. Сандомирской, В. Н. Телия, С. М. Толстой, а также круга этнолингвистов, объединяемых Е. Бартминьским в Польше. Эти работы выполнены в разных исследовательских техниках, число которых нельзя считать исчерпанными. Культурный концепт РОДИНА привлекает и далее внимание исследователей, поскольку он теснейшим образом связан как с этническим самосознанием, так и с государственной идеологией, воздействие которой на индивида осуществляется при помощи различных жанров текста, прежде всего, текстов политической пропаганды.

В данной работе излагаются результаты лингвокультурологического анализа концепта РОДИНА в идеологическом дискурсе немецкой политической пропаганды 20-40 гг. XX в. с помощью двух выбранных лексем *Vaterland* и *Heimat*, которые представляют собой лексическое ядро номинации данного концепта.

В качестве основных теоретических предпосылок исследования использованы, с одной стороны, труды по семантике и концептуальному анализу, авторами которых являются Ю. С. Степанов, Е. С. Кубрякова, Анна Вежбицка, Ежи Бартминьский, В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин, С. Г. Воркачев и другие отечественные и зарубежные лингвисты. С другой стороны, мы опирались на работы по политическому дискурсу (политической лингвистике, политологической филологии) — направления, представленного в работах А. Н. Баранова, В. З. Демьянкова, Н. А. Купиной, Г. Лассвелла, Н. Б. Мечковской, П. Б. Паршина, Р. Водак, П. Сериио, Ю. А. Сорокина, А. П. Чудинова, Е. И. Шейгал и др. При анализе текстов принимались во внимание работы по языку национал-социализма (R. Bauer, S. Bork, S. Find, U. Maas и др.), а также ряд работ немецких историков, политологов и социологов, посвященных проблемам национальной идентичности (H. Bausinger, I. Greverus, H. Mommsen, W. Mommsen, G. Simmel).

Начало лингвокультурологического изучения РОДИНЫ (концептосфера PATRIA) относится в отечественной и европейской лингвистике к 90-гг. 20 в. (Е. Бартминьский, А. Вежбицкая, В. Н. Телия, И. Сандомирская, С. М. Толстая и др.). Эти исследо-

вания показали, что концепт РОДИНА обладает специфическими чертами, выделяющими его среди других культурных концептов.

Прежде всего, концепт РОДИНА является р е л я ц и о н н ы м к о н ц е п т о м , т.е. в его структуре обязательно наличие параметра отношения. Выступая как объект, родина всегда чья-то: *моя, наша, X-а, X-ов* (В. Н. Телия); родину можно *иметь* или *не иметь*, т.е. обязательно наличие субъекта, осознающего, что у него есть родина / нет родины. В языках, располагающих несколькими лексическими единицами для выражения понятия РОДИНА, наблюдается противопоставление «малой родины», «лично-своего пространства» (А. Вежбицка) и «большой родины» — отечества как государства. Таким образом, в концепте РОДИНА выделяется и д е о л о г и ч е с к а я с о с т а в л я ю щ а я , связанная с тем, что этот концепт, будучи средством идентификации индивида, всегда оказывается «нагруженным» политической историей страны. Показательна роль подобных концептов в языке тоталитарного общества — тоталитарном дискурсе, основным механизмом которого является механизм речевого воздействия, базирующийся не на логической аргументации, а на особых манипулятивных приемах, описанных к настоящему времени в исследованиях по социо- и политической лингвистике. Одним из таких приемов можно считать помещение слова в специальное окружение, что вызывает либо определенный семантический сдвиг, либо создает некоторый семантический шлейф, который с этого времени всегда будет сопровождать это слово.

Для анализа концепта РОДИНА в идеологическом дискурсе мы опирались на положения, выработанные в современной лингвокультурологии. Это, прежде всего, представление о концепте как «сгустке культуры в сознании человека» (Ю. С. Степанов), представление о концепте как многомерном образовании, обладающем признаками вербализованности и этнокультурной маркированности. Далее это представление о том, что если понятия людьми конструируются, то концепты реконструируются (В. З. Демьянков). Среди разнообразных типов концептов специально выделяются идеологические, которые являются неоднородными.

Мы принимаем разделение, предложенное М. А. Филипповой, на первичные и вторичные идеологические концепты. Первичные создаются в рамках определенной доктрины и выражают ее сущность; вторичные возникают вне идеологии и лишь в особых типах дискурса получают идеологическую коннотацию. Исследование второго типа идеологических концептов, к которым принадлежит РОДИНА, предполагает пристальный контекстуальный

анализ, поскольку именно в контексте происходит «идеологическое насыщение» концепта.

Из существующих подходов к анализу концепта РОДИНА (нарративный, ассоциативный, этноцентрический, историко-социологический) нами избрана методика анализа лексического ядра концепта РОДИНА — слов *Vaterland* и *Heimat* с использованием этимологического анализа, анализа словарных дефиниций, контекстуального и концептуального анализов с последующим сравнением «поведения» слов в разных жанрах пропагандистских текстов. Нашей непосредственной задачей является реконструирование концепта РОДИНА в идеологическом дискурсе и через идеологический дискурс. Реконструируется тот концепт, который целенаправленно создавался институтами пропаганды и идеологическими лидерами. Чтобы показать, от чего отталкивались творцы пропаганды, были проанализированы данные лексикографии, в частности, толкование этих слов в Немецком словаре Я. и В. Гриммов, их словообразовательный потенциал, а также энциклопедическая информация об этих понятиях из словаря Брокгауза.

Если сравнить варианты значений слов *Heimat* и *Vaterland*, как они представлены в словаре Я. и В. Гриммов, то можно сделать следующие выводы.

1) И в том, и в другом случае мы можем говорить о семантической дифференциации значений при стабильном семантическом ядре, т.е. те разновидности значений, которые зафиксированы словарем Я. и В. Гриммов, представляют собой как у слова *Heimat*, так и у слова *Vaterland* детализацию и/или модификацию их основных значений.

2) *Heimat* и *Vaterland* близки по исходному значению, однако разница во внутренней форме представляется существенной: восхождение к концептам ДОМ у *Heimat* и ОТЕЦ у *Vaterland*. Также важен при семантическом и концептуальном описании «возраст» лексем: *Vaterland* как лексема «моложе» *Heimat*, и можно предположить, что развитие значения в сторону, с одной стороны, метафоризации, а с другой, политизации связано как с внутренней формой лексемы *Vaterland*, так и с ее лексически более «молодым» характером.

Анализ сложных существительных с первым компонентом *Heimat* - показал следующее. В качестве второго, т.е. определяемого, компонента выступают существительные следующих типов: 1) обладающие значением 'жилище' в прямом или метонимическом значении (*Haus, Hütte, Herd*); 2) пространственные объекты микропонимического плана (*Flur, Forst, Gegend, Strand*,

*Gewässer*); 3) объекты, ассоциативно связанные с ностальгией (это значение выводится из приводимых в словаре Я. и В. Гриммов контекстов) (*Liedchen, Luft, Klang*).

Особо следует отметить общественно-политический термин *Heimatschein* как обозначение документа, который свидетельствует о закреплении гражданина за определенным местом. Таким образом, анализ сложных слов с первым компонентом *Heimat*- показал, что этим детерминативом определяется семантическая сфера «жилище и микротопонимическое пространство вокруг него». Анализ сложных существительных с первым компонентом *Vaterlands*- показал, что в качестве второго, т.е. определяемого, компонента выступают существительные следующих типов:

1) Обозначающие эмоции (*Freude, Gefühl, Liebe, Leidenschaft*, также *Wärme* в значении 'Liebe'). Анализ контекстов, приводимых в словаре, показал, что все перечисленные эмотивы объединяются понятием «патриотическое чувство». Также слова из интеллектуальной сферы (*Geist, Gedanke, Genius*) переходят в эмотивную, соединяясь с компонентом *Vaterlands*- и обозначая также патриотическое чувство. 2) Ментефакты, объединенные с понятием *Vaterland* отношением «тема» (родина как тема для них) (*Gedicht, Lied, Poesie, Geschichte*). 3) Существительные, обозначающие морально-этические понятия (*Pflicht, Stolz*) а также связанные как следствие в этом поле (*Tod, Erretter, Retter, Rächer, Krieger*). Здесь РОДИНА выступает как каузатор этических эмоций и вызванных ими действий. 4) Слова *Boden, Erde, Himmel, Sonne, Tal* как метонимические обозначения родины, дающие возможность представить ее как целое, состоящее из многих важных частей; при этом увеличивается экстенционал понятия.

Таким образом, сравнение композитов с первыми компонентами *Vaterlands*- и *Heimat*- показывает, что композиционные возможности этих двух компонентов, а также композиционная семантика полученных сложений различна. Если *Heimat* комбинируется с существительными со значением «дом» и «ближайшее микротопонимическое окружение», т.е. полностью реализуется значение 'малая родина', то сочетаемость *Vaterlands*- является более разнообразной и охватывает субстантивы со значением эмоций, а также обозначающих морально-этические понятия. Все это является еще одним подтверждением того, что к середине XIX в. в значении лексемы *Vaterland*, первоначально синонимичной *Heimat*, сформировался такой семантический компонент, который позволил этому слову в дальнейшем стать обозначением политического и идеологического концепта.



Концептуально-контекстуальный анализ VATERLAND в «Mein Kampf» показал следующее.

1. Концепт VATERLAND реализуется только в составе определенных дескрипций: *das Vaterland; das einzige teure Vaterland; unser Vaterland; sein Vaterland; das gemeinsame Vaterland*. В контексте данной книги отсутствуют рассуждения об абстрактном отечестве.

2. В ближайшем окружении VATERLAND (в пределах одного абзаца) в тексте появляются следующие понятия (концепты): NATION, VOLK, MORAL, GESETZ, KRIEG, FEINDE, OPFER, PFLICHT, BLUT, TOD, UNABHÄNGIGKEIT, FREIHEIT 'нация, народ, мораль, закон, война, враги, жертва, кровь, смерть, независимость, свобода'. Это концепты принадлежат сфере супер-эго, т.е. к сфере моральных установок и к сфере социума и его законов. Многие из этих понятий также являются реляционными (в данном случае даже скорее релятивными, поскольку их содержание зависит от идеологической интерпретации). С лексико-стилистической точки зрения перед нами возвышенная лексика, употребление которой свойственно пафосному стилю.

4. VATERLAND выступает объектом гордости (*der Stolz auf das Vaterland*), веры (*im Glauben an das Vaterland*), любви (*die Liebe zum Vaterland*), преданности (*Hingabe an das Vaterland*).

5. VATERLAND обладает величиной и величием (*die Größe*), и в этом величии выделяются два аспекта: политический и культурный (*die politische und kulturelle Größe des Vaterlandes*). Характерно в этом сочетании расположение прилагательных, иконически отражающих значимость обозначаемых ими признаков (политический аспект является ведущим).

6. В целом можно выделить два концептуальных поля, связанных с VATERLAND: условно их можно назвать BEGEISTERUNG 'восторг, воодушевление' (ср. *mit strahlenden Augen; Hingabe an das Vaterland*) и GEFÄHR 'опасность' (ср. *die Unglücke des Vaterlandes; das Vaterland verteidigen; die Opfer, die die deutsche Mutter dem Vaterland darbrachte*). Кроме, пожалуй, названия доктрины «Volk und Vaterland» (следует обратить внимание на принцип аллитерации, увеличивающий суггестивность лозунга), практически все контексты употребления слова *Vaterland* распределяются по указанным полям, образуя, с одной стороны, оппозицию положительного (восторг) и отрицательного (опасность).

С другой стороны, опираясь на аппарат композиционной семантики, можно заметить слияние, *blending* (Кубрякова 2002), полей «восторг» и «опасность»: VATERLAND в итоге выступает как инструмент идентификации, как то, что нужно любить, величием

чего нужно восторгаться, что должно быть независимым и свободным, однако подвергается опасности и за что нужно, не раздумывая, принести себя в жертву и стать героем.

Концептуально-контекстуальный анализ HEIMAT в тексте «Mein Kampf» в сравнении с VATERLAND показал следующее.

1. Как и *Vaterland*, слово *Heimat* в этом тексте сочетается с посессивным местоимением третьего лица *sein*, однако в качестве посессивного местоимения первого лица используется *mein*, а не *unser* (*meine Heimat* vs. *unser Vaterland*). Также характерно использование прилагательного *eigen* 'собственный' (*die eigene Heimat*). Таким образом, выстраивающаяся оппозиция детерминативов при этих двух лексемах (*mein* + *eigen*) для *Heimat* vs. (*unser* + *gemeinsam*) для *Vaterland* отражает принадлежность их как концептов к разным сферам: HEIMAT принадлежит к личной сфере (сфере «Я»), VATERLAND — к социальной сфере «МЫ».

2. В качестве ближайшего окружения HEIMAT в тексте выступают следующие концепты: NEST, FRIEDEN, GRENZE, HAUS, WALDVIERTEL, WEIB UND KIND, ERDE und BODEN 'гнездо, мир, граница, дом, лес, женщина и дитя, земля и почва'. Это концепты относятся либо к личной сфере говорящего, либо к семантическому полю мирной жизни и отличаются от слов возвышенной лексики и лексики семантического поля войны, которые окружают в тексте VATERLAND.

3. Признаками HEIMAT как посессора являются GRENZE 'граница' (*die engen Grenzen der Heimat*), а также BODEN 'почва' (*im Boden der Heimat*), т.е. можно говорить о признаке локализованности и небольшой величины. VATERLAND, напротив, характеризуется большой величиной, и понятие границы для него нерелевантно, поскольку процесс завоевания новых территорий еще не завершен (см. выше о доктрине *Lebensraum* — жизненного пространства).

4. В качестве объекта HEIMAT выступает прежде всего объектом любви (*meine geliebte Heimat, die Liebe zur Heimat*), этот признак является общим для HEIMAT и VATERLAND, но любовь к VATERLAND обязательно должна сочетаться с гордостью, верой и преданностью, а любовь к HEIMAT (*heiße* 'горячая') может сочетаться с ненавистью к чужой государственности на этой территории (*heiße Liebe zu meiner deutsch-österreichischen Heimat, tiefen Hass gegenüber den österreichischen Staat* 'горячая любовь к моей немецко-австрийской родине, глубокая ненависть к австрийскому государству').

5. Если *Vaterland* с лексико-семантической точки зрения является однозначным словом, то в *Heimat* выделяются два лексико-

семантических варианта (ЛСВ): первый условно можно назвать «малая родина», а второй — «глубокий тыл». Следует отметить, что второй ЛСВ практически не фиксируется в немецких словарях (как переводных, так и толковых). Для понятия «тыл» в немецком языке существует несколько лексем. Это специальные военные термины *Hinterland*, *Rücken* и *Etappe*. Последним обозначается территория непосредственно за линией фронта (*Nachschubgebiet*). *Heimat* в этом ряду получает значение глубокого тыла, однако к военно-топографическому значению здесь добавляется эмоциональный компонент, связанный с личной сферой адресата и прямо вытекающий из первого ЛСВ. Поэтому оппозиции FRONT vs. HEIMAT (...*dies kam aus der Heimat und wurde auch an der Front besprochen*), ETAPPE vs. HEIMAT (*in Etappen oder in der Heimat*) приобретают в тексте идеологическую нагрузку и становятся сильным средством эмоционального воздействия на адресата.

В свете этой оппозиции HEIMAT даже может приобретать негативный смысл, если является местом пребывания дезертиров и симулянтов (*Deserteure und Drückeberger*). Для внедрения идеологии завоевателя в сознание молодого солдата важно освободить его сознание от узких рамок локального понимания родины и укрепить в принадлежности к великой немецкой нации, он должен научиться ощущать себя не в узких границах своей „малой родины“, а в широких пределах своего отечества, каким является Третий рейх (ср. приводимую выше цитату: *Es soll weiter den einzelnen jungen Mann aus dem engen Horizont seines Ländchens herausheben und ihn hineinstellen in die deutsche Nation. Nicht die Grenzen seiner Heimat, sondern die seines Vaterlandes muss er sehen lernen*).

Таким образом, контекстуально-семантический анализ слов *Heimat* и *Vaterland* в «Mein Kampf» показал различные оттенки значения слова *Heimat*, актуализируемые в тексте. *Vaterland* с этой точки зрения демонстрирует семантическую константность. Если же подходить к этим номинациям с точки зрения контекстуально-концептуального анализа, т.е. выявляя концепты-«соседи», то получается довольно четкая дистрибуция признаков «мой», «собственный», «малый», «частная жизнь», «ограниченное пространство» у *Heimat* и «наш», «огромный», «общий», «неограниченный» у *Vaterland*. Соотношение *Heimat* и *Vaterland* как понятий, выявленное из текста на основе словоупотреблений, можно считать дискурсивным выражением доктрины *Lebensraum* — завоевания жизненного пространства.

В работе проведен анализ слов *Heimat* и *Vaterland* в текстах речей Гитлера. Хронологически тексты речей были нами разделены на следующие периоды: 1) до 30 января 1933 г.; 2) с 1933 г. до лета 1939 г.; 3) с лета 1939 г. до марта 1942 г.; 4) с марта 1942 г. до апреля 1945 г. Именно такая периодизация текстов речей Гитлера мотивируется как историческими причинами, так и причинами, относящимися к пропагандистским тенденциям и доминантам. И те, и другие, без сомнения, повлияли на состояние исследуемого нами концепта РОДИНА.

Как никакой другой тип текста, политическая речь привязана к конкретному событию. Поэтому для наших целей необходимой была периодизация текстов, основанная как на исторических фактах, так и на фактах, непосредственно касающихся истории пропаганды в германском рейхе. Анализ показал, что в связи с различными историческими ситуациями изменяется семантическое наполнение слов *Heimat* и *Vaterland*, а также их сочетаемость. Слово *Vaterland* перестало употребляться в официальном стиле с начала 1942 г. Тексты речей подтверждают этот факт. Семантическую нишу слова *Vaterland* заняло слово *Heimat*, не утратив, однако, при этом собственной семантики 'малой родины', которая, без сомнения, наложила свой отпечаток на суровую семантику *Vaterland*, смягчив ее и приблизив к личности.

Помимо занятия словом *Heimat* семантической ниши *Vaterland* и «приобретения» от него синтагматических партнеров (прилагательных), в исследованных текстах наблюдается еще одно явление, связанное с актуализацией у *Heimat* специального «военного» значения 'глубокий тыл, внутренняя зона', которое в некоторых контекстах трудно отделимо от главного значения 'малой родины'. Тексты речей последнего периода (1943-1945 гг.) демонстрируют интересное явление, когда в коротком фрагменте текста слово *Heimat* употребляется в разных семантических вариантах: 'родина-государство', 'малая родина', 'глубокий тыл, территория своей страны'. Это явление было нами обозначено как пульсирование значений. Без сомнения, этот прием, который, однако, трудно квалифицировать как абсолютно осознанный, играл большую роль в реализации пропагандистских намерений, поскольку в основу был положен экзистенциальный концепт, присущий картине мира каждого человека и целой нации, а речи, тексты которых рассматривались в данном разделе, произносились в особо драматическое для немецкой нации время.

Нами был представлен анализ *Heimat* и *Vaterland* в пропагандистском тексте для юной возрастной группы. В качестве материала используется иллюстрированная газета для школьников «Hilf

mit!» (Illustrierte deutsche Schülerzeitung «Hilf mit!») 'Помогай вместе!', которая впервые вышла в свет в 1933 году. Последний ее номер вышел в 1943 году.

Анализ контекстов позволяет выделить следующие концептуальные характеристики *Vaterland* в тексте газеты "Hilf mit!".

1) Отечество как объект приложения сил; новое отечество, которое создается на глазах и которое будет далее созидаться юным поколением, являющимся адресатом текстов данной газеты: ... *sie sollen selbst und künftigen Generationen ein Vaterland schaffen* (№ 1, 1933, S. 2) 'Они должны себе и будущим поколениям построить отечество'. *Deutscher Schüler und deutsche Schülerin, ihr habt die große Aufgabe zu erfüllen, mit am Aufbau des neuen deutschen Vaterlandes zu helfen* (№ 1, 1933, S.2) 'Немецкий школьник и немецкая школьница, на вас лежит выполнение великой задачи — помощи в созидании нового немецкого отечества'. Характерно для этого случая употребление предикатов или отглагольных существительных со значением «намеренного создания объектов»: *schaffen* 'создавать, созидать', *Aufbau* < *aufbauen* 'строить'. 2) Отечество как семья, но не просто семья, а семья, объединенная понятием *VOLK*: ... *so soll es auch mit den 60 Millionen deutscher Menschen sein, die ihr Vaterland als eine völkisch gebundene Familie betrachten müssen* (№ 2, 1933, S. 35) '... то же будет с 60 миллионами немцев, долг которых — считать свое отечество единой семьей, объединенной понятием «немецкий народ»'.

Полученный образ очень далек от привычной метафоры советской родины как семьи народов, поскольку *Volk* это исключительно немецкая нация. 3) Отечество как большое пространство (нечто вроде «необъятной родины своей»): *im Osten unseres Vaterlandes* (№ 2, 1933, S. 39) 'на востоке нашей родины'. В данном случае важно употребление местоимения *unser* 'наш'. Ср. также: *die ländlichen Bezirke unseres Vaterlandes* (№ 1, 1935, S. 34) 'сельские округа нашей родины';

По сравнению с *Vaterland*, набор концептуальных признаков у *Heimat* в данном жанре оказался несколько беднее. Анализ контекстов с *Heimat* выявил следующие характеристики.

1. Если речь идет о мирном времени, то *Heimat* употребляется в этом виде текста как место рождения и место исконного проживания, к которому человек испытывает теплые чувства, особенно находясь вдалеке: *Noch lange haben wir an diesem Weihnachtsabend zusammen gesessen, von der Heimat Deutschland geplaudert* (№ 3, 1933, S/ 84) 'Долго еще мы сидели вместе в этот рождественский вечер, разговаривая о родной Германии'; *Nur so lernen*

wir wieder den Zauber unserer Heimat... Sie alle haben das eine gemeinsam: die Liebe zur Heimat, die Liebe zum Volk, dem wir entstammen (№ 4, 1934, S. 121) 'Только так мы снова узнаем волшебную силу нашей родины... У них всех общим является одно: любовь к родине, любовь к народу, из которого мы исходим'. В последнем примере обращает на себя внимание совместная встречаемость *Heimat* и *Volk*, в то время как в других текстах *Volk* сочетался с *Vaterland* (ср. название доктрины *Volk und Vaterland*).

2. Если в качестве фона повествования выступают военные действия, то у *Heimat* актуализируется значение 'глубокий тыл', как в тех жанрах, которые были рассмотрены выше (как правило, в тексте присутствует корреляция *in der Heimat — an der Front*).

3. *Heimat* выступает объектом знания (глагол *kennen*), имплицитующего любовь к ней и желание ее защищать: "*Wer die Heimat kennt, der wird sie lieben, und wer sie liebt, wird für sie eintreten*" 'Кто родину знает, тот будет ее любить, а кто ее любит, тот будет за нее заступаться'. Отметим, что любовь к *Vaterland* такого знания не требует. Любовь к *Vaterland*, патриотизм, связан имплицитивными отношением с чувствами гордости за родину и долга перед ней, существующими аргюі.

4. Одной из особенностей газеты "Hilf mit!" является тематическое разнообразие материала, включающего, наряду с актуальной информацией, также информацию об истории Германии и биографии выдающихся людей. Может быть поэтому, т.е. в силу содержательной неомогенности текста, мы можем констатировать большее количество контекстов, в которых *Heimat* и *Vaterland* выступают как полные синонимы. Из совместных употреблений этих слов можно сделать вывод о партитивных отношениях между ними: *Vaterland* выступает как целое, *Heimat* — как часть. Связывает их чувство любви, которое должно непременно возникнуть у молодых людей после проведения таких патриотических мероприятий, как походы с флагами Гитлерюгенд и пением песни «Хорст Вессель» — гимна штурмовиков: *Wir führen am frühen Morgen voll schöner Erlebnisse und voller Liebe zu Heimat und Vaterland in unser Dorf zurück* (№ 1, 1934, S.6) 'Ранним утром, полные чудесных воспоминаний и любви к родной земле и всему отечеству, мы возвращались в нашу деревню'.

5. Из более абстрактных значений *Heimat* можно назвать значение духовной родины, связывающей данное поколение с историей нации: *die geschichtliche und geistige Heimat* (№ 2, 1933, S. 39) 'историческая и духовная родина'.

6. Только в этом жанре было обнаружено предикативное употребление слова *Heimat*, а именно в сочетании *Mutter ist*

*Heimat/Mütter sind Heimat* (№ 12, 1936, S. 356) 'мать/матери это родина'. Смысл стихотворения, содержащего эту строку, состоит в прославлении матерей, воспитывающих детей для служения Германии. Национал-социалистическое воспитание, как показала И.Гайсслер, исследовавшая женские журналы 1923-1944 гг., должно было начинаться практически с пеленок (Geissler 2005). Комментарий к стихотворению содержит прием, который представляет собой силлогизм. Так, после утверждения, что мать — это родина, следует такой текст: *Über allen — Mütter und Söhne — steht aber beschützend die Allmutter Deutschland. Sie ist die größere Heimat* 'Над всеми — матерями и сыновьями — стоит, охраняя их, общая мать Германия. Она наша большая родина'. В макроконтексте газеты формируется следующая последовательность: «Если мать — это родина, а общая мать — это Германия, то Германия — это родина». Таким образом, нужная информация вкладывается в сознание молодых людей с опорой на операцию вывода. Это можно квалифицировать как инференцию (Кубрякова 2004) и отнести к непрямым приемам пропаганды.

В результате сопоставления концептуально-контекстуального анализа *Heimat* и *Vaterland* в трех типах текстов: книги «*Mein Kampf*», в текстах речей Гитлера и газеты «*Hilf mit!*» приемов пропаганды, связанных с употреблением этих слов, мы пришли к следующим выводам.

1. Отличие «*Mein Kampf*» от двух других рассмотренных текстов состоит в том, что в этой книге четко различаются семантические поля *VATERLAND* и *HEIMAT*. *Vaterland* обозначает Германию как государство, в то время как *Heimat*, «малая родина», это, как правило, конкретная область Германии. Можно полагать, что такое четкое различие связано с жанром: при всем разнообразии содержания эта книга все же является монографией. В ближайшем окружении *VATERLAND* находятся концепты сферы супер-эго (долг, мораль, закон и пр.), в ближайшем окружении *Heimat* оказывается все, что относится к личной сфере говорящего (дом, мир, земля, женщина, ребенок). Контексты о «страданиях отечества-*Vaterland*», «жертвах за отечество», «предателях отечества» в этой книге относятся хронологически к первой мировой войне и больше отражают историческое, чем актуальное положение дел.

К особым пропагандистским приемам, связанным с этими словами, актуальным в момент написания книги, можно отнести употребление слова *Vaterland* в связи с доктриной *Lebensraum* — жизненного пространства, т.е. оправдания завоеваний новых территорий. Такое употребление слова, обычно относящегося к Гер-

мании (Vaterland=Deutschland), в контекстах доктрины Lebensraum приобретает смысл Vaterland=Großdeutschland 'Великая Германия', т.е. Третий рейх в его настоящих и будущих границах.

Пропагандистским целям служит, на наш взгляд, и совмещение в одном контексте слов Heimat и Vaterland. Такое лексическое соседство «работает» на идею, что «малая родина» должна в итоге раствориться в «большом отечестве». По крайней мере, в таком духе следует воспитывать солдата. В контекстах, описывающих военные действия, у лексемы Heimat актуализируется значение 'глубокий тыл'. При этом практически всегда при употреблении Heimat в этом значении в ближайшем окружении обнаруживается один из двух лексических коррелятов: это Front vs. Heimat (фронт — тыл, внутренняя зона) или Etappe vs. Heimat (ближний тыл — глубокий тыл). Эти корреляты маркируют «военные» контексты Heimat и по существу являются актуализаторами значения 'тыл'.

2. В текстах речей Гитлера картина распределения самих слов и их значений несколько другая. Слово Vaterland остается в текстах, относящихся к периоду до захвата власти национал-социалистами (до 1933 г.), когда речь шла о проигранной первой мировой войне, о «предателях отечества», у которых не было «патриотического долга». Как синоним Третьего рейха Vaterland возникает в речах Гитлера только тогда, когда речь идет о «присоединении» Австрии. Далее картина изменяется полностью. Слово Vaterland совсем исчезает из употребления в официальном языке (в силу регламентируемости языкового узуса постановлениями министерства пропаганды), передавая свой смысл 'отечество, родина как государство' слову Heimat. Heimat, таким образом, принимает на себя концептуальные признаки Vaterland, но «смягчает» их образом матери, собирающей и охраняющей своих детей. Если родина-Vaterland была строгой и требовала жертв, в том числе и смерти за нее, то родина-Heimat любит своих сыновей, благодарна им, смотрит на них с гордостью, лечит их раны. Относительно оставшегося в употреблении слова Heimat можно, на наш взгляд, говорить о принципе семантического амальгамирования, который выражается в том, что данное слово начинает одновременно нести в себе три смысла: 1. отечество, т.е. Германия как государство; 2. родина, где человек родился и живет (внутри Германии у каждого своя, малая); 3. тыл, внутренняя зона. Выражение *die deutsche Heimat* может нести в себе в определенных контекстах одновременно три смысла (а два смысла почти всегда). Думается, что передача смысла от *Vaterland* к *Heimat* была продуманным идеологическим



ходом, поскольку и внутренняя форма слова *Heimat*, и его исходное значение призваны были «работать» на то, чтобы сместить чувство общественного долга в личную сферу. Бесспорно, существовало еще множество специальных пропагандистских приемов, включая другие каналы восприятия и коды (зрительный, например, плакаты и фильмы). Однако в идеологии не бывает мелочей, и «склеивание» смыслов слов является эффективным приемом речевого воздействия.

3. Третий тип текста — газета для младших школьников «*Hiilf mit!*» — имел своей целью вести пропаганду под видом воспитания и обучения. В силу тематически различного материала (исторические сведения и современность) в тексте этой газеты не наблюдается четкого разделения семантических полей VATERLAND и HEIMAT. Также отмечается отсутствие влияния постановления 1942 г. о неупотреблении слова *Vaterland* в языке прессы, потому что это слово продолжает встречаться в газете и после марта 1942 г.

Концептуальные признаки, приписываемые *Vaterland* в тексте газеты, пересекаются с теми, которыми наделялось отечество-*Vaterland* в тексте «*Mein Kampf*» Гитлера. Это идеи служения, долга, принесения себя в жертву. Только в книге Гитлера данные признаки формировали концепт отечества времен первой мировой войны, здесь же речь идет о второй мировой войне. Нами установлены также два специфических признака концепта РОДИНА в тексте этой газеты, которых в других исследованных текстах не встретилось, а именно: построение нового отечества и родина как семья. «Новое отечество», которое предстоит строить немецкой молодежи, — это отличительная черта концепта РОДИНА именно в данном тексте, и она непосредственно связана с адресатом текста — молодежью, у которой все впереди. Образ семьи, который является для всех общепонятным, представляет собой идеальное основание для метафоризации. Спецификой «семейной» метафоры в данном случае является то, что в образ родины как семьи авторам текстов «*Hiilf mit!*» удалось внедрить концепт VOLK, ставший, наряду с RASSE, базисным в нацистской идеологии resp. языке национал-социалистической пропаганды и применимый только к немецкой (арийской) нации. Таким образом, родина сравнивается с семьей, но с оговоркой: только для принадлежащих к немецкой нации. Воздействие через образную номинацию, в которую «заложен» уже идеологически обработанный концепт (VOLK, RASSE), а также включение приема выводного знания (как это было нами показано на примере текста про мать, которая является родиной), усиливает пропагандистский эффект

от текстов, содержащих концепт РОДИНА и вносит идеологический компонент в сам концепт.

Таким образом, в результате проведенного исследования были обнаружены следующие предпосылки и механизмы, с помощью которых формировался идеологический компонент в структуре концепта РОДИНА в языке национал-социализма. Основанием для приобретения такого компонента служит реляционность концепта РОДИНА, позволяющая отправителю идеологического текста манипулировать этим параметром.

1. Одной из предпосылок, позволившей идеологам национал-социализма манипулировать двумя «родинами», является сложившееся в концептуальном пространстве языка наличие довольно четкой дистрибуции признаков «мой», «собственный», «малый», «частная жизнь», «ограниченное пространство» у *Heimat* и «наш», «огромный», «общий», «неограниченный» у *Vaterland*.

2. Другой предпосылкой, обусловившей употребление исследуемых слов, является слово *Vaterland*, которое, как это подтвердилось анализом текстов речей Гитлера, действительно перестало употребляться в официальном стиле с начала 1942 г. Опустевшую нишу заняло слово *Heimat*, которое при этом не утратило первоначальной семантики 'малой родины'. Признаки «малой родины» («мой», «собственный», «любимый») не исчезли полностью у *Heimat* в роли *Vaterland*, поэтому отечество-*Heimat* не столь сурово, как отечество-*Vaterland*, и больше ценит личность. Кроме того, у *Heimat* произошла актуализация специального «военного» значения 'глубокий тыл, внутренняя зона'. В текстах речей нами было обнаружено явление, которое мы назвали пульсированием значений: когда в коротком фрагменте текста слово *Heimat* употребляется в разных семантических вариантах: 'родина-государство', 'малая родина', 'глубокий тыл, территория своей страны', и эти варианты трудно делимы из-за одновременной актуализации нескольких значений. Этот прием, который, однако, трудно квалифицировать как абсолютно осознанный, играл, как можно предполагать, большую роль в реализации пропагандистских намерений, поскольку в основу был положен экзистенциальный концепт, присущий картине мира каждого человека и особенно остро переживаемый в переломные исторические эпохи.

3. Среди приемов, связанных с концептом РОДИНА и специально направленных на молодежь, можно назвать метафоризацию с подменой основания сравнения (родина как семья, но семья только на основе понятия VOLK, которое, как известно, являлся в языке национал-социализма глубоко идеологизирован-

ным). Также был отмечен прием включения механизма инференции как непрямого приема пропаганды.

Методом обнаружения идеологического компонента, заданного отправителем, в структуре концепта является контекстуально-семантический анализ, выявляющий оттенки данных слов в ближайшем контексте, в сочетании с концептуально-контекстуальным анализом, который определяет, исходя из более широкого контекста, связи и отношения данного концепта с другими концептами.

Резюмируем.

Концепт РОДИНА представляет собой реляционный концепт, т.е. в его структуре обязательно наличие параметра отношения (родина всегда *чья-то*). Тем самым этот концепт становится не только «сгустком культуры» в сознании человека, но и конкретным штрихом к социальному портрету человека и общества. Будучи для каждого человека неотъемлемым способом выражения его национальной идентичности, концепт РОДИНА вынужден нести на себе и весь груз политической истории страны.

Реляционность концепта РОДИНА позволяет манипулировать им в рамках политического дискурса при помощи увеличения доли идеологического компонента в структуре концепта. Особенно это проявляется в тоталитарном дискурсе, основным механизмом которого является механизм речевого воздействия, базирующийся не на логической аргументации, а на различных манипулятивных приемах.

В отличие от прямых идеологических концептов ФАШИЗМ, РАСИЗМ, ДЕМОКРАТИЯ, идеологическая составляющая которых актуализируется одновременно с номинацией, идеологический компонент концепта РОДИНА формируется постепенно дискурсивным путем, т.е. помещением слова в определенное текстовое окружение и созданием таким образом нужных концептуальных полей.

Реконструкция концепта РОДИНА в рамках идеологического дискурса, идущего от «отправителя», т.е. той инстанции, которая формирует идеологию, представляет собой необходимую предпосылку для дальнейшего изучения данного концепта в коллективном языковом сознании.

### **Литература**

Игнатова Е. М. Концепт РОДИНА в социально-культурном контексте Германии // Вопросы филологии. — 2006. — № 5. — С. 21–29.

Игнатова Е. М. Язык и идеология: о концепте РОДИНА в немецком языке 80-90 гг. XX в. // Филологические науки в МГИМО: Сборник научных трудов. — № 26 (41) / Отв. ред. Г. И. Гладков. — М.: МГИМО(У) МИД

России, 2007. — С. 8–25.

Игнатова Е. М. *Lingua Tertii Imperii*: общая характеристика и базовые концепты // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты. Вып. 11. — М.: МГЭИ, 2006. — С. 91–98.

4. Игнатова Е. М. Особенности реляционных концептов в тоталитарном дискурсе (на примере VATERLAND и HEIMAT эпохи национал-социализма) // Язык и межкультурная коммуникация. Сборник статей 1-й Междунар. конф. 23 января 2007 г. — Астрахань: Астраханский ун-т, 2007. — С. 178–179.

Игнатова Е. М. Шрифт и идеология: о готическом шрифте в Третьем рейхе // Вестник МГЛУ. Вып. 541. Ч. 2. Серия Лингвистика: «Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты». — М.: МГЛУ, 2007. — С. 72–76.

Игнатова Е. М. Безымянность как одна из стратегий пропагандистского текста // Человек говорящий и пишущий: материалы IV Междунар. Безымянных чтений. — М.: МГЭИ, 2008. — С. 29–34.

Игнатова Е. М. Место концепта РОДИНА среди культурных концептов // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты. Вып. 14. — М.: ИНИОН РАН; МГЛУ, 2008. — С. 96–102.

**Д.В. Хохлов**  
**(Иркутск)**

## **НАРОД**

Данная работа посвящена изучению генезиса и актуализации лингвоидеологического концепта VOLK в немецком политическом дискурсе XX века.

*Материалом исследования* послужили письменные источники: лексикографические (толковые, энциклопедические, этимологические, фразеологические словари), произведения художественной литературы IX – нач. XX веков, результаты анкетирования информантов (100 информантов – носители немецкого языка). При изучении идеологической составляющей концепта VOLK были проанализированы следующие жанры политического дискурса: новогодние обращения главы государства, три конституции ГДР (1949, 1968 и 1974 гг.) и одна конституция ФРГ (1949 г.), политические статьи из немецких периодических изданий, политические листовки, лозунги, рекламные листовки, стенограммы протоколов заседаний Бундестага и Народной Палаты ГДР, выступления политиков, правительственные заявления, программы политических партий. Общий корпус проанализированных примеров составляет более трёх тысяч единиц.

*Теоретическую базу* исследования составили работы отечественных и зарубежных ученых по антропологической лингвисти-

ке (Н.Д. Арутюнова, Ю.М. Малинович, М.В. Малинович, В.И. Повалова, Ю.С. Степанов и др.), лингвокультурологии и лингвоконцептологии (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Г.Г. Слышкин), лингвистике дискурса (М.Л. Макаров, А.В. Олянич, С.Н. Плотникова, К.Ф. Седов, Е.И. Шейгал, Т. ван Дейк, К. Конердинг, К. Фраас), политической лингвистике (А.Н. Баранов, П.Б. Паршин, Ю.А. Сорокин, А.П. Чудинов, Р. Водак, П.Серио).

Изучение антропологического феномена «народ» имеет давнюю философскую традицию. Народ рассматривается философами обычно как категория, являющаяся одной из центральных в социальной философии, начало осмысления которой восходит к античной философии (Аристотель, Г. Гегель, Р. Декарт, Лукреций, К. Маркс, Ш. Монтескью, Ф. Ницше, Платон, Ж.-Ж. Руссо, Ф. Энгельс). В настоящее время в европейской философии наблюдается социологизация народа, когда акцент ставится на количественные характеристики народа, которые отражены в сложных взаимоотношениях элиты и народных масс (Г. Моска, В. Парето, Х. Ортега-и-Гассет и др.) Философское осмысление феномена «народ» выявило, что данный коллективный акт антропологической лингвистики исторически неоднороден, социальная структура которого отличается большой сложностью.

Критический анализ специальной литературы и эмпирического материала позволяет утверждать, что существует трехмерное пространство «язык – идеология – политика», в котором функционирует концепт VOLK. Опираясь на рассуждения С.Н.Плотниковой о существовании языкового, дискурсивного и коммуникативного пространств (Плотникова 2008), мы считаем, что народ «погружен» в трехмерное пространство, которое состоит из трех вложенных друг в друга пространств (языкового, дискурсивного и коммуникативного).

Сначала человек входит в языковое пространство и занимает «стартовую позицию». Затем человек (и в совокупности – народ) переходит в дискурсивное пространство, где порождает различные сообщения, т.е. дискурсы, которые несут на себе отпечаток существующей на данный момент идеологии. Далее человек передает, делится своими дискурсами с другими участниками коммуникации, входя в коммуникативное пространство. Оно состоит из множества сфер общения, из которых первостепенную роль в нашем исследовании играет сфера политики, а именно политический дискурс. Таким образом, обнаруживается тесная связь народа с идеологией и политикой, с которыми он связан через язык.

Анализ специальной литературы позволил прийти к следую-

щему заключению: *концепт* – это многомерное ментальное образование, состоящее из совокупности знаний, понятий, представлений, ассоциаций, коннотаций, существующих у человека или народа об определенном материальном или идеальном объекте или явлении, фрагменте действительности и отражающих культуру народа. Анализ репрезентативного текстового корпуса позволяет утверждать, что концепт VOLK относится к лингвоидеологическим концептам. Термин «лингвоидеологический концепт» (далее в тексте – ЛИК) впервые широко использует В.А. Каменева, определяя его как «элемент когнитивных моделей, существующий в коллективном сознании, активация которого осуществляется при помощи единиц идеологий, выраженных словом (простым или сложным) и словосочетанием. ...он содержит в себе явные, скрытые, ассоциируемые, «конструируемые» идеологиями признаки социального объекта, участвует в обработке и структурировании поступающей информации о социальном объекте или явлении и является опредмеченным в той или иной языковой форме» (Каменева 2006). Вслед за М.А. Филипповой (2007), мы выделяем два типа ЛИК в зависимости от степени их идеологизированности: 1) первичные ЛИК, непосредственно возникшие в рамках той или иной идеологической доктрины; 2) вторичные ЛИК – первоначально нейтральные концепты, получившие идеологическую доминанту в определенном дискурсе благодаря целенаправленным действиям идеологов.

Первичные ЛИК, как правило, являются названиями самих идеологий (НАЦИОНАЛ-СОЦИАЛИЗМ, ДЕМОКРАТИЯ, СОЦИАЛИЗМ и др.). В данных концептах изначально отсутствует нейтральный компонент, так как их формирование происходило неестественно, а вследствие планомерной деятельности идеологов по созданию определенных идеологических систем. Вторичные ЛИК – нейтральные концепты, в структуре которых появляется идеологический компонент в результате целенаправленных действий идеологов, направленных на изменение или формирование общественного мнения или существующей идеологии (НАРОД, РАВЕНСТВО, СВОБОДА, НЕЗАВИСИМОСТЬ). Исследуемый концепт VOLK рассматривается как вторичный ЛИК по ряду причин. Во-первых, как показывает проведенный этимологический анализ, слово «Volk», номинирующее одноименный концепт, первоначально имело положительные семемы и ассоциации, во-вторых, идеологи национал-социализма и социализма в Германии XX века актуализировали концепт VOLK, исходя из своих целей и частично изменив его структуру и тем самым функционирование в политическом дискурсе.

Концепт VOLK объективируется в языке посредством слова «Volk», которое приобретает статус имени концепта, т.е. языкового знака, передающего сущность и содержание данного концепта в наиболее полной мере. Этимологический анализ показал, что происхождение имени данного концепта недостаточно выяснено. Большинство этимологов считает, что впервые слово «Volk» было зафиксировано в VIII веке с семемой «войско бойцов, отряд воинов». В древневерхненемецком периоде (далее – двнп) слово «Volk» обладает тремя основными семемами (военной, политической и квантитативной), из которых основной является военная: *Her was eo folches at ente* (AHD 1979: 84).

В средневерхненемецком периоде слово «Volk» сохраняет свои основные семемы с двнп и прирастает новыми («прислуга, семья»). Основной семемой, которую актуализирует данное слово, является – «отряд войска, отделение воинов»: *Soe wee so myt begadderden volce, ende myt wapener menne ende lude* (ADT 1987: 243). В ранненововерхненемецком периоде (далее в тексте – рнвнп) наблюдается нарастающая тенденция к ухудшению семантического наполнения изучаемого слова. За исключением его отдельных сем («Familie», «Eherraag»), когда слово «Volk» используется нейтрально или положительно, им с середины XIV и до середины XVII вв. обозначали подданных, прислугу, крестьян, которые составляли низшие слои населения: *Hast du denn nit mit menschen gebadet? Nein, aber mit einem hauffen volcks habe ich gebadet* (FNHDT 1985: 197).

В политическом отношении «народ» образует четкую оппозицию народ – власть и обозначает большую массу населения, не имеющую политических прав. На основе проанализированного материала можно утверждать, что в отличие от рнвнп, когда словом «Volk» в большинстве случаев обозначали низшие слои населения, эпоха Барокко способствует тому, что уже в период Просвещения данный феномен включает в себя широкий слой населения, большую часть нации (Adelung 2005). В последней трети XVIII в. появляются основополагающие работы Й.Г. Гердера, которые являются своего рода коперниканским переворотом в эволюции слова «Volk». Только благодаря влиянию Гердера происходит значительное изменение семантического наполнения исследуемого слова. Гердер определяет народ как «коллективную индивидуальность, обладающую языком, душой и характером». По мнению философа, народ больше не обозначает социальную группу внутри нации, а является самой нацией. Развитие основной актуальной семемы слова «Volk» в нововерхненемецком периоде не является только следствием победы идей демо-

кратии в Германии. Образование немецкого рейха О. фон Бисмарком, философская концепция Гердера, свободное развитие духовных и экономических идей, национальные освободительные войны в XIX веке – все это повлияло на окончательное становление в конце XIX века основной семемы ключевого слова, репрезентирующего концепт VOLK, – «*Gesamtheit der durch Sprache, Kultur und Geschichte verbundenen (und zu einem Staat vereinten) Menschen*».

Проведенный компонентный анализ ключевого слова «Volk» позволил определить содержательный объем одноименного концепта. Основными признаками ЛИК VOLK, образующими ядро его базисно-нейтральной части являются: MENSCHEN, MASSE, LEUTE, UNTERE SCHICHT DER BEVÖLKERUNG, BEVÖLKERUNG EINES STAATES, GEMEINSCHAFT VON MENSCHEN, GEMEINSAME SPRACHE, GEMEINSAME KULTUR, GEMEINSAME GESCHICHTE. Построение деривационного поля концепта VOLK выявило ряд дериватов, указывающих как на социальный, культурный, так и на исторический и политический аспекты актуализации концепта VOLK в немецком языке.

Для построения ассоциативного поля концепта VOLK был проведен ассоциативный эксперимент среди студентов университетов Хемница и Дортмунда в Германии в ноябре 2006 г. В данном эксперименте участвовали 100 респондентов в возрасте от 18 до 50 лет, из которых 66 женщин и 34 мужчины, в том числе один профессор и три доцента. В ходе эксперимента было получено 312 реакций. Как правило, испытуемые давали от двух до четырех реакций на слово-стимул «Volk», которые мы отнесли к следующим группам: 1) государственное и политическое устройство страны; 2) социальная и культурная жизнь народа; 3) слова и словосочетания, в составе которых встречается компонент «Volk»; 4) прошлое Германии; 5) словосочетания с компонентом «deutsch». Самое большое количество ассоциаций было получено в первой группе, которые свидетельствуют о том, что для большинства информантов народ играет важную роль в политическом и государственном устройстве страны. Это подтверждается такими ассоциациями, являющимися, по мнению информантов, одновременно синонимами слова «народ», как *Gemeinschaft* (27), *Menschen* (26), *Nation* (21), *Staat* (14), *Land* (14).

Полученные ответы респондентов отличаются однородностью независимо от пола, возраста, образования и места проживания и позволяют распознать элементы структуры концепта VOLK, уровни смыслов, стоящих за данным концептом в немецкой лингвокультуре. Таким образом, можно выделить следующие пери-



ферийные признаки концепта VOLK: NATION, LAND, EINHEIT, STAAT, POLITIK, DEMOKRATIE, HEIMAT, FREIHEIT, GLEICHBERECHTIGUNG, BRAUCHTUM, TRADITIONEN, WIEDERVEREINIGUNG. По мнению большинства информантов, «Volk» является идеологическим понятием, занимающим центральное место в расовой теории А. Гитлера. Самым неприемлемым для информантов является выражение «das deutsche Volk», доминирующее в выступлениях Гитлера. По мнению 20 опрошенных, данное слово является устаревшим, на смену которому пришло из латинского языка стилистически нейтральное слово «Nation». 11 информантов пришли к выводу, что слово «Volk» звучит пафосно и не отражает существующей реальности, поскольку современная Германия является мультинациональным государством. В реальном речевом существовании концепт VOLK утрачивает нейтральность за счет коннотаций, отражающих идеологические ценности. Однако 22 респондента считают, что из-за национал-социалистического режима была значительно снижена значимость анализируемого концепта, которую он вновь приобрел в дискурсе объединения Германии. Жители Лейпцига на митингах осенью 1989 года призывали к объединению двух немецких государств, оперируя лозунгами «Wir sind das Volk», «Wir sind ein Volk», подчеркивающими принадлежность жителей обоих государств к единому немецкому народу.

Периферийную часть концепта составляют разнообразные дефиниции и толкования, отраженные в поговорках, притчах, афоризмах и крылатых выражениях, с помощью которых «в основном и выявляется интерпретационное поле концепта, в котором можно обнаружить весьма разнообразные смысловые признаки, скрытые от прямого наблюдения» (Стернин 2001: 63). Проведенный анализ позволил выделить следующие признаки концепта VOLK, отраженные в исследованных поговорках, фразеологизмах и афоризмах: 1) народ как активный субъект (*die Staatsgewalt geht vom Volke aus*); 2) сплоченность и единство народа (*wir sind das Volk*); 3) могущество народа (*einem ganzen Volke kann man Maul nicht stopfen*); 4) мудрость народа (*das Volk weiss mehr als zehn Gelehrten*); 5) связь с чертом (*der Teufel hilft seinem Volk*); 6) народ как легкоуправляемый безвольный объект (*das Volk ist eine Kugel, die sich nach allen Richtungen wenden lässt*). Как видно из проведенного анализа, слово «Volk», номинирующее в языке одноименный концепт, имеет достаточно неширокую фразеологическую парадигму (всего 116 единиц). Тем не менее, при изучении интерпретационного поля концепта VOLK, которое составляют различные его оценки и трактовки, высказываемые разными

людьми, были выявлены его поверхностные концептуальные признаки, без которых содержание базово-нейтральной составляющей данного концепта в немецком языке было бы недостаточно полно исследовано.

Далее в работе было проанализировано идеологическое содержание концепта VOLK в немецком политическом дискурсе XX века путем выявления идеологических признаков исследуемого концепта в четырех субдискурсах: 1) дискурсе национал-социализма (1933–1945 гг.); 2) дискурсе ФРГ (1949–1988 гг.); 3) дискурсе ГДР (1949–1988 гг.); 4) дискурсе объединения Германии (1989–1990 гг.). Выявление идеологических признаков данного концепта осуществляется при помощи корпусно-ориентированного метода фреймового моделирования Конердинга – Фрааса и анализа специальной литературы. Авторы данного метода К. Конердинг и К. Фраас представляют фрейм как список вопросов, образующих его слотовые категории. В процессе анализа текстов данные слоты заполняются «филлерами» (в авторской терминологии), т.е. данными из конкретной ситуации.

Для построения слотовых категорий для фрейма «Volk» в качестве отправной точки используется матричная схема «Institution / soziale Gruppe» (по К. Конердингу), согласно которой был составлен список вопросов к исследуемому концепту (Konerding 1993; Fraas 1996). При анализе концепта VOLK в субдискурсах немецкого политического дискурса XX века используется следующая фреймовая организация исследуемого концепта: 1) структурные отношения и свойства народа; 2) генезис народа и его приумножение; 3) миссия народа; 4) немцы как народ. В свою очередь, эти измерения представлены слотами в виде вопросов, которые заполняются при анализе определенных текстов, относящихся к политическому дискурсу.

#### Фрейм «Volk»

##### 1. Структурные отношения и свойства народа

- 1.1. Что представляет собой народ?
- 1.2. Из кого состоит народ?
- 1.3. Какие характерные черты присущи народу?
- 1.4. Какие функции и какую роль выполняет народ в общественных процессах страны?
- 1.5. Какие права и преимущества дает принадлежность к народу?
- 1.6. Что запрещает или к чему обязывает принадлежность к народу? Какие обязанности и запреты возникают при этом?
- 1.7. Каким статусом обладает человек в народе?
- 1.8. Каким образом человек связан с народом?

## 2. Генезис народа и его приумножение

- 2.1. Когда и при каких условиях появляется народ?
- 2.2. Какие фазы развития проходит народ?
- 2.3. При каких условиях существует народ?
- 2.4. Какие условия способствуют приумножению народа? Каким образом, по каким причинам и как это происходит?
- 2.5. Какие обстоятельства приводят к распаду народа? Каким образом это происходит?

## 3. Миссия народа

- 3.1. В каких общественных процессах народ играет важную роль?
- 3.2. Какие цели преследует народ в данных общественных процессах?
- 3.3. Какие средства использует народ при выполнении своих функций?
- 3.4. Какое значение имеет народ в жизни людей?

## 4. Немцы как народ

- 4.1. Являются ли немцы народом?
- 4.2. Какие синонимы, наряду со словом «народ», используются для обозначения граждан Германии?
- 4.3. Существует ли немецкий народ?
- 4.4. Из кого состоит немецкий народ?
- 4.5. Какими характеристиками обладает немецкий народ?
- 4.6. Какую роль играет немецкий народ в общественных процессах страны?

Данные вопросы составляют слотовые категории, из которых образуется фрейм «Volk». Так как рамки автореферата не позволяют отобразить в полном объеме фреймовые структуры концепта VOLK в четырех субдискурсах немецкого политического дискурса XX века, в каждом субдискурсе приводятся выборочные слоты определенного измерения. Представим первое измерение фрейма «Volk» в дискурсе национал-социализма (1933–1945 гг.):

### 1. Структурные отношения и свойства народа

#### 1.1. Что представляет собой народ?

Народ – это масса людей, связанная одной кровью и общей историей:

*... und an ihre Stelle die wertvollste Realität setzt, die es gibt, nämlich das Volk, jene durch gleiches Blut, gleiches Wesen und die Erlebnisse einer langen Geschichte verbundene Masse von Menschen, die ihre Entstehung als Substanz nicht irdischer Willkür zu verdanken haben, sondern dem unerforschlichen Willen des Allmächtigen (NA 1.01.1945: 2184).*

#### 1.2. Из кого состоит народ?

Народ состоит не только из рабочих и крестьян:

*«Ins Volk gehen» muß im weitesten Sinne verstanden werden, denn unter*

*Volk sind nicht nur Arbeiter und Bauern, sondern auch jene Mittelschichten zu verstehen, die leuchtende Beispiele an Disziplin und Festigkeit geben* (AG 1943: 5911).

1.3. Какие характерные черты присущи народу?

Народ обладает такими качествами, как: *mutig, glaubensfähig* (VB 04.03.1934: 10); *einfaches und ehrenhaftes Volk* (VB 04.03.1934: 5); *friedliebend und arbeitsam* (AG 1943: 6221); *als einiges und geschlossenes Volk* (AG 1943: 5909).

1.4. Какие функции и какую роль выполняет народ в общественных процессах страны?

Народ выступает как защитник своей страны от врагов:

*Das gesamte Volk sei mehr denn je bereit, seine ganzen Kräfte einzusetzen und nicht eher zu ruhen, bis der Feind vernichtend geschlagen sei* (AG 1943: 5987).

1.5. Какие права и преимущества дает принадлежность к народу?

Народ имеет, наряду с обязанностями, и права:

*...damit das ganze Volk nicht nur zum Träger gleicher Pflichten, sondern auch gleicher Lebensrechte macht, die vor allem den gesellschaftlichen Wahngelbilden einer überlebten Zeit einen unerbittlichen Kampf ansagt...*(NA 1.01.45: 2184).

1.7. Каким статусом обладает человек в народе?

В народе могут быть индивидуалисты:

*Der Minister wandte sich hierauf an die Einzelgänger im deutschen Volk, die den Siegesglauben durch staatsfeindliche Reden und falsche Nachrichtenverbreitung zu untergraben versuchen* (AG 1944: 6317).

Смоделированный фрейм «Volk» в дискурсе национал-социализма выявляет идеологизированность одноименного концепта. Под влиянием идеологии и целенаправленных действий Гитлера, заключающихся в сохранении и укреплении арийской расы и направленных на изменение общественного мнения немцев и существующей идеологии, первоначально нейтральный концепт VOLK получает идеологическую составляющую. Наблюдается первичная идеологизация исследуемого концепта, и он становится лингвоидеологическим концептом. В рамках дискурса национал-социализма актуализируются следующие идеологические признаки концепта VOLK: 1) биологические: LEBENDIGES GANZES, RASSE, LEBENDIGE GEMEINSCHAFT AUS BLUT UND BODEN; 2) национал-социалистические: ARBEITER, BAUERN, NSDAP, NATIONALSOZIALISMUS, DEUTSCH, FÜHRER; 3) военные: KAMPF, KRIEG, AUSROTTUNG, VERFALL, FRONT, VERNICHTUNG, SIEG, KRIEGER.

После крушения национал-социалистического режима Гитлера и образования в 1949 г. двух независимых государств на терри-

тории прежней Германии (ГДР и ФРГ) начинается новый этап в функционировании концепта VOLK в немецком политическом дискурсе XX века. Дискурс ГДР, как и дискурс национал-социализма, характеризуется диктатурой и идеологией, исходящей от правящей партии. В фашистской Германии этой партией являлась НСДАП, в ГДР – СЕПГ. Представим второе измерение фрейма «Volk» в дискурсе ГДР (1949–1988 гг.):

## 2. Генезис народа и его приумножение

### 2.2. Какие фазы развития проходит народ?

Новая фаза в жизни народа – когда его представители сами творят свою судьбу:

*Das geschichtlich Neue im Leben unseres Volkes ist die bedeutsame Tatsache, daß in der Deutschen Demokratischen Republik die werktätigen Menschen – mit Hilfe ihrer revolutionären Partei der Arbeiterklasse und ihrer gesellschaftlichen Organisationen – selbstbewusst nach ihrem gemeinsamen Willen ihr Schicksal gestalten (NA 31.12.1969).*

Народ переживает в своем становлении и развитии определенные взлеты и падения:

*Diese Aufzählung kann nur einen kleinen Teil der Erfolge widerspiegeln, aber mir scheint, sie gibt ein Bild von dem gewaltigen geistig-kulturellen Aufschwung, den unser Volk erlebte, indem es den Weg ging, den Marx und Lenin wiesen (ND 27.10.69: 04).*

2.5. Какие обстоятельства приводят к распаду народа? Каким образом это происходит?

Военные авантюры угрожают миру и жизни народа:

*Wir lieben unser Volk, wir lieben die Menschen und arbeiten unermüdlich, um ihnen ein glückliches Leben in Frieden und Wohlstand zu sichern. Aber militärische Abenteuer bedrohen wieder einmal den Frieden und das Leben unseres Volkes (PE 1960: 67).*

Война является катастрофой, которая разрушает народ:

*Es ist doch für uns Deutsche beschämend: Fünfzehn Jahre etwa brauchte das deutsche Kaiserreich, um den ersten Krieg vorzubereiten und unser deutsches Volk in eine schwere Katastrophe zu stürzen...brach die Nacht des Faschismus über Deutschland herein und damit – wie heute jeder weiß – der zweite Weltkrieg, der das deutsche Volk in eine noch größere Katastrophe stürzte (PE 1960: 24).*

Смоделированный на основе проведенного анализа фрейм «Volk» позволяет говорить о новом этапе идеологической эволюции одноименного концепта в дискурсе ГДР. ЛИК VOLK подвергается вторичной идеологизации, расширяется его идеологическая составляющая под воздействием идеологии социализма, проповедуемой партией СЕПГ, центральным органом правительства ГДР.

Монополия и диктатура СЕПГ отразилась во всех сферах общественной жизни ГДР: все социальные и государственные

структуры были подчинены этой партии и пропитаны социалистической идеологией. Как отмечают немецкие лингвисты, в ГДР существовал «общественный и частный языки», и каждый житель ГДР владел ими (Schlosser 1990; Geier 2004). Это является отличительной особенностью немецкого языка в ГДР, который приобрел идеологическую направленность, навязанную жителям ГДР. Исследуемый концепт является не исключением, а, скорее, одним из ярких примеров такой идеологизации. Построенная фреймовая структура позволяет выделить следующие идеологические признаки концепта VOLK, актуализированные в дискурсе ГДР: WERKTÄTIGEN, ARBEIT, FORTSCHRITT, SOZIALISMUS, MARXISTISCH-LENINISTISCHE PARTEI, KAMPF, ARBEITERKLASSE, RECHTE, SED, AUFBAU, PLAN, FRIEDEN, SOLIDARITÄT, FREUNDSCHAFT, WOHLSTAND, GERECHTIGKEIT, FREIHEIT. Данные признаки эксплицитно выражают основные принципы идеологии социализма. Моральные принципы социалистического общества отражаются при анализе и осмыслении феномена «народ» в дискурсе ГДР. В условиях тоталитарной идеологии мораль отражает интересы правящей элиты: в каждую эпоху нравственным признается то, что отвечает интересам власти (Р. Г. Апресян). Вышеперечисленные признаки образуют идеологическую составляющую концепта VOLK, которая доминирует в его двухуровневой структуре и подтверждает факт вторичной идеологизации изучаемого концепта в немецком политическом дискурсе XX века.

В то время как ГДР развивалась как социалистическое государство, Западная Германия выбрала демократический путь развития. Это прослеживается при анализе дискурса ФРГ, где исследуемый лингвоидеологический концепт VOLK не имеет идеологического компонента. Тот факт, что концепт NATION является дискурсообразующим в данном дискурсе, повлиял на актуализацию и роль концепта VOLK в этот период. Он не обладает ярко выраженной идеологической направленностью, как это имело место в дискурсе ГДР. Представим третье измерение фрейма «Volk» в субдискурсе ФРГ (1949–1988 гг.):

### 3. Миссия народа

3.1. В каких общественных процессах народ играет важную роль?

Народ волнует вопрос будущего своей страны:

*Ich kann daraus den Schluß ziehen, dass die Frage der Zukunft Deutschlands unser Volk auf das tiefste bewegt und dass sie auch die Weltpolitik ständig beschäftigt* (NA 31.12.1959).

3.2. Какие цели преследует народ в данных общественных

процессах?

Дружба народов способствует оказанию взаимной и бескорыстной помощи:

*Die Freundschaft zwischen den armen Völkern und unserem eigenen Volke muss eine sichere Basis finden in unserer uneigennütigen Bereitschaft zu helfen* (NA 31.12.1959).

Цель народа – единство и сплоченность жителей своей страны:

*Jeder verantwortliche Staatsmann, der sich dies vor Augen hält, muss erkennen, von welcher entscheidender Bedeutung die Frage der deutschen Einheit für unser Volk und den Frieden der Welt ist* (NA 31.12.1959).

Проведенный анализ позволяет утверждать, что концепт VOLK не является в дискурсе ФРГ дискурсообразующим, уступая свое место другим концептам, в частности NATION. Об этом свидетельствует и отсутствие филлеров у целого ряда слотов. В данном субдискурсе не наблюдается четко выраженных идеологических признаков у исследуемого концепта, но при этом можно выделить следующие характерные дискурсивно-специфические концептуальные признаки в дискурсе ФРГ, которые частично совпадают с ядерными признаками и актуализируются в данном дискурсе: 1) количественные: GEMEINSCHAFT VON MENSCHEN, MASSE, NATION; 2) интегративные: ZUSAMMENGEHÖRIGKEIT, EINHEIT, VERSTÄNDIGUNG. Данные признаки свидетельствуют о целостном осмыслении концепта VOLK в дискурсе ФРГ и эксплицитно выражают идею интеграции, объединения двух немецких государств.

Дискурс объединения Германии отражает в полной мере динамику процесса объединения в Германии и наглядно показывает, какое влияние оказывают политические события такого масштаба на язык. На примере ЛИК VOLK становится возможным проследить на протяжении относительно короткого периода динамику процессов языковых изменений, прежде всего на семантическом и прагматическом уровнях, и показать, как говорящие осмысливают концепт VOLK и эксплицитно актуализируют его признаки. Определенный интерес для исследования представляет корпус лозунгов жителей ГДР на массовых демонстрациях осенью 1989 г. в Лейпциге, которые достаточно полно отражают функционирование и значимость исследуемого концепта VOLK в процессе объединения Германии. Общий объем собранных лозунгов со словом «Volk» составляет 74 примера. Анализ данного эмпирического материала выявил факт расширения базисно-нейтральной составляющей ЛИК VOLK и редукцию ее идеологической составляющей. По мере того, как менялись цели демонстрантов и их лозунгов («*Wir sind das Volk!*» → «*Wir sind ein*

Volk!»), изменялось и содержание концепта VOLK, его признаки и особенности функционирования в немецком политическом дискурсе. ЛИК VOLK перестает реализовываться на принципах идеологической доктрины СЕПГ и актуализируется как «независимый от идеологии» (Christmann 2004: 306).

Представим четвертое измерение фрейма «Volk» в дискурсе объединения Германии (1989–1990 гг.):

#### 4. Немцы как народ

##### 4.1. Являются ли немцы народом?

Немцы на Востоке и Западе воспринимают себя как единый народ:

*Die Berlinerinnen und Berliner aus dem Osten und Westen Berlins, die Deutschen aus dem Osten und Westen unseres Vaterlands, die sich in den letzten Tagen getroffen haben, haben doch deutlich gemacht: wir sind ein Volk!* (BTP 16.11.89: 13356).

##### 4.3. Существует ли немецкий народ?

Как показывают данные из предыдущих слотов, жители ГДР настаивают на существовании единого немецкого народа:

*Es gibt kein Volk der DDR oder ein Volk der BRD, es gibt nur ein deutsches Volk!* (Montagsdemonstration 04.12. 89: 141);

##### 4.4. Из кого состоит немецкий народ?

Немецкий народ состоит, прежде всего, из жителей Восточной и Западной Германии:

*Mut, Zuversicht, Zukunft – das ist die Devise. Die Deutschen in der DDR wollen frei leben, frei arbeiten und frei verdienen. Die Deutschen in der Bundesrepublik werden dabei helfen. Wir sind ein Volk und das so künstlich getrennte Volk wächst bei der Arbeit zusammen* (Bild 11.11.89: 32).

##### 4.5. Какими характеристиками обладает немецкий народ?

Немецкий народ обладает такими качествами, как: *Mut, Entschlossenheit, Kraft und Reife* (Leipziger Volkszeitung 06.01.90: 13); *Entschlußkraft* (Bild 15.02.90: 6).

##### 4.6. Какую роль играет немецкий народ в общественных процессах страны?

Всему немецкому народу суждено закончить процесс объединения Германии путем свободного самоопределения:

*Das gesamte deutsche Volk bleibt aufgerufen, in freier Selbstbestimmung die Einheit und Freiheit Deutschlands zu vollenden* (VT 08.08.90: 1301).

Проведенный анализ текстового корпуса позволяет выделить следующие признаки, которые являются дискурсообразующими в дискурсе объединения Германии: WIR, TRÄGER DER DEUTSCHEN NATION, EINHEIT, WIEDERVEREINIGUNG, DEMOKRATIE. Представляется возможной другая классификация признаков исследуемого концепта, осмысляемых и вербализуемых: 1) правительством ГДР и партийным руководством СЕПГ:



FREIHEIT, NEUES LEBEN, SICHERHEIT, FRIEDEN, SOZIALISMUS, MENSCHENWÜRDE, DEMOKRATIE, RECHT; 2) народом ГДР: WIR, WENDE, SUBJEKT DER POLITIK, SELBSTBESTIMMUNGSRECHT, SED-DIKTATUR, UMBRUCH, STIMMVIEL, MENSCH ZWEITER KLASSE, INFORMATIONSFREIHEIT, MEINUNGSFREIHEIT, REISEFREIHEIT, DEMOKRATISCHE WAHLEN, WIEDERVEREINIGUNG, EINHEIT, SOUVERÄN, EIN FREIES UND GEEINTES DEUTSCHLAND.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что дискурс объединения Германии является поворотным в функционировании ЛИК VOLK в политическом дискурсе Германии. В дискурсе объединения Германии протекает бурный процесс идеологической редукции и начало деидеологизации концепта VOLK. Если в дискурсах национал-социализма и ГДР, благодаря влиянию идеологий, в данном концепте преобладала идеологическая составляющая, то в политическом дискурсе ФРГ наблюдается тенденция к постепенной идеологической редукции и деидеологизации концепта VOLK, которая окончательно проявляет себя в дискурсе объединения Германии. Отрицание социалистической морали провоцирует отказ от сложившейся системы ценностей, поэтому концепт VOLK утрачивает свои идеологические признаки. Процесс редукции отмечен деформацией идеологических констант и обусловлен фрагментарным пересечением семантических зон дискурсообразующих концептов и наличием признаков, свидетельствующих о кризисе социалистической системы ГДР. Деидеологизация идеологических и ценностных предпочтений, образующих фундамент мировоззрения ГДР, способствовала разрушению идеологически заданной структуры концепта VOLK.

В современном политическом дискурсе Германии актуализируются следующие признаки концепта VOLK: ANGEHÖRIGEN EINES STAATES, GESAMTHEIT VON INDIVIDUEN, GEMEINSAME KULTUR, GEMEINSAME SPRACHE, GEMEINSAME HERKUNFT, BEVÖLKERUNG VON DEUTSCHLAND, VOLK DER DICHTER UND DENKER, GRÖßERE MASSE DER BEVÖLKERUNG, EINFACHE LEUTE. Данные признаки в своей массе совпадают и актуализуют ядерные признаки данного концепта, образующие его базисно-нейтральную составляющую. Таким образом, наблюдается тенденция к постоянному сужению идеологического компонента исследуемого концепта и преобладанию его базисно-нейтрального компонента.

Основной вывод заключается в следующем: VOLK как коллективный актант антропологической лингвистики является вторичным идеологическим концептом, в эволюции которого бы-

ли выявлены следующие периоды: интенсивная идеологизация, идеологическая редукция и деидеологизация.

Интенсивная идеологизация осуществляется под влиянием языковой политики, исходящей от руководства страны и правящей партии. Первичная интенсивная идеологизация концепта VOLK происходит в дискурсе национал-социализма (1933–1945) в результате воздействия на него идеологии А. Гитлера. Вторичная идеологизация имеет место в дискурсе ГДР (1949–1988), когда его идеологическая составляющая расширяется и пропитывается социалистической идеологией. В дискурсе объединения Германии (1989–1990) активно происходит процесс идеологической редукции, имевший место уже в дискурсе ФРГ, и начало процесса деидеологизации концепта VOLK, которые характеризуются постепенным отсечением идеологических признаков национал-социализма и социализма у изучаемого феномена и свидетельствуют о кризисе существующей государственной системы в ГДР.

Каждый этап идеологической эволюции характеризуется собственным набором характерных идеологических признаков и наличием определенных ассоциаций и коннотаций, связанных с изучаемым концептом у носителей немецкого языка. Как показали результаты ассоциативного эксперимента, у респондентов концепт VOLK связан с отрицательными коннотациями, приобретенными им в дискурсах национал-социализма и ГДР. Таким образом, несмотря на продолжающийся до сих пор процесс деидеологизации, нельзя говорить о полной деидеологизации исследуемого концепта в современном немецком политическом дискурсе как о свершившемся факте.

Резюмируем.

1. Концепт VOLK относится к особому – идеологическому – типу концептов, имеет отличную от других типов концептов структуру и моделируется с помощью фреймового анализа.

2. Структура лингвоидеологического концепта VOLK может быть представлена в виде двухмерной модели: 1) базисно-нейтральный компонент (ядерные и периферийные признаки концепта); 2) идеологический компонент, который актуализируется в определенном субдискурсе и представляет собой совокупность идеологических признаков, характерных для данного субдискурса немецкого политического дискурса XX века.

3. Концепт VOLK обладает определенным набором концептуальных признаков. Ядерные признаки концепта формируются преимущественно в период национального движения в Германии (конец XIX в.): MENSCHEN, MASSE, LEUTE, UNTERE SCHICHT

DER BEVÖLKERUNG, BEVÖLKERUNG EINES STAATES, GEMEINSCHAFT VON MENSCHEN, GEMEINSAME SPRACHE, GEMEINSAME KULTUR, GEMEINSAME GESCHICHTE. Следующие основные периферийные признаки слагаются на протяжении всего процесса эволюции концепта и образуют его интерпретационное поле: NATION, LAND, EINHEIT, STAAT, POLITIK, DEMOKRATIE, HEIMAT, FREIHEIT, GLEICHBERECHTIGUNG, BRAUCHTUM, TRADITIONEN, WIEDERVEREINIGUNG.

4. Лингвоидеологический концепт VOLK содержит набор ценностных установок, оформленных и структурированных в соответствии с интересами и желаниями правительства страны, осознанно и целенаправленно внедряющимися им в сознание широкого слоя населения. В результате этого, изучаемый феномен утрачивает нейтральность за счет ассоциаций и коннотаций, отражающих идеологии национал-социализма и социализма. Под влиянием ценностной информации, исходящей от идеологов, он становится идеологическим.

5. Содержание идеологического компонента концепта VOLK эксплицитно отражает официальную идеологию и преимущественно формируется СМИ. Его идеологическое содержание не остается неизменным, и каждый выделенный нами субдискурс немецкого политического дискурса характеризуется наличием специфических идеологических признаков. В период с 1933 по 1945 гг. происходит первичная идеологизация данного концепта в гитлеровской Германии. С 1949 г. наблюдается параллельное развитие двух тенденций: 1) в дискурсе ГДР в рамках социалистической идеологии происходит его вторичная идеологизация; 2) в дискурсе ФРГ начинается процесс идеологической редукции, характеризующийся сужением идеологического содержания изучаемого феномена. В дискурсе объединения Германии четко обнаруживается кризис социалистической системы и идеологии СЕПГ, что стимулирует деидеологизацию концепта VOLK, продолжающуюся по настоящее время.

#### **Литература**

Хохлов Д.В. Реализация лингвоидеологического концепта VOLK в немецком политическом дискурсе XX века // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Сер. Филология. – Иркутск, 2008. – № 3. – С. 152-158.

Хохлов Д.В. Концепт VOLK в политическом дискурсе ФРГ// Лингвистика. Лингводидактика. Информатика: материалы конференции молодых ученых ИГЛУ (Иркутск, 27 февраля – 3 марта 2006). – Иркутск, 2006. – С.79-81.

Хохлов Д. В. Этимологическое измерение концепта VOLK в немецком

языке // Лингвистика. Лингводидактика. Информатика: материалы конференции молодых ученых (Иркутск, 26 февраля – 3 марта 2007 г.). – Иркутск, 2007. – С. 79-80.

Хохлов Д. В. Исследование концепта VOLK в современном немецком языке методом ассоциативного эксперимента // Лингвистические парадигмы и лингводидактика: материалы XII Международной научно-практической конференции (Иркутск, 13–15 июня 2007 г.). Ч. 1. – Иркутск, 2007. – С. 106-111.

Хохлов Д.В. Концепты в диахронической перспективе (на примере концепта VOLK в истории немецкого языка) // Антропологическая лингвистика-3: Вестник ИГЛУ. Сер. Антропологическая лингвистика / под ред. проф. Ю. М. Малиновича. – Иркутск, 2007. – № 4. – С. 161-173.

Хохлов Д.В. Лингвоидеологические концепты как предмет лингвистического исследования и методика их изучения // Труды по когнитивной лингвистике: сб. науч. статей, посв. 30-летию юбилею кафедры общего языкознания и славянских языков Кемеровского гос. университета / отв. ред. М. В. Пименова. – Кемерово, 2008. – С.330-338.

**Д.И. Медведева  
(Ижевск)**

### **ЗАПРЕТ**

Концепт «запрет» является важной и неотъемлемой частью культуры любого национально-культурного сообщества и участвует в формировании культурных норм. Настоящее исследование посвящено изучению языковой репрезентации концепта «запрет» в общественных знаках, поскольку в содержательном аспекте общественных знаков центральное место отводится фиксации запретов, отражающих ценности и нормы отдельных лингвокультурных сообществ.

Материал исследования составляют статьи толковых словарей и общественные знаки в количестве 2000 аутентичных текстов на немецком и русском языках, отобранные методом сплошной выборки в пространстве немецкой и русской культур. Также использовались материалы интернет-ресурсов. Кроме немецкого и русского языков, привлекались данные английского и сербского языков.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили работы ведущих лингвокультурологов (Д.С. Лихачев, Ю.С. Степанов, В.Н. Телия, В.В. Воробьев, В.А. Маслова и др.), представителей лингвоконцептологического направления (В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин, З.Д. Попова, И.А. Стернин, С.Г. Воркачев, Ю.Е. Прохоров, М.В. Пименова и др.), культурологические исследования немецкого и русского менталитета (Н.А. Бенедиктов,

К. Касьянова, А.В. Сергеева, В.К. Трофимов, Г. Крейг, Н. Bausinger, В. Nuss, S. Schroll-Machl, А. Thomas и др.), исследования запрета в гуманитарных науках в различных терминологических обозначениях (П.И. Дзыгивский, И.В. Кузин, Е.В. Астапенко, М.Ю. Роменская, О.В. Сарайкина, А.Н. Скрипаенко и др.), работы, посвященные проблемам исследования общественных знаков (В.М. Аринштейн, А. Вежбицкая, Л. Попович, R. Rathmayr, M. Snell-Hornby и др.).

С точки зрения представителей философского знания и социальных наук запрет представляет собой сложное, неоднозначное понятие, рассматриваемое в качестве элемента социальной нормы, зачастую в связи с понятием свободы (П.И. Дзыгивский, И.В.Кузин). В психолого-педагогических исследованиях запрет трактуется как социальное явление, установление, правило, предписывающее определенное поведение (Т.Л. Кузьмишина). Следует отметить, что термин «концепт» сравнительно недавно (с начала 90-х гг. XX в.) активно используется в научном дискурсе, однако изучение проблематики запрета в гуманитарных науках имеет давние традиции. В лингвистических исследованиях, в зависимости от подхода, запрет интерпретируется как значение, понятие, концепт, категория. Запрет рассматривается в связи с видами модальностей (Ю.Д. Апресян, А.А. Ивин), с теорией речевых актов (Е.В. Астапенко, М.Я. Гловинская, И.Б. Шатуновский, Е.А. Шмелева), семантикой и типологией прохибитива (В.С. Храковский, А.П. Володин), анализом ключевых слов и культурных скриптов (сценариев) запрета (А. Вежбицкая), в рамках функционально-семантического поля запрета (М.Ю. Роменская), с точки зрения описания семантики запрета как самостоятельного значения, исходя из функционально-семантического и коммуникативно-прагматического подходов (О.В. Сарайкина), в рамках изучения структурно-семантических и прагматических свойств высказываний со значением институциализированного запрета (А.Н. Скрипаенко).

Анализ и обобщение дефиниций имени концепта в толковых словарях современного немецкого языка позволили установить, что объем семантики лексемы *Verbot* весьма обширен и включает в себя следующие семантические компоненты: наличие признанных обществом полномочий у лица либо учреждения для установления запрета; номинацию средств выражения запрета – распоряжение, приказ, предписание; детализируется тот факт, что запрещаемое действие обозначается как недопустимое либо подлежащее прекращению.

Положительная трактовка концепта «запрет» немецким языковым сознанием проявляется в устойчивых словесных комплексах с положительными коннотациями, обозначающих лояльное отношение к запрету (*sich an ein Verbot halten, ein Verbot beachten, befolgen, einhalten*), а также в устойчивых словосочетаниях с отрицательными коннотациями, обозначающих нарушение запрета (*ein Verbot übertreten, gegen ein Verbot verstoßen*). Это положение подтверждается анализом семантики глаголов, сочетающихся с лексемой *Verbot*: в глаголах *beachten, befolgen, einhalten* в имплицитной форме содержится позитивная оценка номинируемого действия и его объекта; в глаголах *übertreten, gegen etw. verstoßen* также в имплицитной форме содержится негативная оценка обозначаемого действия (*Verstoß – Delikt, Unrecht, Untat, Verbrechen*), т. е. нарушение запрета приравнивается к преступлению. Лексема *Verbot* в дефинициях приводится параллельно с лексемой *Gesetz* (закон), которая обладает явными позитивными коннотациями в немецком языковом сознании.

Сложносоставные слова, зафиксированные в современных немецких лексикографических источниках, дают представление о многообразных ситуациях, в которых функционируют запреты в немецкой лингвокультуре. Композиты с компонентом *Verbot-* детализируют запретительные распоряжения (*Verbotsbestimmung, Verbotsgesetz*), виды знаков, фиксирующих запреты (*Verbotsschild, Verbotsschild, Verbotstafel*), время и место действия запрета (*Verbotszeit, Verbotzone*). В композитах с компонентом *-verbot* отражаются частотные и релевантные объекты запрета: *Alkoholverbot, Ausfuhrverbot, Durchfahrtsverbot, Einreiseverbot, Halteverbot, Parkverbot, Rauchverbot* и др.

Анализ немецких лексикографических источников показывает, что запрет позиционируется в немецком языковом сознании как общественно полезное и необходимое установление, нарушение запретов подвергается негативной оценке. Многообразие языковых средств объективации концепта «запрет» в немецком языке свидетельствует о высокой номинативной плотности (термин В.И. Карасика) данного фрагмента языковой системы, что отражает значимость вербализуемого концепта для сознания народа.

Согласно данным толковых словарей, в современном русском языке имеются два однокоренных существительных с запретительным значением – *запрет* и *запрещение*. Во всех дефинициях данных синонимов вместо их толкования дается отсылка к глаголу *запретить / запрещать*. Это позволяет утверждать, что базовой лексемой с запретительным значением в русском языковом сознании является глагол.

Анализ обобщенной дефиниции глагола *запретить / запрещать* приводит к выводу, что в ней не акцентируются наличие полномочий для наложения запрета, а также средства, с помощью которых выражается запрет. Определение запрета в целом является абстрактным и недетализированным. В устойчивых словосочетаниях *наложить запрет, снять запрет, быть / находиться под запретом, нарушить запреты* не выявлены четко выраженные позитивные либо негативные коннотации, оценка действия зависит от характера объекта запрета.

Ряд примеров отражает позитивное отношение к запрету, мотивируемое тем, что объект запрета представляет опасность для здоровья человека либо для общества: *запрет на курение; запрет на ядерные испытания*. Большая часть подобных примеров включена в словарные статьи по мотивирующему глаголу *запретить*: *запретить пропаганду войны; запретить алкогольные напитки; запретить химическое оружие* и т. п. Однако достаточно многочисленны приводимые в лексикографии контексты, отражающие негативное отношение к запрету в русском сознании, где запрет оценивается отрицательно, противопоставляясь воле (свободе личности): *...не глядя на дедов запрет; в колхозный лес входили все без запрета* и т. п.

В результате изучения словарных дефиниций имен концептов *Verbot* и *запрет*, их синонимов и фразеологических сочетаний было выявлено, что понятийная составляющая изучаемого концепта в целом универсальна. Общим фактором является наличие сходной интерпретации запрета как волеизъявления, направленного на невыполнение называемого действия в общественной либо частной жизни. Различия объясняются как чисто языковыми, так и культурными факторами, которые зачастую неотделимы друг от друга.

Изучение лексикографии приводит к выводу о преобладании положительного отношения к концепту *Verbot* в немецком языковом сознании, что связано с известным положением о законопослушании носителей немецкой культуры, и об амбивалентном отношении к запретам в русском языковом сознании, в котором совмещается понимание необходимости запретов и восприятие запрета как ограничения.

Результаты анализа лексикографических источников на дальнейшем этапе исследования были дополнены данными общекультурологических исследований немецкой и русской ментальности, поскольку концепт рассматривается как единица ментальности лингвокультурного сообщества.

В культурологической литературе обилие запретов, объясняемое стремлением к разграничению различных сфер жизни и к поддержанию общественного порядка, отмечается исследователями как характерная особенность немецкой жизни и подтверждается нашими наблюдениями в культурном пространстве Германии. Для немецкого менталитета характерно четкое осознание охранительной и упорядочивающей функции закона и запрета как разновидности законодательного акта (либо волеизъявления частного лица). Элемент принуждения / подчинения, присутствующий в запрете, расценивается как необходимое средство достижения порядка и уверенности в безопасности. Концепт *Verbot* гармонично вписывается в ряд ключевых концептов немецкой культуры (*Ordnung, Gesetz, Sicherheit, Angst, Gemütlichkeit*).

Как следует из аналогичных исследований русской культуры, для нее характерно четкое разграничение и противопоставление формально-юридической сферы, к которой относится концепт «запрет» наряду со смежными концептами «закон» и «право», и морально-этической сферы, к которой относятся ключевые для русской культуры концепты (*душа, совесть, воля, справедливость*). Наряду с признанием охранительной и упорядочивающей функции государственной власти в русском сознании присутствует негативное отношение к запретам, исходящим от официальной власти и воспринимаемым как предел (препятствие), нечто формальное, чужеродное, противоречащее желаниям адресата. В исследованиях, посвященных русской культуре, запретам уделяется меньшее внимание по сравнению с немецкой.

Итак, концепт «запрет» входит в ряд нормативных (регулятивных) концептов, которые упорядочивают жизнь общества и, как показало наше исследование языковой репрезентации изучаемого концепта в лексикографических источниках, подтвержденное данными культурологической литературы, концепт «запрет» является центральным для немецкого и периферийным для русского менталитета. В научных и популярных публикациях о немецкой культуре подчеркивается распространенность и частотность запретов, материальным средством выражения которых являются общественные знаки.

По нашим данным, общественные знаки как явление культуры в настоящее время изучены фрагментарно. В то же время высока значимость этих знаков как фактора, влияющего на межкультурную коммуникацию: это едва ли не первое, с чем сталкивается человек в инокультурной среде; общественные знаки являются непосредственными регуляторами поведения и выразителями норм той или иной культуры посредством языка. В линг-



вистической литературе отсутствует терминологическое единообразие в обозначении текстов данного типа: существуют термины «публичные директивы», «информативно-регулирующие указатели», «инструктивные общественные указатели», «публичные надписи», «общественные знаки». Разнообразие терминов обусловлено различием подходов к исследованию данных текстов. В нашем исследовании используется термин «общественные знаки» (в работе А. Вежбицкой – public signs).

Общественные знаки изучались с позиций теории культурных сценариев (А. Вежбицкая), лингвопрагматического подхода (В.М. Аринштейн), теории речевых актов (Е.В. Астапенко, Л. Попович, В.О. Павлов, Т.В. Руссинова), социокультурного подхода (M. Snell-Hornby), теории контрастивной прагматики (R. Rathmayr).

На основе обобщения исследований по данной проблематике в нашей работе предлагается следующая дефиниция общественных знаков: общественные знаки – условное соответствие английскому термину *public signs* – особый тип текстов, которые отличает ряд лингвистических и экстралингвистических характеристик: краткость объема, стандартизованность, однозначность, императивность, обобщенность адресата, бессубъектность, отсутствие эмоционально-экспрессивной окрашенности, функциональная направленность на регулирование поведения граждан в общественных местах путем информирования или напоминания потенциальным адресатам о необходимости соблюдения принятых в обществе норм поведения. По мнению исследователей, данные тексты отражают и одновременно формируют идеологию, менталитет общества и государства (С.Г. Тер-Минасова), являются ключом к пониманию общественных отношений и культурных ценностей (А. Вежбицкая).

Таким образом, объект нашего исследования – общественные знаки – может предоставить наиболее полную информацию о репрезентации концепта «запрет» в различных лингвокультурах.

Наиболее распространенной лексико-грамматической моделью в исследованных нами общественных знаках является *X + Partizip II* и *X + причастие прошедшего времени*, например *Fahrräder abstellen verboten* (Велосипеды ставить запрещено) / *Парковка запрещена / Забрањено паркирање*. Данная модель представляет собой традиционный, «классический» способ выражения запрета, имплицитно выражающий волеизъявление субъекта власти по отношению к адресату. Степень категоричности и официальности запрета в рамках данной модели варьируется в зависимости от значения лексемы, выражающей запрет (нем. *verboten*, *untersagt*, *nicht gestattet* / рус. *запрещено*, *воспрещено* / серб. *за-*

брањено, није дозвољено), однако в любом случае предполагается иерархия и дистанция между субъектом и адресатом запрета.

Запреты, выраженные при помощи инфинитивной модели *не / nicht + инфинитив: Nicht abstellen oder lagern* (Не ставить, не складировать) / *Без упора не работать*, отличаются категоричностью предупреждающего характера, зачастую обусловленной необходимостью соблюдения техники безопасности. В немецких общественных знаках данная модель употребляется преимущественно в ситуациях повышенной опасности, в русских знаках сфера ее употребления значительно шире: *Не сорить! По газонам не ходить!* Русские общественные знаки подобного рода являются отражением авторитарности волеизъявлений властных структур, обращенных к широким массам населения. В англоязычных и сербских общественных моделях данная модель не является распространенной.

Лингвокультурная специфика выражения запрета четко прослеживается в функционировании императивных моделей в общественных знаках. В рамках русской и сербской модели *не + глагол в повелительном наклонении* различаются высказывания с глаголами второго лица единственного и множественного числа, подразумевающие обращение соответственно на «ты» и на «вы»: *Не влезай – убьет!* / *Не лупај вратима!* / *Не прыгајте с платформы!* / *Не разбијајте чаше!* Немецких знаков по модели, подразумевающей обращение на «ты», не обнаружено, а знаки на «Вы» (Sie) крайне немногочисленны. Данные особенности отражают различие в восприятии императива в изучаемых лингвокультурах. Употребление повелительного наклонения, особенно в форме на «ты», является нарушением личного пространства, что не противоречит нормам коммуникативного поведения в русской и сербской культурах, но неприемлемо для немецкой ментальности.

В ряде немецких и англоязычных лексико-грамматических моделей заметна тенденция к нивелированию волеизъявления, позволяющая представить запрет не как требование субъекта, противоречащее воле адресата, а как всеобщее и объективное правило, сохраняющее, однако, категоричность. Это пассивные и модальные конструкции, такие как *Falsch geparkte Fahrzeuge werden kostenpflichtig abgeschleppt* (Неправильно припаркованные транспортные средства будут отбуксированы за счет владельца), *Zeitungen dürfen nicht selbst kopiert werden* (Не разрешается копировать газеты самостоятельно); надписи типа *Es besteht striktes Rauchverbot* (Здесь действует строгий запрет курения), где формальным субъектом действия является сам запрет, а также ши-

роко распространенные в англоязычном пространстве знаки типа *No parking, No trespassing* и т. п. Данная тенденция указывает на ценность правил и характерна для индивидуалистических культур, где вторжение в личную сферу индивида нежелательно.

В большинстве проанализированных русских и сербских лексико-грамматических моделей запреты эксплицитны; альтернативные модели, представляющие запрет как всеобщее и объективное правило, не исходящее от субъекта власти, немногочисленны. Данные особенности приводят к выводу о большей значимости не констатации запрета, а обращенности его к адресату. Такие лингвистические способы выражения запрета являются более действенными для коллективистических культур.

При исследовании лексико-грамматических моделей в разных языках прослеживается современная тенденция к смягчению, демократизации запретов, употребляемых в сравнительно безопасных ситуациях. Так, маркеры вежливости нем. *bitte* / англ. *please* / рус. *просьба, пожалуйста* / серб. *молимо* придают запрету характер просьбы: *Bitte nicht in den Zeitungen blättern* (Просьба не листать газеты) / *No smoking please* / *Пожалуйста, не курите близко у окон* / *Молимо не улазите док вас не прозову*. В ограничительной модели с *nur / only / только / само* внимание фиксируется на позитивной стороне вещей – разрешении: *Nur für Kunden* / *Authorised personnel only* / *Только для сотрудников банка / Само за особље*.

Итак, анализ лексико-грамматических моделей и их вариантов в общественных знаках приводит к выводу о существовании универсальных и специфических особенностей в способах языковой реализации концепта «запрет» в общественных знаках. Наличие либо отсутствие отдельных лексико-грамматических моделей и степень их распространенности указывают на существование определенных культурных стандартов, а также обусловлены спецификой конкретных языков.

Лингвокультурные особенности выражения запрета в изучаемых текстах, отраженные на композиционном уровне текстовой организации, проявляются в частотности, в наличии или отсутствии обращения к адресату, расположенного в начале текста, и номинации субъекта власти, завершающей данный текст. Большинство исследованных текстов отличает анонимность субъекта и адресата, однако имеются исключения, отражающие специфику стратегий воздействия на адресата запрета в исследуемых лингвокультурах.

Обращения к адресату запрета имеют характер исключений в немецких и англоязычных общественных знаках и широко распространены в русских и сербских знаках. В немногочисленных

немецких обращениях проявляется политическая корректность (или языковой такт): *Liebe BesucherInnen* (Дорогие посетительницы и посетители), *Liebe Leserinnen und Leser* (Дорогие читательницы и читатели). Политкорректные обращения в современной немецкой культуре дифференцируют гендерный аспект, причем обращение к лицам женского пола ставится на первое место. Обращения в русских и сербских общественных знаках отличает широкое разнообразие номинаций адресата по социальной роли и роду занятий, но без дифференциации гендерного аспекта: *Уважаемые покупатели / посетители / клиенты; Поштовани колеге / корисници / посетиоци* и т. д. Частотность обращений указывает на ориентированность культуры на адресата, в то время как отсутствие обращений отражает ориентированность на содержание сообщения.

Ссылки на субъект власти либо официальное постановление присутствуют в значительном количестве немецких и русских общественных знаков. Немецкие знаки, снабженные подобными ссылками, содержат безэквивалентную лексику, реалии, информативные в лингвострановедческом плане. В соответствии с немецкими культурными нормами организация либо индивид как носитель определенной социальной роли или должности имеют право эксплицитно заявить о себе как субъекте запрета. В исследованном корпусе материала было выявлено значительное разнообразие таких обозначений: *Eigentümer* (Владелец), *Oberstadtdirektor* (Глава городской администрации), *Präsident der Universität* (Президент университета), *Hausmeister* (Управляющий домом), *Wohnungsgenossenschaft* (Жилищный кооператив) и др. Обозначение владельца территории, здания, предприятия в тексте общественного знака отражает высокую ценность частной собственности в немецком обществе. Ряд немецких знаков отличает наличие ссылок на полицейскую власть, эксплицирующих законное основание запрета: *Rauchen, offenes Feuer und offenes Licht polizeilich verboten* (Курение и пользование открытым огнем запрещены полицией). Подобные примеры свидетельствуют об авторитетности полиции как субъекта власти в сознании немцев. Конкретное указание на субъект власти отражает тенденцию к детализации, целью которой является четкое распределение ответственности за поддержание порядка, что, в свою очередь, иллюстрирует высокий уровень избегания неопределенности и ориентированность на субъекта волеизъявления в немецкой культуре.

В русских общественных знаках наиболее распространенным видом ссылки на субъект власти является лексема *администрация*, применяемая самыми разнообразными учреждениями.

Представляется, что преобладание данного обозначения производит эффект обезличивания субъекта власти, что может привести к пренебрежению запретом и неподчинению.

Стилистически и эмоционально окрашенные общественные знаки составляют меньшинство по сравнению со стандартизированными стилистически нейтральными текстами данного типа. Стилистическую окраску приобретают распространенные запреты, нарушение которых не представляет опасности, но которые требуют оптимизации воздействия на адресата путем использования нестандартных форм выражения (тропов и фигур речи), обнаруживающих черты ментальности и национального юмора.

Универсальными стилистическими приемами в исследованных общественных знаках являются: метафора, игра слов, риторические вопросы, рифма. Лингвокультурная специфика выражения запрета в стилистически окрашенных немецких знаках проявляется в частотности олицетворения, отражающего эмоциональное отношение к домашним животным, в частности к собакам: *Ich muss (leider) draußen warten* (Я должен (к сожалению) ждать снаружи); в эксплицитном обозначении понятий, связанных с отпращиванием естественных надобностей: *Bitte Weg und Spielbereiche nicht als Hundeklo benutzen* (Просьба не использовать дорогу и места для игр как собачий туалет); в использовании антитезы с целью избегания неопределенности: *Dieser Bereich ist kein Fahrradabstellplatz* (Эта территория – не место для стоянки велосипедов), в сочетании стилистических приемов с маркерами вежливости.

Лингвокультурная специфика выражения запрета в стилистически окрашенных русских знаках проявляется в подчеркнутой императивности поучающего характера: *Не кури – не дома, дома тоже не кури; Бросай курить, давай работать*; в меньшей задействованности маркеров вежливости; в частотности аллюзий на общеизвестные, стилистически нейтральные знаки: *Не стой над душой – Не стой под стрелой*. В большинстве исследованных стилистически окрашенных немецких знаков стилистические приемы имеют целью завуалировать запрет (вербальная экспликация запрещения или объекта запрета отсутствует); большинство русских стилистически окрашенных знаков представляют собой эксплицитные запретительные волеизъявления, граничащие с фамильярностью, но воспринимаемые адресатом позитивно. Данные способы выражения запрета характерны соответственно для индивидуалистических и коллективистических культур.

Ситуативный подход к изучению языковой репрезентации

концепта «запрет» в общественных знаках позволяет выявить отраженные в запретах нормы общественной жизни, ценности данной лингвокультуры, а также реалии материальной культуры. В результате применения данного подхода были установлены: а) сферы общественной жизни либо материальной культуры, в которых общественные знаки, содержащие запреты, используются лишь в одной из изучаемых культур и отсутствуют либо незначительно представлены в других культурах; б) сферы жизни общества, в которых посредством общественных знаков закреплены сходные запреты, обладающие ярко выраженной культурно обусловленной спецификой.

В немецком корпусе материала выявлена группа общественных знаков, обращенных к детям, которые размещаются на игровых площадках и во дворах домов: *Spielplatz nur für Kinder unter 14 Jahren. Haltet den Platz sauber und schont die Geräte! Für Unfälle u. Schäden kann keine Haftung übernommen werden, die Benutzung geschieht daher auf eigene Gefahr. Während der Dunkelheit ist die Benutzung der Anlage untersagt. Kein Zutritt mit Hunden!* (Игровая площадка только для детей до 14 лет. Содержите площадку в чистоте и бережно относитесь к игровым снарядам! Ответственность за несчастные случаи и (телесные) повреждения (при использовании площадки) не предусмотрена. В темное время суток пользование игровой площадкой воспрещено. С собаками не входить!). Основной целью подобных знаков является обеспечение безопасности адресата, а также распределение ответственности за возможные негативные последствия нарушения запрета. Как показывают знаки данной группы, немецкие дети с раннего возраста приучаются соблюдать нормы поведения в общественных местах, нести ответственность за нарушение запретов. В русском корпусе материала подобные знаки отсутствуют.

Для немецкой культуры характерны также общественные знаки, служащие для охраны частной собственности: *Privatweg! Benutzung verboten!* (Частная дорога! Пользование запрещено!); знаки, отражающие особенности парковки транспорта: *Parken nur erlaubt mit Berechtigungsschein. Unberechtigt Parkende werden abgeschleppt!* (Парковка разрешена только при наличии документа на право (парковки). Противоправно паркующиеся будут отбуксированы); распространенность велосипедного транспорта и наличие системы правил его использования: *Fahrräder nur innerhalb der Parkzone abstellen. Fahrräder, die an Bäumen oder außerhalb der Parkzone abgestellt sind, werden kostenpflichtig entfernt* (Велосипеды ставить только в пределах стоянки. Велосипеды, поставленные вне стоянки или прислоненные к деревьям, будут удалены за счет владельца); запреты на распространение рекламной продукции: *Plakatieren verboten. Zuwiderhandlungen werden strafrechtlich verfolgt* (Плакаты расклеивать запрещено. Нарушения преследуются в судебном порядке); запреты, регулирующие сортировку и время утилизации отхо-

дов: *Keine Restabfälle und keine organischen Abfälle sowie keine nicht verwertbaren Abfälle einfüllen* (Не бросать отходы, не подлежащие сортировке, и органические отходы, а также не утилизируемые отходы).

Для русской культуры характерны общественные знаки, запрещающие мелкорозничную торговлю: *Торговля на территории магазина запрещена! За нарушение штраф*; запрет дотрагиваться до каких-либо предметов, отражающий тактильный тип русской культуры: *Цветы руками не трогать!*; запрет беспокоить сотрудников различных организаций во время работы: *Просьба не отвлекать вопросами, не относящимися к работе*; запрет распития алкогольных напитков в общественных местах, частотность которого отражает неразвитость культуры потребления спиртного: *Уважаемые покупатели! Распитие спиртных и слабоалкогольных напитков строго запрещено! Администрация*.

Культурная специфика запретов проявляется в ряде общественных знаков, отражающих климатические особенности стран, в частности запреты входить в помещение в верхней одежде. Русские знаки подобного рода весьма многочисленны, что объясняется продолжительностью зимнего периода в России: *Вход в зал в верхней одежде запрещен; Читатели в верхней одежде не обслуживаются* и т. п. В связи с более мягким климатом Германии аналогичные немецкие знаки менее распространены, кроме того, в немецком языке отсутствует общее понятие «верхняя одежда»: *Jacken, Mäntel, Taschen dürfen nicht in diesen Bereich mitgenommen werden* (Куртки, пальто, сумки не разрешается брать с собой в это помещение). В Германии большое внимание уделяется безопасности и регуляции действий граждан в зимнее время: *Bei Schnee- und Glätte gesperrt! Dieser Weg wird nicht gestreut* (При снеге и гололедице прохода нет! Эта дорога не посыпается песком). В России подобные знаки отсутствуют, а запреты, предупреждающие об опасности, касаются лишь парковки автомобилей: *Машины у стены не ставить! Возможно падение сосулек!*; *Стоянка авто запрещена. Опасность схода снега с крыши!*

Как показало наше исследование, различия в материальной культуре являются внешним проявлением глубинных различий ценностных доминант, второстепенную роль играют климатические факторы. В немецкой культуре высокую значимость имеют охрана тишины и покоя граждан, четкая детализация отрезков времени, разграничение частного и общественного пространства, детальное распределение ответственности в случае нарушений запретов, воспитание у детей чувства ответственности за свои действия, право частных лиц на волеизъявление посредством общественных знаков, экологическое сознание. Повсеместная распространенность общественных знаков, выражающих запреты, в пространстве немецкой культуры имеет давние традиции. В

Германии общественные знаки представляют собой фиксацию регулятивных культурных стандартов, что воспринимается немецким сознанием как норма, неукоснительно исполняемая в соответствии с характерным для немецкой ментальности внутренним контролем и потребностью в порядке.

В России, с точки зрения немецких информантов, запреты и регуляция жизни общества посредством общественных знаков значительно менее распространены, что расширяет возможности импровизации, действий человека на свое усмотрение. Динамика изменения различных языковых средств репрезентации запрета в российских знаках приводит к выводу, что в настоящее время наблюдается тенденция к использованию наряду с авторитарными запретами иных стратегий воздействия на адресата: обращения к личности, апелляции к морали.

Подведем основные итоги.

1. Концепт «запрет» является важным элементом концептосферы любого национально-культурного сообщества, имеющим экзистенциальную значимость для человеческого общества, о чем свидетельствует тот факт, что все гуманитарные науки обращаются к исследованию проблематики запрета.

2. Понятийный компонент концепта «запрет» имеет универсальный характер, а ценностный компонент данного концепта обнаруживает различия в отдельных лингвокультурах.

3. Исследование языковой репрезентации концепта «запрет» в общественных знаках позволяет выявить особенности, проявляющиеся на лексико-грамматическом, стилистическом и композиционном уровнях, а также служит источником информации о системе ценностей и менталитете народов, культурных стандартах, регулирующих жизнь общества, фактах материальной и духовной культуры.

4. Для одних менталитетов концепт «запрет» является центральным (например для немецкого менталитета, что связано с преобладанием положительного отношения к данному концепту в немецком языковом сознании), для других – периферийным (например для русского менталитета, что отражается в амбивалентном отношении к запретам в русском языковом сознании).

5. Общественные знаки отражают культурные нормы и стандарты. Изучение данных знаков на материале разных языков позволяет выявить ценностные характеристики отдельных лингвокультур и проследить некоторые тенденции развития общества.



## Литература

Медведева Д.И. Концепт «Verbot» и предписывающие знаки в немецкой лингвокультуре // Гуманитарные исследования: Журнал фундаментальных и прикладных исследований. – № 3 (23). – Астрахань, 2007. – С.17–21.

Медведева Д.И. Контрастивный анализ способов выражения идеи запрета в предписывающих знаках (на материале русского, английского и немецкого языков) // Язык и межкультурная коммуникация: Материалы 1-й межвуз. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 19-20 апреля 2004 г. – СПб., 2004. – С. 62–64.

Медведева Д.И. Безэквивалентные общественные знаки как отражение российских культурных норм // English in a Multi-Cultural Community: Материалы междунар. конф. / Удм. гос. ун-т. – Ижевск, 2005. – Ч. 2. – С. 127–129.

Медведева Д.И., Филипп У. Методика применения общественных знаков в курсе контрастивного страноведения // Инновационные процессы в сфере образования и проблемы повышения качества подготовки специалистов: Сб. материалов междунар. науч.-метод. конф. / Удм. гос. ун-т. – Ижевск, 2005. – С. 101–103.

Медведева Д.И. Предупреждающие объявления в сфере торговли в лингвокультурологическом аспекте (на материале русского и немецкого языков) // Актуальные проблемы лингвистического образования: теоретический и прикладной аспекты: Материалы междунар. науч.-практ. конф. – Самара, 2005. – С. 200–202.

Медведева Д.И. Контрастивный анализ общественных знаков в сфере университетского образования России и Германии // Седьмая научно-практическая конференция преподавателей и сотрудников УдГУ, посвященная 245-летию г. Ижевска. – Ижевск, 2005. – С. 257–260.

Медведева Д.И. Сопоставительный анализ фразеологизмов со значением запрета (на материале английского, немецкого, русского языков) // 75 лет высшему образованию в Удмуртии: Материалы междунар. конф. / Удм. гос. ун-т. – Ижевск, 2006. – С. 136–138.

Медведева Д.И., Медведева Т.С. Основные направления исследования межкультурной коммуникации в Германии // Иноязычное образование: Филология. Педагогика. Лингводидактика: Сб. науч. ст. к 65-летию ИИЯЛ и 60-летию проф. В.А. Аветисяна / Сост. и ред. Т.И. Зеленина, А.В. Лашкевич, А.Н. Утехина; Удм. гос. ун-т. – Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2006. – С. 101–111.

Медведева Д.И. К вопросу об отношении к запретам в русской культуре // Год русского языка в Удмуртии: Материалы регион. науч.-практ. конф. – Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2007. – С. 160–164.

Медведева Д.И. К вопросу о контрастивном анализе предписывающих знаков в сфере жилья (на материале немецкого и русского языков) // Человек и мир: социальное поведение личности в изменяющемся мире: Материалы всерос. науч.-практ. конф., 15–16 января 2007 г.; Сб. науч. работ к 50-летию проф. Н.И. Леонова / Под ред. М.М. Кашапова, Д.Е. Львова. – Ижевск: ИД «ERGO», 2007. – С. 172–173.

Медведева Д.И. Стилистические особенности немецких и русских предписывающих знаков // Языковое образование в полиэтническом регионе: Материалы респ. конф. учащихся Удмуртской Республики / Под ред. Т.И. Зелениной, Л.И. Хасановой; Удм. гос. ун-т. – Ижевск, 2007. – С. 130–132.

Медведева Д.И. К вопросу о сопоставлении понятий Verbot и запрет (на материале немецкой и русской лексикографии) // Многоязычие и межкультурное взаимодействие: Материалы междунар. конф.; к 80-летию проф. С.Я. Гельберг / Сост. и отв. ред. Т.И. Зеленина, Н.И. Пушина; Удм. гос. ун-т. – Ижевск, 2008. – С. 173–176.

**Е.Г. Стешина  
(Саратов)**

## **БОГАТСТВО И БЕДНОСТЬ**

Объектом данного исследования является коллективное молодежное языковое сознание русских и англичан. В качестве предмета изучения выступают особенности выражения концептов *богатство* и *бедность* в языковом сознании русской и английской молодежи.

Цель работы состоит в выявлении закономерностей функционирования концептов *богатство* и *бедность* в русском и английском молодежном языковом сознании.

Основным материалом исследования послужили результаты серии психолингвистических экспериментов. В качестве испытуемых в экспериментах приняли участие 120 человек в возрасте от 18 до 28 лет (60 – представителей русского этноса, 60 – английского). Все эксперименты проводились в письменной форме. Русскоязычными участниками экспериментов выступали студенты Пензенского государственного университета архитектуры и строительства. Студентам и аспирантам The University of Edinburgh (Великобритания) анкеты были разосланы по электронной почте через Интернет с соответствующими указаниями по их заполнению. В качестве дополнительного речевого материала в работе привлекались данные русско- и англоязычных толковых, этимологических словарей, ассоциативных словарей (Русский ассоциативный словарь (РАС 1994 – 1998); The Edinburgh Word Association Thesaurus (EAT, [www.eat.rl.ac.uk](http://www.eat.rl.ac.uk))).

Для получения речевого материала в работе использовались экспериментальные методы: метод свободных ассоциаций, субъективных дефиниций, методика выявления оппозигов ключевой лексики, метод толкования субъективного образа, понятийного моделирования. На стадии анализа и интерпретации полученного

материала применялись: метод компонентного анализа; когнитивный анализ внутренней формы значения лексемы-номинанта, методы когнитивной интерпретации эмпирического материала, в дополнение к которым привлекались количественные методики.

Исследователи рассматривают понятие «концепт» в рамках трех подходов, которые сложились в отечественной когнитивной лингвистике: лингвокультурологического, семантико-логического и психолингвистического.

Представители лингвокультурологического направления (В.И.Карасик, Г.Г. Слышкин) постулируют, что лингвокультурным концептом является условная ментальная единица, направленная на комплексное изучение языка, сознания и культуры. Центром концепта всегда является ценность, поскольку концепт служит исследованию культуры, а в основе культуры лежит именно ценностный принцип.

Ученые, работающие в рамках семантико-логического направления, исследуют, как в семантике естественных языков представлены различные концепты, какие отношения существуют между этими концептами. Многие исследователи выделяют концепты «душа, судьба, добро, красота», являющиеся универсальными культурными константами человеческого сознания, или по выражению А. Вежбицкой «ментальными атомами человечества». А.Вежбицкая понимает концепт как объект из мира «Идеальное», имеющий имя и отражающий определённые культурно-обусловленные представления человека о мире «Действительность». По мнению ученого, концепты необходимы исследователю для того, чтобы объяснить и описать с помощью «ключевых слов» языка окружающую действительность. Выделенные «ключевые слова» составляют метаязык, который обслуживает данную культуру.

А. Вежбицкая считает, что семантический метаязык может служить для описания лексических и грамматических значений. Сходной точки зрения придерживаются А.Д. Шмелев и Т.В. Булыгина, работы которых направлены на сопоставительное изучение культур посредством ключевых слов.

В данном исследовании определение концепта ориентировано на психолингвистическую позицию, где под «концептом» понимается ментальное образование, которое кодируется в сознании индивидуальным чувственным образом, выступающим как чувственный компонент содержания концепта и является базовой единицей универсального предметного кода человека (Н.И. Жинкин, З.Д. Попова, И.А. Стернин). Концепт прежде всего единица мышления, а не памяти, поскольку его основное назначение – обеспечивать процесс мышления.

В ходе исследования нами выявляется психологически реальное значение лексемы *богатство*. Выделенные первичные понятийные признаки лексемы *богатство* подтверждают особую роль описываемого концепта для мысли о человеческом благосостоянии:

1. Изначально богатство соотносилось с понятием «достояние, состояние, доля, дающий».

2. Богатство структурно соответствует латинскому слову «*fortunatus*» и имеет такие дефиниции как «счастье, судьба».

3. Богатству противопоставляется бедность.

Анализ этимологических данных лексемы *wealth* приводит к следующим выводам:

1. Первоначальное значение исследуемой лексемы – «надеяться, желать, хотеть».

2. В ходе эволюции понятия «*wel*» – «*to will, to wish*» превращается в «*wela*» – «*weal, welfare, well-being*», т.е. нечто уже исключительное по важности – благосостояние, счастье.

3. И, наконец, основное значение лексемы *wealth* – «*wel*» – «*well-being*» – благополучие.

Можно сказать, что основное значение *богатство* – *благополучие, счастье* актуально для современного английского сознания молодежи. Значение *желать, хотеть, надеяться* стерлось в дефинициях исследуемого понятия с течением времени, но подсознательно к богатству стремятся, его хотят и желают.

Кроме того, необходимо отметить, что объединяет оба концепта в русском и английском сознании их принадлежность к «божеству». В исследованиях М.М. Маковского говорится, что *богатство* в древности часто уравнивалось с Божеством: типологически ср. *русск.* «Бог», но «богатый»; *лат.* *divus* «Бог», но *divitiae* «богатство»; *англ.* *god* «Бог», но *goods* «товар, богатство».

В исследовании реализован комплексный подход в анализе языкового коллективного сознания, где когнитивно-психолингвистическая интерпретация эмпирического материала составляет основную часть исследования.

Концепт кодируется в сознании индивидуальным чувственным образом, являющимся базовой единицей универсального предметного кода человека (Н.И. Жинкин, И.А. Стернин). С целью выявления чувственного компонента содержания концепта *богатство/wealth* англоязычным и русскоязычным информантам было предложено описать наиболее яркий образ, возникающий у них при слове *богатство*.

При интерпретации субъективного образа концепта *богатство/wealth* нами выделены общие тенденции моделирования

концепта русскими и английскими респондентами. В работе выделен доминирующий в русском и английском сознании образ преуспевающего в жизни человека, обладающего собственностью и материальными ценностями: *человек прилично (богато) одетый, имеющий все материальные блага; все в свое удовольствие, процветание; вилла на берегу Красного моря или на каких-нибудь островах, куча денег, связи с нужными людьми ...; an image of businessmen in suits living comfortably with nice cars/house/families; my strongest image of wealth is a person who has a huge house, lots of money, the best of everything.*

Национально-специфическими в английском сознании являются образы богатых западных стран, некоторых арабских стран, образ Америки, как олицетворения богатства: *the Sultan of Omans aeroplane; the Dubai World Cup horse racing meeting; western countries; St. Tropez; Malibu beach; Hollywood; the western world; the USA.*

Несколько респондентов считают, что образ богатства неразрывно связан с образом королевской семьи: *the royal family; house of lords in British parliament – the gold has to be seen to be believed; perhaps the strongest image comes from documentaries, news stories about the British Royal Family.*

Для представителей русскоязычной нации важными являются качества, отрицательно характеризующие человека, обладающего богатством: *человек, который ведет себя как бог, он думает, что может все купить: людей, ..., но не все продается, он не может этого понять; солидный и жестокий человек, потерявший грани разумного и забывший окружающих.* Небольшое количество респондентов отметило и положительные качества богатого человека: *я представляю сложившуюся личность, стремящуюся к успеху и саморазвитию; человек, у которого есть хорошая работа, перспектива, творческий потенциал.*

В целом можно отметить, что доминантный образ богатства в молодежном коллективном сознании русских и англичан представлен однородно: *преуспевающий бизнесмен в дорогом костюме, с сигарой, имеющий шикарную машину и огромный дом.* Выделенный образ можно объяснить результатом влияния СМИ и телевидения на молодежное сознание российских и британских респондентов.

Одной из задач исследования является выстроить модель изучаемых концептов в сознании носителей русского и английского языков. Проведение сбора информации проходило в два этапа:

**1 этап.** Под фреймом понимается модель знания о типичной ситуации, когнитивная структура, совокупность хранимых в памяти ассоциаций. По этой причине на этом этапе нашего исследования мы предложили английским и русским испытуемым подобрать несколько слов, относящихся к сфере понятия *богатство*.

Когнитивный анализ ядерных, базовых и периферийных признаков фреймовых образований позволил выявить фреймовое содержание концепта *богатство* и получить более полное представление об особенностях строения молодежного языкового сознания русских и англичан. В ходе эксперимента было получено и проанализировано 188 реакций в русском языке и 207 реакций в английском языке.

В структуре фреймового образования *богатство* к ядру можно отнести когнитивные признаки, являющиеся общими для сознания представителей русской и английской нации: *состояние изобилия и достатка* (12 %; 11,5 %); *наличие отрицательных качеств обладателя богатства* (11 %; 13,5 %); *материальная и имущественная обеспеченность* (10 %; 10,5 %). Доминантным для русского молодежного сознания нами признается когнитивный признак *внешнего великолепия и роскоши* (13 %).

При анализе эмпирических данных в работе выявлен совпавший когнитивный признак *богатство предполагает наличие денежных средств* (9 %; 8,5 %). В английском языковом сознании когнитивные признаки *беспечный и расточительный образ жизни* (9,5 %); *обладание властью* (8 %) входят в базовый слой фрейма *wealth*. Фреймовое наполнение базовой части концепта *богатство* проявляется в таких признаках как: *наличие общечеловеческих ценностей* (10 %); *радостные эмоции* (8,5 %); *процветание* (8 %); *богатству сопутствует успех* (6 %).

К периферии фреймовой модели концепта *богатство*, построенной русскими информантами, относятся следующие признаки: *от богатства можно получить удовольствие* (4 %); *богатство ассоциируется с властью* (2 %); *миллионер – обладатель богатства* (2 %).

В английском языковом сознании молодежи к периферии фрейма относятся когнитивные признаки, характерные для представителей английской нации: *внешнее великолепие* (5 %); *наличие общечеловеческих ценностей* (5 %); *свобода выбора* 4,5 %; *процветание* (4,5 %); *успешность* (4 %); *ведение бизнеса* (4 %); *радостные эмоции* (4 %); *получение наследства* (2 %); *образованность* (2 %); *упадок* (2 %); *благотворительность* (1,5 %).

В ходе анализа эмпирического материала, выявлены общие и национально-специфические характеристики в строении фреймовой модели русского и английского языкового сознания молодежи, которые позволили выделить ядро, базовые слои и периферию.

**2 этап.** В результате сбора информации мы получили банк данных, составляющих фреймовое содержание исследуемых

концептов. Совпавшие понятия, имеющие наибольший рейтинг, составили список слов-стимулов для проведения свободного ассоциативного эксперимента.

Концепт *богатство / wealth* в русском и английском сознании связан с такими совпавшими понятиями как: *деньги 14 / money 12, процветание 5 / prosperity 4, изобилие 5 / affluence 6, фортуна 4 / fortune 5, роскошный 9 / luxurious 5, богатый 5 / rich 8.*

В работе с целью исследования когнитивных слоев концепта использовался свободный ассоциативный эксперимент. Применение свободного ассоциативного эксперимента объясняется тем фактом, что концепт тесно связан с ассоциативным пространством или полем имени, проявляясь в нём. Проведение свободного ассоциативного эксперимента состоит из 7 этапов: 1. Построение ассоциативного поля. 2. Статистика количественных показателей полученных реакций. 3. Когнитивная интерпретация ассоциатов в русском языке. 4. Когнитивная интерпретация ассоциатов в английском языке. 5. Полевая стратификация исследуемого слова-стимула. 6. Когнитивно-психолингвистическая интерпретация концепта. 7. Построение модели поля исследуемого концепта в русском и английском сознании.

С целью исследования структуры ассоциативных полей концепта *богатство/wealth* в русском и английском молодежном языковом сознании было проанализировано 398 ассоциаций, данных английскими информантами, и 398 реакций, представленных русскими респондентами.

Для описания полевой структуры концепта *богатство* в работе вычислялась яркость каждого признака в структуре концепта, что позволило ранжировать когнитивные признаки и выделить ядро, базовые слои и периферию. Анализ когнитивных признаков, выделенных на основе результатов свободного эксперимента, помог представить ассоциативную модель концепта *богатство* в русском языковом сознании.

Ядерный слой представлен когнитивными признаками:

– наличие материальных средств 17,6 %;

– внешнее величие 15 %.

Базовый слой составляют такие когнитивные признаки как:

– состояние радости 11,8 %;

– состояние успешности 11,5 %;

– склонность к злему умыслу, жадности и высокомерию 7,3 %;

– наличие большого количества 7 %;

– рост и расцвет 6,8 %.

Анализ данных Русского ассоциативного словаря, книга 3,

часть II под ред. Ю.Н. Караулова позволил выделить дополнительные когнитивные признаки исследуемого концепта: *богатство может выражать многообразие высоких нравственных качеств; до состояния богатства далеко; может быть народным, природным; ведет в ад; не вызывает чувства радости; можно потерять; ассоциируется с западными странами и ее представителями; обладатель богатства; богатый – всесторонне развитая личность; предполагает наличие свободы; богатому противопоставляется бедный.*

В ходе исследования была построена модель концепта *wealth* в английском молодежном сознании.

Ядерный слой представлен единичным когнитивным признаком:

– *наличие денежных средств и собственности 33,9 %.*

Базовый слой поля составляют следующие когнитивные признаки:

– *состояние счастья и удовольствия 8,8 %;*

– *удачное достижение поставленной цели 8 %;*

– *наличие еды и одежды 5,3 %.*

Когнитивная обработка результатов ассоциативных экспериментов, собранными английскими психологами и лингвистами в ассоциативных нормах Эдинбургского ассоциативного тезауруса (The Edinburgh Associative Thesaurus (EAT)), позволила выявить дополнительные когнитивные признаки: *богатством обладает титулованная аристократия; соотносится со зрелостью; предполагает наличие обслуживающего персонала, т.е. подчинительные отношения; богатством обладают состоятельные люди; богатство вызывает цветовые ассоциации: темно-красный, кровавый, темно-коричневый цвета; предполагает родственные отношения.*

К ядру концепта *богатство* относится когнитивный признак *наличие материальных средств*, но он имеет разное процентное соотношение в языковом сознании русских и англичан (17,6 %; 33,9 %). Ядерным признаком русского сознания является представление богатства как *внешнего великолепия, роскоши и красоты (15 %)*. Для англичан данный признак является несущественным и относится к периферии концепта. Русские стремились актуализировать концепт в эмоциональном плане, представить его как эмоцию, отразить богатство оттенком чувств, которые может испытывать человек при виде богатства. Англичане, напротив, акцентировали внимание на выборе продукта, вещи, тем самым обнаруживая прагматический подход к заданию. Следует отметить, что у русских информантов преобладает эмоциональная характеристика концепта, в то время как английские испытуемые более склонны к его рациональной трактовке.

При выделении взаимосвязи концептов *богатство* и бед-



*ность* в русском и английском языковом сознании применялась методика выявления оппозитов ключевой лексемы. Респондентам было дано задание подобрать противоположные слова, выражения к слову *богатство*. На основе полученных данных выделялись когнитивные признаки и устанавливалась взаимосвязь изучаемых концептов.

В ответах русских испытуемых *богатству* противопоставляются такие понятия как: *бедность 44, нищета 29, недостаток 6, нужда 5, милостыня 2, несчастье 1, банкротство 1, уныние 1, ненависть 1, простота 1, голод 1, власть 1*.

К лексеме *wealth* английские информанты подобрали следующие антонимичные единицы: *poverty 24, poor 8, lack 5, need 3, scarcity 3, destitute 3, wanting 2, penury 2, hungry 2, struggle 2, deprivation 2, destitution 2, beggar 1, ill 1, disease 1, bankruptcy 1, lacking 1, insufficiency 1*.

Следует отметить, что в результате анализа эмпирических данных наибольшее количество информантов противопоставило богатству бедность.

Проведённый нами анализ системно-языкового материала, представленного словарями, позволяет исследовать средства языкового выражения концепта и определить базовый универсальный набор когнитивных компонентов, одинаковый для обоих языков.

Общими признаками номинативного поля *богатство / wealth* для сознания русских и англичан являются следующие признаки: *наличие материальных средств и собственности; богатство может быть выражено многообразием, обилием ресурсов*. Такие концептуальные признаки как, *богатство предполагает обладание человеком высоконравственными, моральными качествами; наличие роскоши, красоты* характерны для номинативного поля русского концепта *богатство*. Для номинативного поля концепта *wealth* свойственны признаки: *богатство способствует развитию многофункционального, развитого общества; богатство экономически обусловлено*.

Анализ словарей синонимов русского и английского языков позволяют углубиться в семантическое содержание изучаемых концептов. Содержание номинативного поля концепта *богатство/wealth* в русском и английском сознании находит общие характеристики в следующих признаках: *наличие материальных средств; множество, большое количество*. В русском языке состояние богатства предполагает существование в *красоте, пышности и роскоши*, в английском же языке состояние богатства характеризуется состоянием *капитала (capital), вкладами (assets) и активами (holdings)*, и, несомненно, важной характеристикой является *экономическая ценность (economic value)*, которая спо-

способствует развитию высокоразвитого общества. Обладание нравственными качествами, такими как *богатство души*, более характерно для русского сознания в силу эмоционального восприятия действительности русской нацией.

Для выявления психологически реального значения слова *богатство* был проведен рецептивный эксперимент с использованием методики субъективных дефиниций. Нами было предложено следующее экспериментальное задание: «Напишите, пожалуйста, своими словами, как Вы понимаете, что такое богатство. Богатство – это ...». В результате эксперимента выделены значения, не зафиксированные словарями.

В ходе анализа дефиниций, данных толковыми словарями, выяснилось, что лексема *богатство* представлена тремя словарными смыслами: 1) *большое имущество, денежное*; 2) *великолепие, пышность*; 3) *множество, обилие*. В сознании носителей русского языка лексема *богатство* представлена семью смыслами, не зафиксированными словарями:

1) целью богатства является полное удовлетворение потребностей (*когда человек может не отказывать себе ни в чем; умение позволить себе то, что хочется, чувство полного удовлетворения во всем*);

2) «духовное» богатство (*обретение моральных ...ценностей; обладание человеком ... духовных ценностей в избытке; ...или у него «широкая» душа*);

3) осуждение богатства (*бывают материально богатые, но жадные, не способные помочь другому человеку*);

4) богатство «синонимично» власти (*преимущество над людьми (власть)*);

5) богатство противопоставляется бедности (*это противоположное значение бедности; существуют бедные люди, но они способны поделиться частичкой своей души, отдать последнюю*);

6) богатство – это образ жизни, состоящий в совершенствовании (*возможности для развития и совершенствования, удовольствия, спорта, отдыха; уметь красиво воспринимать жизнь; ...стремление к самосовершенствованию*);

7) богатство – социальное явление (*социальное положение для людей, у которых большой капитал*).

По данным толковых словарей лексему *wealth* составляют три словарных смысла: 1) *благосостояние, материальные владения*; 2) *обилие всего*; 3) *экономическая ценность*. Психологически реальное значение лексемы *wealth* составляют 8 смыслов:

1) богатство – привилегия экономически развитых стран (*рео-*

ple in the west are materialistic and money orientated; .... is the life-style of people living in developed areas, where there is load of economic activities);

2) богатство – это стиль жизни, заключающийся в комфорте (so that one has enough to live comfortably; wealth is a state of existence marked by (often invisible) privilege; ...to live comfortably and enjoy any of life pleasure);

3) богатство предполагает существование без стресса (it has the potential to be free of stress and worry; ...having enough money not to worry about being able to buy anything...);

4) богатство может быть выражено в самодостаточности (to be content with what you have; wealth for me is not so much about money or 'things' is more about being content with what you have and being grateful for it);

5) состояние богатства заключается в способности зарабатывать деньги (having the earning power to be able to invest money in order that you can let your money work for you; I find myself more likely to attribute wealth to hard work ...);

6) богатство противопоставляется бедности (wealth is the polar opposite of poverty in many respects);

7) богатство находят в друзьях, семье (it can also mean being enriched by friends, family that loves you; for others it's having many friends and loved ones to share your life with);

8) богатство предполагает свободу выбора (wealth is...the power and the freedom to take chances while knowing that everything will be OK; I guess wealth, then, is the freedom of choice).

Анализ результатов проведенного эксперимента показывает, что содержание психологически реального значения лексем *богатство* / *wealth* в сознании носителей языков значительно шире и ярче словарного объема лексемы, представленного в академических словарях.

В ходе исследования концепта *бедность* в русском сознании при диахроническом анализе семантики ключевой лексемы *бедный* было установлено, что первоначально ядром концепта являлось конкретное понятие, которое может быть определено как *беда*. Анализ данных этимологических словарей позволяет выделить первичные признаки:

1. Бедность изначально соотносилось с понятием «беда» – «притеснение, гонение».

2. Значение *бедность* соответствует «вынужденный подчиниться силе».

3. Бедность имеет такие дефиниции как «бить, мучить, страдать».

4. Бедный соотносится с понятием «несчастный».

В работе выделенные первичные понятийные признаки «притеснение; гонение», «бить», «вынужденный подчиниться силе» следует признать менее значимыми для современного русского молодежного сознания. Значения «несчастный», «беда», «страдать, мучить» можно обнаружить в данных, полученных эмпирическим путем при проведении серии экспериментов, тем самым следует признать выделенные признаки актуальными для молодежного сознания русских респондентов.

При анализе лексемы *poverty* в английском языке следует выделить первичные понятийные признаки:

1. Бедность соотносится с латинским словом *paupertas* «бедность».
2. Бедность имеет дефиницию «мало берущий», «мало получающий».
3. Бедность имеет индоевропейский корень ие. *reu* – «бить, резать».

Анализ первичных понятийных признаков приводит к выводу, что содержание концепта – «бедность, мало получающий» с течением времени становится основным значением лексемы *poverty*. Следует отметить, что обе лексемы *бедность* и *poverty* имеют индоевропейские корни, которые с течением времени трансформировались, а основной смысл исследуемых лексем пришел в средние века и сохранил свое главное значение.

При анализе чувственных образов были выявлены существенные различия между русскими и англичанами. Английская молодежь связывает состояние бедности с образом Африки, голодных детей, странами третьего мира: *Black African; Ethiopia; I immediately imagine slums in India or South America, with hungry children, playing in the dirt; starving, sick children...; Ethiopia, 1985; Starving Africans; a poor hungry child; Africa; seeing children in Africa starving.*

Менее устойчивый образ антисанитарии и плохого медицинского обслуживания имеет тенденцию подчеркнуть, что бедность ассоциируется в английском сознании с жизнью вне Королевства Великобритании: *people struggling to survive on a daily basis, in the following: food, clean water, medical care, good education and without financial support.*

Для русского молодежного сознания доминантным образом бедности является образ нищего или человека без определенного места жительства, например: *нищий, худой человек с протянутой рукой; голодный бомж; обросший, грязный, одетый в лохмотья; человек в возрасте от 50 лет, грязный, растрепанный, нестриженный, в лохмотьях; худой, в оборванной одежде, с уставшим взглядом.*

Это важный факт концептосферы русского сознания молодежи, так как русские информанты не пытались представить бед-

ность, как поступили английские респонденты. Русские выражают образ реальной окружающей их действительности. Русская молодежь ориентирована на конкретные образы или ситуации, часто взятые из собственного жизненного опыта и так или иначе вызывающие у них различные чувства. Важную роль играют чувства и эмоции, выражаемые информантами по отношению к бедности. Экспериментальные данные показывают, что бедность вызывает чувство жалости у русских респондентов. Депрессия, печаль и одиночество более характерны для сознания англичан.

В работе было выявлено определенное сходство когнитивных единиц при описании образа *бедности*. Русские и англичане часто прибегали к визуальным образам, описывающим нищету, ужасающие картины лачуг, обшарпанных домов.

В ходе исследования проведен анализ строения фреймовых образований в структуре концепта. В работе отмечены универсальные компоненты, входящие в ядро фреймового образования *бедность* в русском и английском языковом сознании молодежи: *бедность – состояние бедного* (21,6 %; 18,2 %); *бедность предполагает острую потребность в пище* (9 %; 14,6 %). Когнитивными признаками, общими для русского и английского сознания, выступают следующие когнитивные признаки: *бедность провоцирует на преступления* (5 %; 5,7 %); *обусловлена плохой гигиеной* (4,2 %; 5,3 %); *сопровождается слезами, горем* (9 %; 4 %); *отсутствием денег* (7,5 %; 4 %); *вызывает чувство подавленности* (4,7 %; 8,4 %), *болезненное состояние* (3,7 %; 8 %).

К когнитивным этноспецифическим признакам концепта *бедность* в русском молодежном языковом сознании относятся: *бедность вызывает злое, полное враждебности настроение; предполагает употребление спиртных напитков; вызывает жалость; предполагает неудовлетворенность собой*.

При анализе фреймового наполнения концепта *poverty* для английского сознания характерны признаки: *в состоянии бедности ярко выражены отношения неравенства, дискриминации; в бедности проявляются такие качества как любовь и уважение; предполагает бесполезное существование для общества; в бедности появляется надежда*.

Анализ материалов свободного ассоциативного эксперимента позволил нам представить модель ассоциативного поля концепта *бедность* в русском и английском молодежном языковом сознании, выявить её универсальные и вариативные компоненты. В ходе эксперимента было проанализировано 397 ассоциаций в языковом сознании русской молодежи и 384 реакции, представленные английскими респондентами.

На основе проведенного свободного ассоциативного экспери-

мента выстроена модель концепта *бедность* в русском молодежном языковом сознании.

Ядерный слой представлен когнитивными признаками:

- *отсутствие средств к существованию* 15,3 %;
- *потеря материального благосостояния* 14,6 %.

Базовый слой составляют когнитивные признаки:

- *огорчение и депрессивное состояние* 8,5 %;
- *полный крах* 7 %;
- *проживание в неблагоприятных условиях* 6,2 %;
- *желание поесть* 6 %;
- *страдания* 4,7 %;
- *отсутствие жилья* 4,5 %;
- *потеря удачи* 4,5 %.

К ядру поля *бедность* относится когнитивный признак *бедность предполагает потерю благосостояния*. Зная историю развития Российского государства последних лет, когда на общество обрушилась волна дефолтов, и как следствие разорений, то этот факт может присутствовать в сознании русской молодежи.

В ходе исследования была выстроена модель концепта *poverty* в английском молодежном сознании.

В ядерный слой входят такие когнитивные признаки как:

- *бедность – это состояние бедного* 12,5 %;
- *бедность предполагает потерю средств* 12 %;
- *состояние бедности сопровождается голодом* 10,5 %.

Базовый слой ассоциативного поля представлен такими когнитивными признаками, как:

- *бедность противопоставляется богатству, удаче* 7,5 %;
- *неудача сопутствует бедности* 6 %;
- *бедность вызывает депрессивное состояние и отчаяние* 6,3 %;
- *бедность причиняет боль, приносит лишения* 5 %;
- *бедность предполагает наличие мошенничества, воровства* 5 %.

В работе были выделены универсальные ядерные и базовые когнитивные признаки исследуемого концепта, общие для русского и английского языкового сознания: *бедность – состояние бедного; потеря материального благосостояния; страдания, лишения; неудача; депрессивное состояние*.

Для русского и английского сознания когнитивные признаки *отсутствие денежных средств* и *потеря материального состояния* являются доминантными, яркими признаками ядерного слоя концепта *бедность/poverty*. Когнитивный признак *неудача сопутствует бедности* очень важен для понимания концепто-

сферы английского народа, где бедняк означает неудачник, и периферия ассоциативного поля *poverty* как бы продолжает мысль, что бедняк – это тот, кто неудачен в деловой сфере (*бедность может быть связана с профессиональной некомпетентностью, как следствие ошибки*). Данный признак не входит в содержание ассоциативного поля *бедность* в русском молодежном сознании.

Когнитивный признак *бедность* противопоставляется *богатству* и *удаче* входит в базовый слой концепта *poverty* в английском языковом сознании и имеет рейтинг 7,5 %. Рейтинг данного признака в русском сознании составляет 4 %, что говорит о наличии достаточно устойчивой связи двух концептов в сознании носителей языков.

При выявлении оппозиций ключевой лексики в английском языковом сознании *бедности* противопоставляется: *богатство* (*wealth* 22, *wealthy* 3, *rich* 5, *richness* 2); *изобилие* (*affluence* 4, *abundance* 3, *opulence* 3, *full* 1, *fullness* 1); *процветание* (*prosperity* 3, *prosperous* 1); *комфорт, удобства* (*comfort* 3, *comfortable* 2); *власть* (*power* 3); *счастье* (*happiness* 2); *много, множество* (*plenty* 2, *lots* 1, *plentyful* 1).

Русские информанты противопоставляют *бедности* следующие понятия: *богатство* (*богатство* 44, *богатость* 2); *достаток* (*достаток* 11, *достаточный* 1, *достаточность* 1, *обеспеченность* 5); *деньги* (*деньги* 8, *капитал* 1, *материальная достаточность* 1, *денежность* 3, *кошелек* 1); *роскошь* (*роскошь* 9); *состоятельность* (*состоятельность* 3, *зажиточность* 1); *изобилие* (*изобилие* 6, *избыточность* 1); *процветание* (*процветание* 4, *возвышение* 1, *благополучие* 1); *удача* (*удача* 3, *успех* 2, *фортуна* 1); *власть* 2.

В ходе эксперимента в работе установлено, что устойчивыми противопоставлениями являются *богатство – бедность* в русском языковом сознании молодежи, а также противопоставление *poverty – wealth* для сознания носителей английского языка. Проведенный эксперимент подтверждает, что *бедность – богатство* являются бинарными оппозициями для коллективного сознания обеих наций.

С целью выявления основных характеристик лексико-семантического поля концепта *бедность* в языковом сознании информантов был проведен анализ словарных дефиниций ключевого слова тезаурусов английского и русского языка. Номинативное поле концепта *бедность/poverty* составляет следующие общие признаки: *нищенское материальное состояние человека; состояния бедняка, нужды; бедность подразумевает состояние убогости/простоты/скудности; отсутствие необходимых свойств или желаемых качеств; недостаточности содержания чего-либо, вызывает жалость*.

В работе выделены концептуальные признаки, отражающие

национальную специфику номинативного поля концепта *poverty* в английском языке: *может быть социально обусловлена; состояние непродуктивности/неплодородности; в состоянии бедности человек испытывает слабость из-за недоедания.*

Для номинативного поля концепта *бедность* в русском языке свойственны следующие признаки: *бедность может быть «небогатой» по составу, средствам выражения; бедность может быть однообразной; незатейливой; неприглядной.*

Анализ внеконтекстных дефиниций, полученных в ходе психолингвистического эксперимента, позволил нам выявить психологически реальное значение лексем *бедность/poverty* русскими и английскими информантами. Психологически реальное значение лексемы *poverty* в английском языковом сознании проявляется в 9 смыслах, не зафиксированных толковыми словарями:

1) бедность предполагает беспокойство за своих близких (*worrying about how to feed your family not being able to feed yourself and your dependents...; it means having not enough to properly feed.... yourself and family*);

2) бедность соотносится с глаголом выживать (*someone who cannot survive on humanly on; barely enough to survive; ... you need to survive*);

3) неуверенность в завтрашнем дне (*living everyday not knowing if you will have food the next day; ... when you live from hand to mouth, from one day to the next, not knowing where you'll be next year, next month, maybe even next week*);

4) характеризуется низким уровнем развития страны (*it is a social scandal happening to the poor people of 3rd world countries; the state of being very poor and lacking the very basic needs because they are ripped off by economically strong countries*);

5) дает толчок к перемене образа жизни, к поиску успеха (*allow them the life required amounts to live and get on in life with a chance to improve there a lot later; people who want to change*);

6) проявляется как одна из форм унижения, жадности (*poverty is a lack of respect, a form of humiliation; lack of compassion for others, putting self and greed above all else*);

7) бедность – социальное явление (*poverty is to me, being at the bottom of society...; anyone who lives below a set level within a society that is acceptable to a given way of life*);

8) бедность – это безвыходная ситуация (*hopeless situation*);

9) бедность предполагает отсутствие знаний, образования (*it may be a serious lack of knowledge, ability or resources to positively affect a situation; it's not having ... education to aim for a better life*).

В языковом сознании носителей русского языка лексема *бедность* представлена 3 словарными смыслами: *отсутствие материальных средств; необеспеченность основными вещами; нужда, ни-*



чтожное существование. Психологически реальное значение лексемы *бедность*, выявленное в ходе эксперимента, составляют 7 смыслов:

1) бедность социально обусловлена (*социальная ошибка общества; положение в обществе...; это социальное положение человека...*);

2) бедность предполагает беспокойство за себя и своих близких (*нет возможности обеспечить себя и своих близких*);

3) состояние бедности ограничивает желания (*неравноправие, невозможность позволить себе желаемое, постоянное чувство недостатка...; ...ограниченность своих желаний*);

4) бедность не осуждается (*бедность – не порок*);

5) бедность предполагает утопичность (*это отсутствие возможности заработка; нет возможности обеспечить...; это невозможность прокормиться...; невозможность позволить себе желаемое...; ограничение в возможностях*);

6) бедность вызывает угнетенность (*состояние человека, в котором он чувствует себя угнетенным и не может позволить себе того, что заставляет чувствовать себя полноценным жителем планеты*);

7) бедность внутреннего мира человека (*это когда жизнь не имеет определенного смысла; это душевное состояние; состояние человека, у которого в душе полный разброс; это состояние души человека в той или иной сфере*).

Ведущее место в ответах английских информантов принадлежит когнитивному признаку *бедность* – это существование без основополагающих (*basic*) вещей таких как нормальная еда, одежда, жилье, оплата счетов. Следует отметить, что для английских респондентов важным фактом существования без бедности является стабильность и комфортность жизни, приемлемые социальные установки. Для русского менталитета отсутствие и недостаток денежных средств является основным признаком бедности. Важным ядерным признаком для русских испытуемых является «духовный» или нравственный признак: *бедность внутреннего мира человека*. В ходе исследования отмечено, что русские информанты связывают бедность с образом личности, не нашедшего смысла жизни. Эмоциональная характеристика концепта ярче проявляется в ответах русских респондентов.

### Литература

Стешина Е.Г. Паремии как средство объективации концепта «бедность» в русском и французском языках // Язык и мышление: Психологические и лингвистические аспекты: материалы V Всерос. науч. конф. / Отв. ред. проф. А.В. Пузырёв. – М.; Пенза: Институт языкознания РАН. – Пенза: ПГПУ, 2005. – С. 44 – 50.

Стешина Е.Г. Национальная специфика концептов «бедность / poverty» в русском и английском языках // Проблемы прикладной лингвистики: сборник статей междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2005. – С. 236 – 239.

Стешина Е.Г. Ассоциативный эксперимент как метод изучения русского и английского сознания на примере исследования концепта «богатство» // Язык и мышление: Психологические и лингвистические аспекты: материалы VI Всерос. науч. конф. / Отв. ред. проф. А.В. Пузырёв. – М.; Ульяновск: Институт языкознания РАН; Ульяновский университет, 2006. – С. 106 – 111.

Стешина Е.Г. Этимологическая память концепта *богатство / wealth* // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – Тамбов, 2007. – Вып. 7 (51). – С. 53 – 57.

Стешина Е.Г. Фреймовое представление концепта *бедность* в русском и английском коллективном языковом сознании // Язык и мышление: Психологические и лингвистические аспекты: материалы VIII Всерос. науч. конф. / Отв. ред. проф. А.В. Пузырёв. – М.; Ульяновск: Институт языкознания РАН; Ульяновский университет, 2008. – С. 36 – 41.

**Н.В. Григоренко  
(Белгород)**

### **ЗАВИСТЬ**

Исследование посвящено механизму формирования абстрактного концепта социально-бытийной направленности «envy». Пристальный интерес последнего времени к подобным концептам объясняется их этнолингвистической природой, а также тем, что их содержание определяется нормами бытования социума: они представляют знания о внутреннем мире самого человека. Концепт «envy» относится к именам сложных психических состояний: ментальных и эмоциональных одновременно. Считается общепризнанным и неоспоримым то, что абстрактные сущности становятся доступными восприятию и пониманию только тогда, когда они именованы.

Объектом исследования являются языковые средства наименования зависти, единицы ведущих частей речи: имена существительные, прилагательные, глаголы.

Критериями для отнесения каждой из лексем в качестве репрезентанта концепта «envy» служат:

- 1) наличие в семантической структуре слова семы «завидовать» как в интенционале, так и импликационале;
- 2) потенции слов-репрезентантов периферийного уровня концепта в плане актуализации значения «завидовать» посредством их сочетаемости.

В качестве предмета исследования представлена процедура структурирования концепта «envy» и выявление его основных категориальных признаков, выводимых не только из дефиниций лексем-репрезентантов, но и посредством философского, психологического, социально-теологического анализа исследуемого феномена.

В соответствии с объектом и предметом исследования основная цель работы состоит в определении круга языковых средств лексической номинации концепта «envy» и выявлении механизма формирования его структуры.

Структурирование концепта «envy» основывается на концепции, предлагаемой И.А. Стерниным, с учётом данных тезауруса Роже, наиболее авторитетных толковых, синонимических и дефиниционных словарей, английских и русских.

1. Ядро представляет лексема-репрезентант **envy** (noun) и её словоформы, поскольку она является (согласно данным этимологических словарей) прямым номинантом предмета исследования.

2. Околоядерную зону формируют следующие дериваты и синонимы: **envy** (verb), **envious**, **enviousness**, **jealous**, **jealousy**, **grudge**, **begrudge**, **covetous**.

3. Ближняя периферия репрезентирована некоторыми волитивными глаголами: **covet**, **hanker**, **crave**, и в меньшей степени **long**, **desire**.

4. Наконец, к дальней периферии относятся **cupidity**, **malice**, **malicious**, **rivalry**, **spite**, **ill-will**, **invidious**, **belittle**, **belittling**, **green-eyed**.

Поскольку прототип определяется как категориальный концепт, то релевантным для настоящего исследования представляется ввести понятие одноимённой с концептом категории с целью выявления признаков, категоризирующих рассматриваемый концепт.

Основываясь на словарных дефинициях толковых словарей можно выделить следующие признаки, категоризирующие концепт «envy». Ядерная лексема-репрезентант вербализует *чувство досады, раздражения, недовольства, мотивированное удачей, успехами, благосостоянием, превосходством других*. Поскольку околоядерную зону репрезентируют словоформы и синонимы базовой лексемы-репрезентанта, то к номинированному признаку добавляется *ощущение или выражение зависти*. *Выражение зависти* может дифференцироваться по роду деятельности: ментальное (то есть ненаблюдаемое) и физическое, выражаемое в мимике и жестах, как например, «завистливый взгляд» ("envious look"). Прилагательные **envious**, **jealous**, **covetous** активируют

чувство зависти как *черту личности*, при этом данные признаки также обусловлены *мотивацией*.

Волевые лексемы, составляющие ближнюю периферию концепта, обладают одним общим для всех признаком *страстное желание иметь то, что есть у другого*. Существенным дополнением здесь является то, что желание предполагает у субъекта *алчность, честолюбие, зависть* и т.п. Желание есть не что иное, как стремление человека к определенному результату или удовлетворению определенной потребности, то есть желание — **мотивировано**.

Лексемы-репрезентанты дальнейшей периферии номинируют разного рода эмоции и чувства: *жадность/алчность, злоба/враждебность, соперничество/конкуренция, преуменьшение успехов/достижений другого*. Лексемы, репрезентирующие эмоции и чувства, также имеют **мотивацию** в импликационале.

Онтология исследуемого феномена, представленная с позиций философии, психологии, этики, социологии, теологии, позволила проследить, как расширился диапазон категориальных признаков концепта «envy»: огорчение, печаль, ложь, клевета, коварство, «сестра соревнования». Очевиден тот факт, что индивидуальное познание способствует выявлению новых признаков, существующих данной категории.

При сравнении признаков определенной категории выявляется сходство между репрезентантами данной категории. Сравнивая категориальные признаки концепта «envy», мы приходим к выводу, что их единство определяется тремя концептуальными компонентами, которые позволяют проследить сходство между всеми лексемами-репрезентантами концепта «envy» в той или иной степени. Мы выделяем волевой (желание), каузативный (причинность) и эмоционально-оценочный компоненты. Первые два представляют собой взаимообусловленный тандем. Последний компонент подразумевает деление на субкомпоненты на основании градации таких понятий психологии, как эмоция, чувство, свойство характера.

Каждый отражаемый объект или событие вызывает к себе определенное отношение человека в зависимости от того, как они связаны с его потребностями. Одни события являются для человека индифферентными, другие — значимыми, то есть могут удовлетворить некоторые его потребности или препятствовать этому. Эмоции, проявляющиеся в виде удовольствия, называются положительными, а в виде неудовольствия — отрицательными. Очевидно, что зависть относится ко второму типу проявления эмоций, отрицательному. Однако если вспомнить попытки

«оправдать» зависть, рассматривая ее как соревновательность, то возможно поставить и знак «+».

Лексическим репрезентантом ядерной зоны исследуемого концепта является абстрактное существительное – *envy*. Определение абстрактного имени как «нематериальной сущности» не всегда является единственно правильным. Имена конкретные, сочетаясь с именами абстрактными, наделяют их чувственно воспринимаемыми признаками через овеществление и опредмечивание умопостигаемого. Это так называемые «вещные коннотации».

Выявление гештальтов — тактика концептуального анализа абстрактного имени, стратегия которого заключается в описании структуры языкового знания, т.е. представителей языка, скрытых в имени и раскрывающихся в его сочетаемости, в обнаружении «образов содержания знака». Таким образом, правомерно говорить о репрезентации исследуемого концепта на ядерном структурном уровне (точнее на его части) таким гештальтом, как **персонификация зависти**. Персонификация зависти фокусирует внимание на таком аспекте, как человеческий фактор, т.е. показывает, что зависть обладает набором черт, присущих человеку. Персонификация возникает не только из сочетания сущ. + гл., но и из сочетания сущ.+of+ сущ.: *The down side has included a touch of envy from rivals determined to bring the Barcelona champion down to earth (BNC); Have a care of that base Evil Detraction: it is the Face of Envy (BNC)*.

Абстрактные имена через сочетаемость представляют стоящую за ними сущность и как активный субъект действия в акте персонификации, и как объект воздействия в акте реификации (овеществления). Таким образом, следующий гештальт, репрезентирующий концепт «envy», **предмет / вещество**: *The funeral was a fine thing. The Cadets paraded in style calculated to kill the late member with envy (Twain)* — зависть как орудие убийства; *The nurse smiled at him, then glanced quickly at Belinda, and the latter was certain she saw envy in the glance (BNC)* — зависть как визуально наблюдаемый предмет.

В приведенных примерах сочетания с существительными *envy* приобретают метафорически переносные значения. Метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний — когнитивной структуры «источника» (source domain) и когнитивной структуры «цели» (target domain). В процессе метафоризации область цели — в нашем случае существительное *envy* — структурируется по образу источника, т.е. происходит «метафорическая проекция» (metaphorical mapping) или «когнитивное отображение» (cognitive mapping) (G.Lakoff).

Однако свойство лабильности позволяет существительному **envy** сочетаться и с лексемами абстрактной семантики. Посредством таких сочетаний актуализируется тот или иной категориальный признак концепта, что не наблюдалось в сочетаниях с метафорически переносными значениями.

Категориальный признак «ощущение/выражение чувства зависти» актуализируется в следующих сочетаниях: *to feel envy*, *to suffer envy* = "to experience sth unpleasant", *to have an envy* = to perform the action indicated by the following noun for a limited period", *to tinge with envy* = "to add a small amount of a particular quality to sth", *a stab of envy* = "a sudden sharp pain caused by or as if by stabbing, i.e. feel a stab of quilt/pity/fear/jealousy etc", *pang of envy* = "a feeling of painful emotion", *a twinge of envy* = "a short sharp, usually unpleasant, thought or feeling" (OALD): I tried to feel sorry for, but I could only *feel envy* (BNC).

Существительное *envy* может входить в конструкцию "to make/to be (an object of) the envy of = "the feeling of wishing to have what sb else has or to be like sb else", где "sb/sth = a thing or person that causes feelings of envy" (OALD), посредством чего актуализируется признак «желание иметь то, что есть у другого»: Gary should have been a girl, she had been thought, for he was half a head smaller than she was with *fair curling hair*, *baby-blue eyes* and *long sick lashes that were the envy of every woman who met him* (BNC).

Сочетания существительного *envy* с глаголами "to arouse", "to provoke" и прилагательным "desperate" актуализируют признак «чувство досады, раздражения (мотивированное благосостоянием, превосходством и т.д. другого)», т.к. "to arouse" = "to provoke a particular feeling or attitude", "to provoke" = "to make a person angry or annoyed", "desperate" = "violent, dangerous": His lavish style of living *provoked half-contemptuous envy* among his brothers (BNC).

Анализ эмпирического материала ядерного уровня показал, что существительное **envy** является ярчайшим и продуктивным репрезентантом исследуемого концепта. Очевидно, благодаря тому, что данная лексема является прямой номинативной единицей, свойство лабильности в данном случае проявляется наиболее полно. Как результат — часть концепта ядерного уровня представлена метафорически переносными структурами — гештальтами «персонификация» и «реификация» (овеществление), что, в свою очередь, подтверждает положение А.П. Бабушкина о калейдоскопичности абстрактных концептов социально-бытийной направленности. Тем не менее, на остальных структурных уровнях репрезентация концепта не представлена метафорически переносными значениями.

Относя **envy, grudge, begrudge** к глаголам состояния, можно предположить, что в их концептуальной структуре сведены воедино некие представления о взаимодействии объектов и их причинно-следственных связях. Глаголы вообще могут отобразить широкий спектр значений, характеризующих конституирующие компоненты определенных положений дел и событий или ситуаций и относящихся к выбранным в этих положениях или ситуациях деталям или частям (Е.С. Кубрякова).

Сравнительный анализ словарных толкований рассматриваемых глаголов позволяет говорить о них как о частичных синонимах. Однако, как показывает фактический материал, у глаголов **grudge** и **begrudge** ЛСВ1 "envy a person something" и ЛСВ2 "give unwillingly/reluctantly" зачастую объединяются в тандем, смысл которого можно выразить следующим образом: *to give unwillingly/reluctantly because of envy*. На наш взгляд, это свидетельствует о наличии свойства неконстантности у глаголов **grudge, begrudge**. У глагола *envy* свойство неконстантности проявляется в отрицательных предложениях. Семантический модус означивания приобретает в данном случае оттенок злорадства: *I don't envy him his money problems* (BNC).

Согласно теории Дж. Лакоффа и Г.Й. Шмида, можно говорить о проявлении еще одного категориального признака «чувство злорадства». Контрастная картина прослеживается в отрицательных конструкциях с глаголами **grudge, begrudge**. В этом случае можно говорить о смягчении негативности в значении «завидовать»: *I don't grudge you your victory* (Holt). Зачастую отрицание взаимодействует с сослагательным наклонением: *It would be just reward for their recent form, and no-one would begrudge them the honour* (Pilcher). Несмотря на синонимичность лексем, употребление в утвердительных контекстах не свойственно глаголам **grudge, begrudge**, в отличие от глагола *envy*. Лексема *envy* является наиболее категоричной в актуализации искомого понятия, т.е. данный репрезентант эксплицирует сему «завидовать»: *It's someone who envies creativity, and wishes to be younger, handsomer...* (BNC).

Наличие отрицания и сослагательного наклонения — не единственный способ модификации совокупности сем «завидовать» и «субъект заслуживает/достоин чего-то хорошего» у глаголов **grudge, begrudge**. Синтаксические конструкции *would be the last person, least of all* и лексема *few (people)* имеют такую же функциональную направленность, однако, окраской: *Few will begrudge the Glaswegians their victory for they had to overcome two major setbacks* (BNC); *I would be the last person to grudge Pears his chance* (Holt). Дополни-

ный акцент эмоционально-оценочному компоненту придаёт инверсивный порядок слов: *Least of all* did Alain *begrudge* Lauda his third title (BNC).

Сослагательное наклонение, так же как и форма будущего времени, с глаголом **envy** выражает скорее предположение, нежели реальность. В таких случаях, парадигматический аспект глагола *envy* позволяет говорить о наличии, но не актуализации того или иного категориального признака: *Most girls would have envied her lifestyle* (Pilcher).

На основании сочетаемости глаголов можно выделить несколько наиболее типичных и рекуррентных каузаторов зависти: способности, власть/политика, предметы обихода, интерьера и роскоши, удача/успех, молодость/телосложение, ситуация, социальный статус, отношения.

Подводя итог анализу контекстов употребления глаголов **envy**, **grudge**, **begrudge**, необходимо отметить, что, несмотря на синонимическую эквивалентность, данные лексемы в предложениях имеют несколько различные значения. Иными словами, эмпирический материал подтверждает положение о том, что значение в статике и в динамике, в языке и в речи неодинаковы. Выбирая конкретное выражение или конструкцию, говорящий конструирует воображаемую ситуацию определенным способом, т.е. он выбирает один конкретный образ (из набора альтернатив) для структурирования его концептуального содержания в выразительных целях. Однако нельзя не отметить тот факт, что актуализация определенного образа происходит не только посредством грамматической конструкции. Наличие наречия в предложении не в меньшей степени способно модифицировать, либо уточнить значение глагола: "*You've always begrudged my success*", said Nancy (Pilcher).

Следующее сочетание семантически окказионально, но достаточно рекуррентно, причем в различных синтаксических позициях: *In general, he admired and envied Mr. Hellyer's casual way of dressing* (Holt). Подобное семантически контрастное сочетание позволяет придать зависти положительный статус (не соревновательный, а то, что в русском языке соответствует понятию «белая зависть»).

Объединение лексем **envious**, **jealous** и **covetous** в одну группу мотивированно рядом взаимообусловленных факторов. Прежде всего, это их частеречная принадлежность. Прилагательные **envious** и **jealous** являются лишь частичными синонимами. Прилагательное **jealous** способно актуализировать сему «завидовать» в том случае, если в контексте речь идет об успехе, богат-



стве, счастье и т.п. другого, и не касается любви (love), дружбы (friendship). Прилагательные *envious* и *jealous* имеют два основных толкования:

1) характеризуют человека, **испытывающего** отрицательную эмоцию, мотивированную сожалением, что кто-то другой владеет ценной для субъекта вещью, свойством и т.п. В данном случае необходимо обратить внимание на то, что зависть визуально скрыта. Иными словами, вербализуется внутреннее состояние человека: Noel was his father all over again, perpetually dissatisfied with his lot, *envious* of others, materialistic and ambitious and unshakeable in his belief that the world owed him a living (Pilcher); Beware of the clandestine manoeuvrings of *jealous colleagues* (Clave); He says that his wife was *jealous* of his success (BNC);

2) свидетельствуют об **открытом выражении** зависти (посредством взгляда, мимики, жеста и т.п.): As she swilled out a whisky, she caught the burning, *envious eyes* of her captive (Holt).

Лексемы *enviousness*, *jealousy*, *covetousness* представляют собой абстракции названий качества как результат деривации. По мнению Ю.С. Степанова, трансформации редко используются для создания устойчивых единиц словаря. Такого рода трансформации служат для создания высказываний, т.е. опосредованы высказыванием — предложением. Каждая из трех лексем номинирует всю совокупность категориальных признаков и концептуальных компонентов в той или иной степени, т.к. представленные дериваты вобрали в себя всю совокупность лексико-грамматических значений от предыдущих лексем. Созданные высказывания подразумевают не только ощущение или выражение зависти, но и манеры поведения, реакции, сопровождаемые и мотивированные завистью: "Among the qualities of this sort of animal is their extreme *covetousness* in collecting gold, silver, diamonds and pearls" he writes (Clave). *Jealousy* and resentment between the different agencies involved with disabled people are often deeply entrenched and extremely difficult to break down (BNC).

Как известно, слово обладает двумя способностями — значить и называть (или обозначать). В нашем случае, исследуемый объект репрезентирован номинативными единицами, производными от них и синонимами на уровне ядра и приядерной зоны. Волитивные глаголы *hanker*, *crave*, *covet*, *desire*, *long* не являются прямыми номинантами понятия «зависть». Тем не менее, как показывает дефиниционный анализ, признак «завидовать» присутствует в импликационале значения слов *hanker*, *crave*. Поскольку выделенные для данного исследования глаголы объединены общей для всех гипосемой «волитивность» + интенсивность жела-

ния, то логично предположить возможность актуализации в речи признака «завидовать» у глаголов **covet, desire, long**.

Семантика словосочетания не является простой суммой значений входящих в него слов, а представляет собой сложное сплетение лексических значений комбинирующихся единиц. Актуализация искомого смысла возможна посредством синтагматических отношений волитивных глаголов с абстрактными существительными со значением *благосостояние, престиж, власть, успех, славу, профессиональное признание, определенный стиль жизни, способности (умственные и физические), должность* и т. п.: Rank *hankered after prestige* (Holt); Arion, son of Poseidon and master of the lyre, was sailing to Corinth when he was put overboard by the captain, who *coveted his wealth* (BNC); And success, we want success, *crave for success*, we go for success, but you can be very stressed by directly doing it (Pilcher).

Семантический коррелят дальней периферии концепта «envy» (**to belittle** и дериват **belittling, malice** и дериват **malicious, rivalry, green-eyed, cupidity, spite, invidious, ill-will**) актуализирует искомое значение посредством совокупных средств: синтагматики, контекста, экстралингвистических ассоциаций (субъективный опыт), коммуникативный аспект, который, по мнению Ф.Палмера, носит межличностный, социальный, оценочный и т.п. статус, помогающий повлиять на кого-либо/ что-либо, намекнуть, настоять, предупредить и т. д.: This is *to belittle the importance of his role* (Parrington); As to *the criticism* of Claire Holman and Michael Maloney, I feel that this was *excessively malicious* (Pilcher); Hammond the chaplain had *the spite*, whilst Sir Fulke had *everything to gain* (BNC); *Green-eyed colleagues* oozed envy at a smug Mr. Paice (BNC).

Анализ эмпирического материала показал, что категориальные признаки, выявленные на основании дефиниционного анализа лексем-репрезентантов концепта «envy», равнозначно объективируются на всех структурных уровнях концепта. Иными словами, тот или иной категориальный признак может быть репрезентирован любой лексемой, а не только той, дефиниция которой послужила основанием для его выявления. Таким образом, согласно теории Г.Й. Шмида и Дж. Лакоффа, было выявлено сходство между лексемами, что явилось причиной объединения их в рамках исследуемого концепта.

Исследования лексических единиц абстрактной семантики показали, что концепты, репрезентируемые лексемами такого рода, наименее изучены в плане единства механизма их рассмотрения.

Лексический коррелят объекта исследования определился благодаря данным тезауруса Роже, а также наиболее авторитетных синонимических и дефиниционных словарей, на основе кото-

рых выявлены отличительные признаки, характеризующие исследуемый концепт.

Синтагматические особенности лексем-репрезентантов концепта «envy» позволили выявить несколько групп, тематика которых зависит от такого актанта, как каузатор зависти: способности (умственные и физические), власть / политика, благосостояние: предметы обихода / интерьера / роскоши, молодость / телосложение/внешность, положение: профессиональное признание/успех/должность, стиль жизни / престиж. Более того, деление на группы в зависимости от причины зависти может происходить в рамках объективации любого категориального признака.

### Литература

Григоренко Н.В. Языковая репрезентация концепта, вербализуемого лексическими единицами со значением зависть // Единство системного и функционального анализа языковых единиц: межвуз. сб. науч. трудов; вып. 8 / под ред. О.Н. Прохоровой: в 2 ч. — Белгород: Изд-во БелГУ, 2005. — Ч.1.-С. 104-107.

Григоренко Н.В. Фреймовый подход к анализу абстрактного имени «зависть» // Франція та Україна, науково-практичний досвід у контексті діалогу національних культур. XI Міжнарод. конф.: Матеріали / Упорядник Л.В.Пономарьова — Дніпропетровськ: «Пороги», 2006. — С. 98-100.

Григоренко, Н.В. Генезис рассмотрения реализации категории эмотивности в абстрактных понятиях // Язык. Культура. Коммуникация: материалы межрегион. науч.-практ. конф. — Липецк: ЛГПУ, 2006. -С. 29-34.

Григоренко Н.В. Культурологический аспект исследования концепта // Единство системного и функционального анализа языковых единиц: материалы Междунар. науч. конф. (г. Белгород, 11-13 апреля, 2006): в 2 ч. / под ред. О.Н. Прохоровой, С.А. Моисеевой. — Белгород: Изд-во БелГУ, 2006. — Вып. 9. — Ч. II. — С. 178-182.

Григоренко Н.В. Соотношение категории смысла и валентности лексических единиц, формирующих концепт «зависть» // Человек и язык в поликультурном мире: доклады и тезисы докладов на междунар. науч. конф. (Владимир, 19-21 октября, 2006): в 2 т. - Т.1. — Владимир: ВГПУ, 2006. — С. 92-97.

Григоренко, Н.В. Репрезентация концепта *зависть* периферийными лексическими единицами // Вестник Белгородского ун-та потреб. кооперации. — Белгород: БУПК, 2006. — № 4 (20). -С. 357-360.

Григоренко, Н.В. Ономазиологический подход к исследованию концепта «зависть» (в английском языке) // Проблемы ономазиологии и теории номинации: сборник материалов Междунар. науч. конф. (Орёл, 11-13 октября, 2007): в 2 ч. — Ч. II. — Орёл: ОГУ, 2007. — С. 107-110.

Григоренко Н.В. Лингвистический и экстралингвистический подходы к исследованию природы концепта «envy» // Диалог языков и культур: теоретический и прикладной аспекты: сб. науч. статей / сост. и отв. ред. Т.С. Нифановой; Поморский гос. ун-т им. М.В.Ломоносова. Архангельск: Поморский университет, 2007. — Вып. 2. — С. 165-168.

Григоренко Н.В. Особенности репрезентации ядерной зоны концепта *enly* // Вестник Поморского университета. — Архангельск: Издательский центр Поморского университета, 2007. — № 8. Серия «Гуманитарные и социальные науки». — С. 90-94.

**Е.Н. Бочарова**  
**(Белгород)**

## **ГЛУПОСТЬ**

Цель работы заключается в определении структурных, когнитивно-семантических и функциональных характеристик основных лексических единиц английского языка, отражающих содержательное пространство концепта ГЛУПОСТЬ.

Фактическим материалом для исследования послужили языковые единицы из лексикографических источников английского языка: толковые словари, этимологические, синонимические словари и словари на электронных носителях. В исследовании использовано около 4000 примеров из произведений английских и американских авторов, полученных методом сплошной выборки, и из электронных корпусов: British National Corpus, Brown Corpus, Electronic Library.

В современном мире интеллект становится важнейшим критерием прогрессивного развития общества. Оценочное суждение об интеллекте человека может иметь серьезные социальные последствия как в профессиональной деятельности, так и в межличностных отношениях. На сегодняшний день социальной форме интеллекта, а также последствиям в случае ее нарушений, связанных со способностями личности решать жизненно необходимые задачи, уделяется большое внимание со стороны психологов.

По степени абстрактности содержания концепты делятся на абстрактные и конкретные. К абстрактным ментальным сущностям относится исследуемый нами концепт ГЛУПОСТЬ. При описании и классификации абстрактных концептов возникают определенные трудности, которые объясняются сложностью формирования подобных концептов в сознании человека. Как представляется, сложность описания абстрактных концептов обусловлена тем, что оценочная сфера содержания концепта очень часто остается за рамками словарной статьи, будь то отрицательные эмоции либо положительные. Представленную особенность можно четко проследить на лексикографическом уровне, что проявляется в разнообразии дефиниций.

Каждый концепт можно охарактеризовать как относящийся к тому или иному домену, понимание концептов возможно только в

контексте данных доменов. Примечательным является то, что домен может быть любым видом концептуализации: концептуальным комплексом, сложной системой знаний. Концепт может поддерживаться как одним доменом, так и несколькими.

В содержании концепта ГЛУПОСТЬ четко прослеживается диалектика объективного и субъективного. В силу этого, как было уже неоднократно отмечено, очень сложно предписать мыслительной модели ГЛУПОСТЬ статус какого-то определенного вида концепта. Концепт ГЛУПОСТЬ является абстрактным, основным компонентом которого является эмоционально-оценочный компонент.

Согласно теории И.В. Чекулая, существует базовый уровень оценочной категоризации, сформированный основными категориально-ценностными семантическими образованиями, так называемыми базовыми ценностными доменами — INTEREST, MEANING, ORDER, RESULT (Чекулай 2006). По замечанию автора, описываемая система имеет лабильный характер, уровни ценностной категоризации условны, потому что оценка является достаточно гибким инструментом квалификации внешней по отношению к субъекту оценки действительности.

Концепт ГЛУПОСТЬ ориентирован на домен ORDER. Концепт ПОРЯДОК в обыденном понимании приближается к концепту НОРМА. В частности, ГЛУПОСТЬ является отклонением от нормы. Следовательно, концепт ГЛУПОСТЬ погружен в кроссовые ценностные домены с отрицательно-оценочным содержанием, а именно, DISORDER, UNUSUALNESS, STRANGENESS. Данные домены, являясь оценочными антиподами концептов ORDER, USUALNESS, дополняют их по принципу «аксиологического дуализма» (Чекулай 2006), и в свою очередь определяют особенности содержания изучаемого ментального образования ГЛУПОСТЬ.

Принимая во внимание способность концептов взаимодействовать друг с другом, представляется совершенно очевидным, что концепт ГЛУПОСТЬ пересекается с другими концептами, которые в свою очередь погружены в перечисленные домены.

На основании данных тезауруса Роже, наиболее авторитетных толковых, синонимических и дефиниционных словарей, а также с учетом рекуррентности лексем в фактическом материале, концепт ГЛУПОСТЬ может быть представлен следующей группой лексических единиц, относящихся к разным частям речи в современном английском языке: *stupidity (n)*, *stupidly (adv)*, *dull (adj)*, *dense (adj)*, *crass (adj)*, *dumb (adj)*, *fool (n)*, и дериваты *fool (v)*, *fool (adj)*, *idiot (n)* и дериват *idiotic (adj)*, *imbecile (n)*, *moron (n)*, *moronic*

(*adj*), *simple* (*adj*), *foolish* (*adj*) и дериват *foolishness* (*n*), *silly* (*adj*), *fatuous* (*adj*), *asinine* (*adj*), *folly* (*n*), *insanity* (*n*) и дериват *insane* (*adj*), *lunacy* (*n*) и дериват *lunatic* (*adj*), *psychosis* (*n*) и дериват *psychotic* (*adj*), *mania* (*n*), *dementia* (*n*) и дериват *dementedly* (*adv*), *mad* (*adj*) и дериват *madness* (*n*), *crazy* (*adj*), *besot* (*v*), *dupe* (*v*).

Лексические средства, репрезентирующие концепт ГЛУПОСТЬ в английском языке, отражают эмоционально-оценочные понятия. Их принадлежность к пласту оценочной лексики определяет не только наличие эмоционального компонента, но и главенствующую роль оценки в содержании самого концепта.

Человеку характерно выражать свое отношение эмоционально даже наедине с собой, по отношению к себе:

What a damned fool I was! (Мюэ, 2001: 155).

What an idiot I am! (BNC).

Абстрактные имена социальной направленности в сознании бытуют как слова, вербализующие концепты, которые могут быть представлены одновременно и как концепты-сценарии, и как схемы. К подобным мыслительным моделям мы относим анализируемый концепт ГЛУПОСТЬ.

Анализ фактического материала, а также учет доменов, поддерживающих концепт ГЛУПОСТЬ, позволяют представить содержание данного концепта в виде трех взаимосвязанных сегментов или когнитивных слоев:

1. Глупость как отклонение от медицинской нормы.
2. Глупость как отклонение от интеллектуальной нормы.
3. Глупость как отклонение от нормы поведения.

В основе каждого слоя лежит признак «отклонение от нормы». В структуре концепта мы выделяем два основных компонента – каузативный и эмоционально-оценочный. Наличие данных концептуальных компонентов прослеживается в каждом сегменте, что позволяет говорить о взаимодействии выделенных сегментов и об их единстве в составе концепта ГЛУПОСТЬ.

Как свидетельствуют языковые данные, глупость, воспринимаемая как отклонение от нормы, является одним из наиболее распространенных человеческих недостатков. Стоит отметить, что глупость позволяет выйти за рамки обыденности. Наличие глупости не оставляет нас равнодушными, она заставляет нас думать, сравнивать, анализировать.

На основе статей авторитетных толковых словарей, в которых представлены дефиниции лексем и их дериватов, вербализующих данный концепт, нами выявляются семантические признаки лексем-репрезентантов концепта ГЛУПОСТЬ. В качестве базовой языковой единицы, представляющей концепт в наиболее общем

виде, рассматривается имя прилагательное **stupid**. На основе данных словаря Вебстера, словаря синонимов Ю.Д. Апресяна, Crabb's English Synonyms, и ряда других словарей основные лексемы-репрезентанты изучаемого концепта были распределены на 5 синонимических групп.

Первая синонимическая цепочка по данным синонимических словарей определена следующим образом: **stupid, dull, dense, crass, dumb**. В основе данной группы лежит признак – «частичное отсутствие способности воспринимать чужие идеи и формировать собственные». Синонимический ряд **fool, idiot, imbecile, moron** обусловлен наличием семантического признака «умственно отсталый». На основании признака «частичное интеллектуальное отклонение», а также «отсутствие рассудительности и здравого смысла в суждениях и поведении» формируется следующая синонимическая группа: **simple, foolish, silly, fatuous, asinine, folly**. Синонимический ряд сгруппирован по признаку «серьезное умственное расстройство»: **insanity, lunacy, psychosis, mania, dementia, mad, crazy**. Объединение лексем **fool, besot, dupe** в последнюю группу мотивировано их общим признаком «одурачивание».

Анализ содержательных особенностей рассмотренных лексем, объективирующих изучаемый концепт, позволяет актуализировать его концептуальные признаки:

1. Отсутствие способности к мыслительной деятельности.
2. Плохая реактивность, заторможенность или неповоротливость мысли.
3. Ограниченность, косность ума.
4. Отсутствие рассудительности, пронизательности, здравого смысла в суждениях и поведении.
5. Отсутствие предусмотрительности, осторожности; неумение обдумывать заранее свое поведение.
6. Наивность, доверчивость.
7. Незрелость, инфантильность.
8. Невежественность.
9. Нелепость, бессмысленность, легкомысленность в поведении.

Обозначенный список признаков, характеризующих концепт ГЛУПОСТЬ, следует считать открытым, если принимать во внимание тот факт, что содержание концепта не может быть исчислено до конца. Являясь динамичной величиной, концепт постоянно пополняется новыми признаками и свойствами. Необходимо также учитывать и то, что концепт ГЛУПОСТЬ не имеет определенно четкого образа в индивидуальном сознании. Поэтому при

его анализе следует учитывать результаты индивидуального познания окружающего мира, что может способствовать выявлению новых концептуальных признаков.

Следующим этапом нашей работы явилось определение особенностей функционирования обозначенных синонимических рядов в рамках сегментов, выделенных в структуре исследуемого концепта ГЛУПОСТЬ. В фокус нашего внимания попадают единицы, представляющие различные классы слов, а также их словоформы и дериваты.

Данный когнитивный слой представлен, прежде всего, синонимической группой, в основе которой лежит признак «серьезное умственное расстройство»: *insanity, lunacy, psychosis, mania, dementia*. Перечисленные лексемы являются производными от названий умственных и психических заболеваний, которые характеризуются врожденным или приобретенным слабоумием, выражающимся в общем психическом недоразвитии с преобладанием интеллектуального дефекта и в затруднении социальной адаптации. Данный сегмент репрезентирован также лексемами синонимического ряда с общим признаком «умственно отсталый»: *idiot, imbecile, moron*.

Учитывая главное свойство концептов, их неизолированность, наличие данного когнитивного слоя в структуре изучаемого концепта ГЛУПОСТЬ свидетельствует о его взаимодействии с другими такими же, ориентированными на домены DISORDER, UNUSUALNESS, STRANGENESS, а именно СЛАБОУМИЕ, БЕЗУМИЕ, СУМАСШЕСТВИЕ.

Анализ фактического и научного материала также демонстрирует связанность концепта ГЛУПОСТЬ с такими концептами, как ГЕНИАЛЬНОСТЬ, КРЕАТИВНОСТЬ, ТАЛАНТ, которые в свою очередь, на наш взгляд, поддерживаются доменами системы оценочной категоризации DISORDER, UNUSUALNESS, STRANGENESS. Лексемы-репрезентанты концептов ГЕНИАЛЬНОСТЬ, КРЕАТИВНОСТЬ, ТАЛАНТ на оценочной шкале с семантическим комплексом «хорошо — плохо» занимают положительную зону со знаком « + » («это хорошо»). Следовательно, связь изучаемого концепта ГЛУПОСТЬ и названных концептов можно проследить в семантическом признаке «отклонение от нормы». При этом зачастую, как иллюстрируют многочисленные примеры, каузатором проявления ГЕНИАЛЬНОСТИ может выступать ГЛУПОСТЬ, обоснованная отклонениями от медицинской нормы.

This does raise an important point of debate in contemporary discussions about the relationship between *madness and creativity* (BNC).

Yet from the earliest times it has been suggested that the *insane* there is indeed a hint of genius and, by the same token, that originality demands a



degree of lunacy (BNC).

Among writers alone and even excluding those discussed in the present volume he concludes that all of the following were either schizophrenic or suffered from an affective psychosis: Strindberg, Baudelaire, Kant, Swift, Shelley, Johnson, Hölderlin, Donizetti, Conrad, Kafka, Coleridge, Schopenhauer, Barrie, Schiller, Crane, Chatterton, Rousseau, Tasso, Maupassant, Balzac, and Boswell (BNC).

Важно, что лексемы, номинирующие психические заболевания, в медицинском научном тексте употребляются как диагноз в связи с отклонениями, установленными в виде нарушений структурной и функциональной целостности головного мозга. В данном случае речь идет о психической болезни, которая, несомненно, требует специального подхода и анализа не с точки зрения соответствия или несоответствия принятым нормам поведения, а с точки зрения протекания болезни.

Стоит указать, что в медицинском тексте наблюдается нейтрализация эмоционального компонента. Обращение к данной лексике продиктовано тем, что значение рассмотренных лексических единиц, функционирующих в медицинском контексте, переносится при их употреблении в обыденной речи на психически здорового человека без умственных отклонений с целью его оскорбления, например:

Shut up, you *moron*," he told himself (BNC).

"Shut up, you prat, you *imbecile*," she shrieked again (BNC).

I'll have to go, you *idiot!* (BNC)

Рассматриваемый сегмент определяется следующими концептуальными признаками: отсутствие способности к мыслительной деятельности, плохая реактивность, заторможенность или неповоротливость мысли, ограниченность ума, отсутствие здравого смысла в поведении. На уровне данного сегмента прослеживается актуализация эмоционально-оценочного и каузативного компонентов. Каузативный компонент представлен как результат врожденной или приобретенной болезни мозга, что приводит к отклонениям от нормы.

### ***Глупость как отклонение от интеллектуальной нормы***

Данный сегмент в основном репрезентирован первой синонимической группой, выделенной на основе признака «частичное отсутствие способности воспринимать чужие идеи и формировать собственные»: ***stupid, dull, dense, crass, dumb***. К перечисленной синонимической цепочке примыкает лексема *slow*, способная имплицировать концептуальный признак «плохая реактивность, заторможенность или неповоротливость мысли». Лежащая в основе

класса прилагательных категория признаковости позволяет прилагательным именовать отдельные свойства или признаки предмета, что объясняет употребление перечисленных лексем в атрибутивной и предикативной функции.

Анализ фактического материала позволил заключить, что на уровне данного сегмента обозначенные синонимические лексем актуализируют проявление «глупости» при выполнении как простейших умозаключений, так и более сложных мыслительных операций:

This leads to the third repetition of the rule as he was so *stupid* (BNC).

They say they just couldn't find any signs of intelligence at all. Well I knew he was *dense*. But I shouldn't have believed that he was as *dense* as that (BNC).

Все синонимы могут употребляться с определяемым словом, выраженным неодушевленным существительным. В таких высказываниях (а они весьма частотны) глупость объекта проявляется посредством оценки продуктов его интеллектуальной деятельности, линии поведения:

Striking layouts attract the eye to *fatuous* articles and *dumb* stories (Goodman, EL).

It's another thing, people tend to make *crass* comments about or *crass* assumptions anyway (BNC).

They are also fogged by the *dumb* idea that we are just doing someone else a favour (BNC).

It was the worst period of my life, an extremely break, dreary, and *stupid* period (Tworkov, EL).

В узуальных сочетаниях *crass* + *stupidity* проявляется значение «высокой, полной степени», что не свойственно другим членам синонимического ряда *stupid*, *dull*, *dense*, *dumb*.

Terminal five on its own is complete madness, to say we're just gonna put it there and forget about everything else would be absolute *crass stupidity* (BNC).

Фактический материал показал, что глупость может проявляться как временное состояние индивида:

I'm sorry I'm so *slow* today; I didn't get much sleep last night (BNC).

Данный сегмент оказался наиболее объемным по содержанию. Он репрезентирован большей частью лексем всех обозначенных синонимических групп. Соответственно рассматриваемый сегмент вербализован именами, глаголами, наречиями.

### ***Глупость как отклонение от нормы поведения***

Глупость проявляется также на так называемом житейском уровне. Каждый человек может быть подвержен глупости, которая проявляется в различных ситуациях и обусловлена разнооб-

разными причинами. В обыденном сознании под пристальным вниманием в первую очередь находится поведение человека. Отсутствие нравственных и интеллектуальных параметров личности, проявляющееся в линии поведения, рассматривается представителями языкового общества как отклонение от нормы. Норма может быть представлена как точка отсчета, которая задается сложившимися в определенном коллективе стереотипами поведения, внешности, здоровья человека. Интересно отметить, что каждому в какой-то степени свойственно признавать свое собственное поведение той нормой, по отношению к которой определяются отклонения от нормы, которые прослеживаются в поведении, суждениях другого человека.

Учитывая эмоционально-оценочный и каузативный компоненты концепта, сегмент «глупость как отклонение от нормы поведения» может быть структурирован подсегментами.

Проявления глупости могут быть вызваны принятием алкоголя. Состояние алкогольного опьянения несовместимо с нормальным функционированием умственной деятельности, в результате чего человек ведет себя безрассудно, что вызывает осуждение со стороны окружающих. Соответственно в данном случае мы говорим о воздействии алкоголя как об одном из каузаторов проявления глупости.

There was no time, however, for him to develop such a fascinating, and probably futile thought; for as he stood waiting on the pavement outside the hotel entrance, a taxi drew up, and with the help of the driver a very drunken man staggered *stupidly* into the foyer (BNC).

В этом контексте прослеживается актуализация семантического признака «отклонение от нормы», характерного как для рассматриваемого сегмента, так и для концепта ГЛУПОСТЬ в целом, а также актуализируется дополнительный признак «смехотворность в поступках», который не был прежде выявлен в ходе дефиниционного анализа основных лексем-репрезентантов концепта.

The drunken *idiot* wandered into Vulcan's stable and got what he deserved (BNC).

В приведенном примере пьяный человек номинируется как *drunken idiot*, учитывая так же, как и в предыдущем примере, его движения, поведение, которые эксплицируют семантический признак «отклонение от нормы», в данном случае от нормы поведения. Стоит отметить, в данном предложении для характеристики поведения человека используется лексема *idiot*, в интенционале которой находится значение «who is mentally ill or mentally handicapped». Названная лексема репрезентирует сегмент «глупость как отклонение от медицинской нормы». За счет употребления

лексемы *idiot* гиперболически усиливается представление о поведении человека под действием, по-видимому, большого количества выпитого алкоголя.

Причиной глупости также является *страсть, влюбленность, любовь*, от которой глупеют. Под данную категорию может попасть любой, кто влюбляется, теряет рассудок и в результате ведет себя абсурдно. Любовь зачастую уподобляют безумию, сумасшествию, причиной которых это же сильное чувство и выступает. Достигается это использованием лексем, репрезентирующих в большей степени рассмотренный выше сегмент «глупость как отклонение от медицинской нормы». Таковыми являются имя *mad* и его слова-дериваты *madness, madly*, а также лексем *dementedly, crazy, crazed, imbecile, idiotic, mania*.

Funny, I wasn't *mad* at him any more (BNC).

Would you agree the ninety three of you, is that what characterises being in love, temporary *madness*, any other, no well what then (BNC).

Причина проявления глупости может сводиться к *недостатку знаний, образованности, либо неумению применить полученные знания и умения*, что приводит к актуализации концептуального признака «невежественность» наряду с оценочным компонентом концепта:

He was diffident, seemingly *fool*, declaring a lack of knowledge and ignorance of education and of teaching, and that he knew only what he had learned through his own work as a painter (BNC).

The dinner was worse: sitting gorging there for over an hour, with nobody but a damned *fool* of a fashionable woman to talk to! (Shaw, EL).

Каузатором глупости, проявляющейся в суждениях и соответственно в поведении, может выступать возрастная дифференциация. Принимая во внимание субъективный опыт и данные фактического материала, следует говорить об образе глупца, который является представителем либо молодого поколения, либо, наоборот, о том, кто достиг глубокой старости. Иными словами, подрастающему поколению характерно совершать глупые поступки в силу своей неискушенности, неопытности, необразованности, что влечет за собой примитивизм, поверхностность, наивность в суждениях:

I was *stupid* but I was very young (BNC).

Глупость может быть вызвана старостью, потому что старый человек не всегда способен достаточно быстро и адекватно оперировать получаемой информацией:

You are an old woman, Emily, and there is no *fool* like an old *fool* (Christy, EL).

На уровне подсегмента с каузатором возрастная дифференциация обнаруживаются дополнительные концептуальные при-

знаки: «отсутствие жизненного опыта», «неумение применять приобретенный жизненный опыт».

Глупость также может быть обусловлена *гендерной дифференциацией* объекта оценки. Наличие стереотипного мужского превосходства в социуме можно расценивать как причину оценки женского интеллекта и соответственно поведения как отклонения от нормы:

Women were *silly* creatures and should be at home with the washing machine instead of closing business deals (BNC).

What mugs men were! ...They were such *fools!* (Maugham 2001: 240).

Данный пример иллюстрирует отношение женщины к мужчинам.

В рамках подсегмента, характеризующегося *отсутствием осознанности поступка*, наблюдается экспликация эмоционально-оценочного компонента и отсутствие осознанности в неразумных поступках. Как известно, человеку свойственно совершать необдуманые поступки, последствия которых позволяют оценивать их как безрассудные, лишённые рассудительности, здравого смысла. Зачастую такое поведение сопряжено с риском.

Отсутствие четко выраженного каузатора глупости объяснимо, на наш взгляд, тем, что язык выполняет не только номинативную, коммуникативную, но и экспрессивную функцию. Говорящий имеет возможность выразить свое отношение к ситуации, собеседнику, знаку, наблюдаемым явлениям, оценить их. По тому, какое слово выбрал говорящий в качестве оценочного предиката для характеристики другого лица или предмета окружающей действительности, слушающий делает вывод об отношении говорящего к тому, о ком он ведет речь:

Fugitives were predictable the first hour after escape. They always needed the same thing. Usually, fugitives panicked on the street and did something *stupid*. Stole a car. Robbed a store. Used a bank card in desperation. Whatever mistake they committed, they quickly made their whereabouts known to local authorities (Brown, EL).

В данной ситуации описывается поведение человека, спасающегося бегством. Последовательность его действий характеризуется безрассудством, отсутствием предусмотрительности, осторожности.

NEVER PUT ANYTHING ON THE RAILWAY LINE – I don't think many of you would be *stupid* enough to do this but believe me it has been done and still is done quite often (BNC). С помощью использования сослагательного наклонения в конструкции *would be stupid enough to do this* говорящий предполагает о том, что глупые действия будут совершаться, несмотря на очевидную опасность как следствие игнорирования предупреждения об угрозе.

На уровне подсегмента с эмоциональной транспозицией оценочного содержания объект оценки номинируется «глупым», так как он является причиной раздражения субъекта:

If you read it, you read a clear, if unintended, exposition of why socialism is the most *idiotic political creed* ever taken seriously, and you could also discern a genuine, if sentimental, belief in the capacities of the people Labour was formed to represent, the British working class (BNC) – «идиотическое политическое мировоззрение, убеждение» является раздражителем для субъекта. Субъект расценивает его безрассудным.

Jane Cartwright's broken a leg on those idiotic steps (BNC). В данной ситуации вся ответственность за совершенный, по-видимому, опрометчивый поступок «переносится» на неодушевленный предмет — «идиотские ступеньки».

Рассматривается также ситуация *одурачивания*. В данном случае речь идет о взаимодействии концепта ГЛУПОСТЬ с концептом ОБМАН. Концепт ГЛУПОСТЬ может быть частично представлен как некий сценарий. Когнитивный сценарий глупости, связанной с ситуацией обмана, одурачивания кодируется следующими лексемами *fool* (n), *fool* (v), *dupe* (n), *dupe* (v). С позиций функционально-деятельностного подхода одурачивание, связанное с ситуацией обмана, можно интерпретировать как некий результат, в котором не представляется важным учитывать все предварительные стадии, соотносимые с целостной структурой деятельности. В связи с этим погашается сценарное содержание данного концепта. В процессе одурачивания активный участник (тот, кто обманывает, вводит в заблуждение) всегда преследует определенную цель, он всегда приходит к определенному результату:

Miss Harker wasn't just baffled, she was incensed that this chit of a girl should dare to make a *fool* of her in front of the whole class, but she managed to smother up her rage in tones of exasperated concern (BNC).

В данном предложении объектом насмешек оказывается учительница школы. Целью школьницы *this chit of a girl* вероятно являлось не столько осмеять учителя, сколько привести ее в ярость *she was incensed*. Однако женщине удалось сдержать свой гнев.

В рамках этого сегмента наблюдается тандем актуализированных компонентов концепта и его концептуальных признаков.

Концепт ГЛУПОСТЬ обладает коммуникативной релевантностью, так как он весьма широко представлен в языковой системе. Рекуррентность единиц, репрезентирующих анализируемый фрагмент номинативного поля концепта ГЛУПОСТЬ, отражает связь между актуальностью концепта для когнитивного сознания и его номинацией в коммуникативном процессе.

### Литература

Бочарова Е.Н. Особенности концептов абстрактной номинаций на примере концепта «глупость» в современном английском языке // Вестник Челябинского государственного университета. – 2007. – № 5. – С. 207-216.

Бочарова Е.Н. Концепт *глупость* в системе оценочной категоризации // Вестник Поморского университета. Сер. Гуманитарные и социальные науки. – Архангельск, 2007. – № 8. – С. 83-85.

Бочарова, Е.Н. Семантика *глупости* в произведении У.С. Моэма «Театр» // Единицы языка и их функционирование: межвуз. сб. науч. тр. – Саратов, 2006. – Вып. 12. – С. 194-198.

Бочарова Е.Н. Аспекты проявления *глупости* в произведении У.С. Моэма «Театр» // Единство системного и функционального анализа языковых единиц : материалы Междунар. науч. конф., Белгород, 11-13 апр. 2006 г. : в 2 ч. / под ред. О.Н. Прохоровой, С.А. Моисеевой. – Белгород, 2006. – Вып. 9, ч. I. – С. 90-93.

Бочарова Е.Н. Лексические средства объективации концепта «глупость» в английском языке // Человек и язык в поликультурном мире : докл. и тез. докл. на междунар. науч. конф., Владимир, 19-21 окт. 2006 г. : в 2 т. / Владимир. гос. пед. ун-т. – Владимир, 2006. – Т. 1. – С. 88-92.

Бочарова Е.Н. Феномен *глупость* в экстралингвистическом аспекте (в английской и русской культурах) // Проблемы ономазиологии и теории номинации : сб. материалов междунар. науч. конф., Орёл, 11-13 окт. 2007 г. : в 2 ч. / Орлов. гос. ун-т. – Орёл, 2007. – Ч. II. – С. 87-91.

Бочарова Е.Н. «Глупость» как отклонение от нормы // Диалог языков и культур: теоретический и прикладной аспекты : сб. науч. ст. / сост. и отв. ред. Т.С. Нифанова; Помор. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск, 2007. – Вып. 2. – С. 143-146.

Бочарова Е.Н. Неадекватность словарного описания абстрактного имени (на примере репрезентации концепта «глупость» в современном английском языке) // Филологические этюды : сб. науч. ст. молодых ученых : в 3 ч. / Сарат. гос. ун-т. – Саратов, 2008. – Вып. 11, ч. III. – С. 3-8.

Чекулай И.В., Бочарова Е.Н. Проблемы моделирования содержательной структуры концепта «глупость» в современном английском языке // Вестник РУДН. Сер. Лингвистика. – М., 2007. – № 4. – С. 42-46.

**В.М. Радван  
(Астрахань)**

### COOL

Целью данного исследования является характеристика концепта «cool» в американской лингвокультуре. В основу выполненной работы положена следующая гипотеза: 1) концепт «cool» представляет собой этноспецифический регулятив поведения, 2) этот концепт обладает системой языковых средств обозначения и выражения, 3) данный концепт характеризуется особой зна-

чимостью для лингвокультуры США.

Материалом исследования послужили данные толковых, энциклопедических словарей, словарей синонимов, фразеологизмов и сленга, тексты художественной литературы, скрипты фильмов, интернет-источники, а также ответы информантов. В качестве единицы анализа рассматривался текстовый фрагмент, в котором обозначен или выражен исследуемый концепт. Всего проанализировано около 6000 текстовых фрагментов.

Концепт «cool» является этноспецифическим концептом, т.е. ментальным образованием, актуальным для этнокультуры в целом. Главными особенностями таких концептов являются ценность выражаемых ими признаков для определенной лингвокультуры и наличие имени концепта, трудно переводимого на другие языки.

Концепт «cool» относится к непараметрическим концептам-регулятивам, которые выражают оценочный кодекс лингвокультуры в концентрированном виде. Он представляет собой сложное единство признаков достойного поведения человека в определенной ситуации, в частности затруднительной. Например, в американском обществе не принято жаловаться на жизнь, ждать сочувствия, показывать свое плохое настроение из-за неприятностей и проблем и выставлять напоказ слабость, принято соблюдать психологическую дистанцию в повседневном общении. Несдержанность в проявлении отрицательных эмоций считается дурным тоном, признаком незрелости.

Ведущей стороной этноспецифических концептов-регулятивов является ценностный компонент, включающий ценности (высшие ориентиры) и нормы поведения.

Нормами поведения американского общества в рамках изучаемого концепта являются: повышенное стремление к самообладанию, осторожность в выражении эмоций, главным образом негативных, умение контролировать свои мысли и чувства, положительное отношение к окружающему миру.

Эмоциональная культура США, зародившаяся еще в XIX веке и основывающаяся главным образом на культуре поведения англичан, предписывала особые нормы поведения в семье и обществе. Предпочтение всему английскому отдавалось вплоть до 60-х годов XX века. Это явление получило название «англоконформизма» (Anglo-Conformity). Во второй половине XX века в результате перемен в жизни американского общества (рост корпоративного управления, потребительства, большая обеспокоенность состоянием здоровья) стиль поведения и выражения чувств и эмоций претерпевает значительные изменения.



Носители викторианского стиля поведения тоже отрицательно оценивали стихийное неконтролируемое проявление эмоциональности, считая его знаком плохого воспитания, незрелости и реальной угрозой для человека и общества. Однако они рассматривали некоторые эмоции (гнев, ревность) в качестве источника энергии в работе на производстве и в политике и необходимого фактора в семейной жизни (страх, открытое проявление любви). В соответствии с новым стилем поведения, полностью закрепившимся к 1960 году, необходимо было сохранять спокойствие и беспристрастность в выполнении своих обязанностей (избегать проявлений гнева, ревности, зависти, слабости и страдания), а также найти каналы для выхода эмоций, не затрагивающие душевное состояние других людей (юмор, спорт).

Концепт «cool» сочетает в себе нормы поведения, направленные на достижение внутреннего психологического равновесия и на избежание столкновений с другими людьми.

На сегодняшний момент можно говорить о двух главных слоях концепта «cool». Первый и главный слой, включающий признаки эмоционального контроля, отчужденности, храбрости, опасности и непокорства (*detached, aloof, keeping façade of rebellion and toughness*), является наследием британской культуры (так как эмоциональная сдержанность, невозмутимость и выдержка являются чертами английского национального характера). Второй слой концепта, образовавшийся на основе первого, связан с выражением положительной оценки, одобрения и восхищения и своим появлением обязан афроамериканскому составу населения США.

Оба слоя изучаемого концепта являются актуальными в настоящее время, однако имеют место возрастные особенности. В результате опроса американцев в возрасте от 17 до 45 лет выяснилось, что в сознании молодого поколения новый образ, ассоциирующийся с «cool» – это общительный, трудолюбивый человек приятной наружности, хорошо одетый, чувствующий себя комфортно в любой ситуации, знаток моды. Старшее поколение связывает данный концепт с образами людей, которые умеют контролировать себя, не позволяют ситуации взять верх над ними, не отступают от своих убеждений и открыто выступают против несправедливости в жизни (образы Джеймса Дина, Марлона Брандо). Оба поколения отмечают, что человека можно назвать «cool», если с ним приятно общаться (*he possesses socially desirable characteristics*), а также все, что тебе нравится и есть «cool» (*I like it, therefore it's cool*).

Развитие концепта «cool» в американской лингвокультуре при-

ходится на 30-е годы XX столетия. До этого времени лексическая единица «cool» использовалась главным образом в значениях *dispassionate, relaxed and calmly audacious* (бесстрастный, спокойный и отважный), главным образом, являясь метафорой эмоционального контроля и сдержанного проявления эмоций. В 30-е и последующие годы благодаря активному использованию данной единицы афроамериканцами, «cool» становится элементом сленга, объединяя в себе признаки пронизательности, беспристрастности и контроля – *knowingness, detachment, control*, а также представления о непокорности и бунтарстве, что лежит в основе современного понимания концепта «cool» и отличает его от других сленговых выражений, выражающих одобрение и положительную оценку.

Уникальность реализации данного концепта в сленге заключается не только в его нечеткой обозначенности в языке, но и в том, что он до сих пор закреплён в языке и широко употребляется не только носителями английского языка.

В 1940-е годы получило распространение явление «cool pose» – механизм защиты против расизма белых в афроамериканской культуре (поведение человека мудрого, сдержанного, самодостаточного и уверенного в себе), понимание которого впоследствии было заимствовано «битниками» — представителями «разбитого поколения». Для них, *to be cool – to be in charge, unfazed by the bullshit of life* (держат все под контролем, не поддаваться и не реагировать на причуды жизни); *to be not frantic, not overblown* (не безумствовать, не быть напыщенным). Именно благодаря «битникам» в семантике концепта «cool» появились признаки привлекательности, стиля и искусственности, и он перешел из среды джазовых музыкантов в массовое использование представителями американского общества 50-60-х годов (mainstream).

Широкое распространение конфликта отцов и детей способствовало окончательному и всеобщему признанию афроамериканского, а позднее «битниковского», «контркультурного» понимания концепта «cool» представителями американской культуры, добавив к нему идею непокорности и бунтарского духа (rebelliousness). В понимании подростков быть «cool» – быть известным и популярным в школе, преуспевать во всем, что ты делаешь, для чего необходимо обладать сексуальной привлекательностью (sex appeal), чувством стиля (stylishness), умением преподнести себя, быть уравновешенным и держать ситуацию под контролем: *In reference to drinking alcohol: when you're that young you do it to be cool. – О спиртном: когда ты так молод, ты делаешь это, чтобы быть крутым.*

В 80-х годах концепт «cool» находит свое выражение в рекламной деятельности компаний, который считают, что его необходимо изучать в качестве идеи производства товара, который помогал бы людям соответствовать образу «cool». Эта идея способствует большему распространению значения «cool» в качестве положительной оценки: *It is cool if you don't want to talk about it (www)*. – *Хорошо, мы не будем говорить об этом, раз ты не хочешь*.

Концепт «cool» интересен не только своей уникальностью и своеобразным развитием в американской культуре (что только подтверждает его этнокультурную специфику), но его интенсивной экспансией в другие культуры (во французскую, немецкую, китайскую, русскую).

В русской лингвокультуре данный концепт является молодежным и находит соответствия в молодежном сленге: «классный, крутой, клевый».

Далее с помощью семантического анализа ключевой лексемы «cool», ее производных, синонимов и антонимов в работе фиксируются обязательные признаки концепта «cool» и строится когнитивная модель концепта «cool» в виде двухуровневого фрейма (фрейм как структура, организующая лексику, обозначающую концепт «cool», и фрейм как набор типичных ситуаций поведения в соответствии с нормой «cool», а также в случаях нарушения этой нормы). Главными для понимания концепта регулятива поведения мы считаем следующие комплексы значений лексемы «cool»: 1. самообладание, контроль над эмоциями; 2. пронительность, зрелость; 3. стильность, привлекательность; 4. позитивное отношение, одобрение.

Концепт «cool» очень ярко представлен в английском языке. Наличие многочисленных синонимов и антонимов у данной единицы выступает критерием актуальности концепта «cool» в сознании носителей языка. Основные характеристики соответствия поведения требованиям, заложенным в семантике концепта cool, сводятся к следующим признакам: *calmness*, *спокойствие*, *confidence* / *уверенность*, *wisdom* / *мудрость*, *courage* / *смелость*, *enjoyment*, *happiness* / *умение радоваться жизни*, *kindness* / *доброта*, *reasonableness* / *благоразумие*, *emotional neutrality* / *нейтральность в проявлении эмоций*, *detachment* / *беспристрастность*, *endurance* / *выносливость*, *caution*, *prudence* / *осторожность*. Важнейшие отклонения от норм поведения, заданных данным концептом, отражены в следующих признаках: *anxiety*, *excitement* / *беспокойство*, *hesitation* / *колебание*, *imprudence* / *недальновидность*, *cowardice* / *трусость*, *annoyance* / *раздраженность*, *pessimistic attitude* / *пессимизм*, *unreasonable-*

*ness / неблагоприятие, emotionality / чрезмерная эмоциональность, weakness / слабость, disapproving attitude / неодобрительное отношение ко всему.*

Действие, выраженное глаголом «cool» характеризуется следующими признаками: *успокоение, смягчение, контроль, ослабление, ограничение, расслабление, уменьшение напряжения, прекращение.* Все эти признаки можно объединить таким понятием как «контроль», а так как контроль непосредственно выражается в действиях, то частью фрейма «cool» выступают глаголы, с семами «контроль», «ограничение», «прекращение», «запрет», а также «выхода из под контроля»: *глаголы смягчения* (боли, горя, волнений): *alleviate, conciliate, ease, fill, lighten, placate, propitiate, quiet, relieve, soften, soothe; глаголы подавления* (интенсивности чувств, эмоциональности), *успокоения: abate, assuage, chill, comfort, lessen, moderate, reduce, regulate, rein, relax, repress, restrain, tranquilize; глаголы сдерживания* (гнева, ревности, горя, страха и т.д.): *bind, bottle up, confine, constrict, cork, curb, hold back, hold down, withhold; глаголы контроля* (чувств, эмоций, ситуации): *adjust, constrain, contain, control, curb, govern, master, subdue; глаголы сохранения равновесия* (психического, эмоционального): *balance, ballast, maintain, poise, secure, set, settle, uphold; глаголы сокрытия* (эмоций, чувств): *bury, cache, conceal, cover, disguise.*

Соответственно, был составлен список глаголов, обозначающих нарушения нормы «being cool»: *глаголы беспокойства, тревоги: aggravate, bother, disappoint, disgruntle, exasperate, frustrate, perplex, trouble, vex, worry; глаголы, обозначающие выход ситуации, чувств из-под контроля: go crazy, rage, step up, throw a fit; глаголы усиления чувства, напряжения, тревоги: agitate, amplify, enhance, enlarge, inflame, increase, intensify; глаголы нарушения баланса: break down, disbalance, discompose, unsettle, worry; глаголы выпуска эмоций, чувств: express, free, liberate, release, vent.*

Характеристики, выделенные в результате анализа лексического материала нашли отражение во фразеологическом фонде английского языка и были дополнены новыми признаками и оценочными характеристиками. Фрейм «cool» дополняется следующими признаками: 1. положительно оцениваемые признаки: *мужественность: врожденная и приобретенная, надежность, терпение, упорство, совесть, готовность ко всему, сохранение репутации, неконфликтность, умение рисковать обдуманно, умеренность во всем, целеустремленность, победа;* 2. отрицательно оцениваемые признаки: *покорность, жалость, неумение расслабляться, пессимизм, неспособность найти выход*

из трудного положения.

Фразеологизмы, в состав которых входит лексическая единица «cool» (*to keep one's cool* — сохранять невозмутимость; *cool hand, cool head, cool-headed* — невозмутимый, спокойный, хладнокровный, сдержанный человек; *cool, calm and collected* — быть невозмутимым, спокойным и собранным; *to play it cool* — действовать спокойно, хладнокровно; *cool as a cucumber* — быть очень спокойным и храбрым; не нервничать, не волноваться, не тревожиться, быть собранным), отражают положительно оцениваемые признаки: *невозмутимость, контроль, хладнокровие, спокойствие, выдержка, собранность, сдержанность, надежность, благоразумие*, а также признаки нарушения норм «cool» (*to blow one's cool/ to lose one's cool* — выйти из себя, потерять самообладание).

Наибольшую представленность во фразеологическом фонде английского языка получают следующие характеристики: 1. *упорство в достижении положительного результата/цели*: *stick to one's colours* — упорствовать, стоять на своем, остаться до конца верным своим убеждениям; *stand foursquare to all the winds* — не уступать, держаться твердо, доводить дело до конца/ не бросать все на полпути; 2. *умение рисковать, но обдуманно*: *go it blind* — действовать вслепую, *take a bear by the tooth* — бесцельно рисковать; 3. *сохранять спокойствие/равновесие — успокаиваться*: *take smth in good part* — принимать спокойно, не обижаться; 4. *оптимизм*: *keep one's spirits, never say die* — не падать духом, не унывать; 5. *сохранения лица/репутации*: *hold one's own* — не ронять своего достоинства; 6. *вспыльчивость/раздражительность (short fuse)*: *hot under the collar* — рассерженный, взволнованный, *go off like a rocket* — вспылить, вспыхнуть, взорваться; *stick pins into smb* — раздражать, досаждать, докучать кому-л.; 7. *неумение владеть чувствами / сдерживаться*: *probboltatsya* — проболтаться — *crack the bell/spill the beans*; *распустить нюни* — *turn on the waterworks*; *go to town* — проявлять несдержанность, выходить из границ, дать волю чувствам, *whip one's weight* — с готовностью ввязываться в драку; 8. *покорность*: *lose heart/whip the cat* — впасть в уныние; такой человек не является хозяином самому себе — *not to be able to call one's soul one's own*; 9. *падать духом при столкновении с трудностями*: *fall by the wayside* — бросить дело на полдороге из-за постигшей неудачи.

Образно-перцептивные характеристики устанавливаются посредством опроса информантов и на основе анализа сочетаемости его имени с именами других концептов.

Результаты опроса американцев позволили составить образ человека, соответствующего характеристикам концепта «cool», и

выявить неоднозначность понимания данного концепта разными социальными и возрастными группами.

В сознании американских детей (8-12 лет) концепт «cool» связан с человеком, который не похож на других внешне и/или умеет делать то, что не всем под силу, т.е. выступает из толпы. Они отмечают такие качества, как *спокойствие, щедрость, доброта и общительность*. *Внешний вид*, в частности одежда и прическа, играет важную роль для определения юными американцами, относится ли человек к категории «cool». Дети больше употребляют слово «cool» в качестве положительного оценочного слова, выражающего согласие и одобрение, которое является наиболее актуальным для них слоем данного концепта.

В качестве информантов выступили 140 человек, проживающих в США, в возрасте от 17 до 45 лет. 49% сочинений описывают мужчин в качестве носителей характеристик «cool», в 18% случаях описываются женщины, и в 33% анкетах говорится об общих признаках, которыми должны обладать люди, стремящиеся быть «cool» независимо от пола. В последнюю группу также входят описания мест и занятий, получивших оценку «cool». Например, для того чтобы быть «cool», необходимо жить в большом городе. Одним из самым распространенных примеров является Нью-Йорк, главным образом потому, что Нью-Йорк считается столицей мира, центром делового мира, искусства, моды. Самые часто называемые виды деятельности, получившие характеристику «cool» — музыка и спорт. Быть музыкантом — значит отличаться от остальных, иметь необычную, стильную одежду, макияж, прическу, быть уверенным в себе, влиять на настроение людей своей музыкой, быть знаменитым, вызывать восхищение и желание подражать (Miles Davis, Bob Dylan, Beatles, U2). Спорт занимает важное место в жизни американцев. Они считают, что человек, который добивается успеха в спорте, успешен в деловой и личной жизни. Спорт закаляет характер человека и именно в спорте этот характер и проявляется.

Отмечается склонность молодых представителей американской лингвокультуры (в возрасте 17-22 лет) соотносить «cool» с внешней сферой человека. Чтобы быть «cool», следует уделять больше внимание своей внешности, одежде и другим аксессуарам, помогающим создать «image of a cool person»: *Cool is when you walk around with sunglasses on and a cell talking with your nose in the air (M, 19)*.

Информанты постарше (в возрасте 23-45) больше ценят внутренние качества человека, то есть соотносят «cool» с внутренней сферой человека, с осознанием самого себя как личности. Они

отмечают необходимость быть уверенным в себе (но не самоуверенным), иметь чувство собственного достоинства: *People who stay true to themselves and aren't always following the crowd are those who are cool to me. Those who know the right thing to say in any given situation, who people look to for some sort of guidance (M, 25).*

В 10% сочинений информанты дают примеры из книг, 30% описывают ситуации из жизни и простых людей (родственников, друзей, коллег, посторонних людей, которые выделяются силой волей, твердостью характера, о которых они услышали или прочитали в новостях). В 60% сочинений приводятся эпизоды из фильмов, и воплощением «cool» выступают главные герои боевиков, эпических драм, триллеров и приключенческих фильмов. Наиболее популярные образы, так называемые «icons of cool» – Джеймс Бонд, супергерои (Супермен, Бэтмен, Человек-паук), актер Джеймс Дин, Фонзи.

Фонзи (Fonzi), персонаж телевизионного шоу 70-х годов «Нару Days», являлся и до сих пор является «a cool guy». Он сочетает в себе внешние и внутренние качества, являющиеся признаками концепта «cool». Он носит черную кожаную куртку, волосы «зализаны» назад, ездит на мотоцикле. Он красив, умен, уверен в себе, сохраняет самообладание в любой ситуации, всегда в форме, немногословен. Все женщины от него без ума, все мужчины ему завидуют и в тайне мечтают быть таким, как он:

*He would never wear anything like a sweater because that would be wimpy. He would never back down from a confrontation. What makes him cool is the way he presents himself (M, 22).*

Самым популярным примером и олицетворением (the epitome) «cool», является агент 007 Джеймс Бонд. Он сочетает в себе все характеристики концепта «cool»: *James Bond is put into so many dangerous and deadly situations as a spy and yet he always manages to look cool and calm. Nothing ever seems to bother him, and he always is in control of the situation (or at least appears that way). The way he dresses in designer clothes and drives the fastest cars is another example of how cool he is. He knows exactly what is at the top of fashion and sets the trend for others to follow. Every man that encounters him wants to be James Bond because he is cool. He always manages to smooth-talk his way out of any problem and ends up with the beautiful girl (or two) by the end of the movie. It doesn't matter if he's in England, China, Russia or the US, James Bond makes himself at home and dominates the situation. A man of few words and decisive actions. He shows no emotion – no fear, happiness, hatred – he always remains cool, calm and collected (F, 29).*

В результате опроса мы выяснили, что женщина оценивается как «cool», когда она умеет преподнести себя, красиво и стильно выглядит и имеет положительное отношение к окружающему миру: *I always think of Meg Ryan and Kate Hudson as cool. They always wear*

*the best clothes, meet the best people and have a positive personality (F, 20);* когда она ведет себя наравне с мужчинами, выполняет задачи, которые под силу только стойким людям с твердым характером, и при этом не перестает быть женщиной: *Princess Leia, from the movie Star Wars. She's still a teenager and she's an ambassador to the Galactic Senate. More than that, though, she's a leader in the rebellion, and tougher than most men. She doesn't give up her ideals, even in the face of torture. Plus, her hair and lipstick NEVER get messed up (F, 37).*

Таким образом, образно-перцептивные характеристики концепта «cool» в американской лингвокультуре можно представить следующими признаками: 1) мужчина, средних лет, привлекательной наружности, стильно или опрятно одетый, в черных очках или с непроницаемым взглядом; 2) женщина, молодая или среднего возраста, привлекательная, стильная, оптимистка, сочетающая мужские и женские черты характера, хорошая мать, жена; 3) следующие признаки относятся к человеку в целом, независимо от пола: спокойный, уверенный в себе, смелый, умный, находчивый, верный своим идеалам и убеждениям, целеустремленный, имеющий здравый смысл, остающийся собой в любой ситуации, объект подражания и восхищения, интересный в общении, открытый, честный, уравновешенный, контролирующий свои эмоции, но не лишенный их, имеющий способность оказывать положительное влияние на людей, делающий все возможное, чтобы помочь людям и изменить мир к лучшему.

Анализ анкет русских респондентов показал, что признаки концепта «cool» представленные в их ответах, совпадают с характеристиками, представленными в анкетах американских информантов частично (сильный дух, контроль эмоций, умение реализовать себя в жизни, выделение из толпы, умение владеть собой в критической ситуации, хладнокровие, оптимизм). Однако наполняемость концепта неодинаковая, что объясняется тем, что концепт «cool», один из ключевых концептов американской лингвокультуры, является чуждым, заимствованным концептом в русской лингвокультуре; он главным образом воспринимается русскими респондентами в соответствии с нормами и установками, навязываемыми американской поп-культурой, а именно художественными фильмами и музыкой. Русскими соответствиями «cool» являются единицы «клевый, крутой, классный», но только в направлении положительной оценки.

Также как и американцы, русские чаще всего приводят примеры их художественных фильмов (60%); женщина как носитель характеристик «cool» описывается реже, чем мужчина. В американских анкетах признак привлекательности, красивой ухоженной внешности – неотъемлемая часть нормы «cool», а в опросе рус-



ских информантов он не является обязательным. Русские респонденты больше ценят внутренние духовные качества человека и меньше внимания уделяют внешности. В целом, в обеих культурах прослеживается желание подражать образу «cool».

Итак, образом, соответствующим характеристикам концепта «cool», по мнению русских информантов, является мужчина, реже женщина, хорошо одетый, умеющий контролировать свои чувства и эмоции, но не сухой и черствый, готовый на самопожертвование ради большого чувства или близкого человека, добрый, уникальный в своем роде, умеющий заинтересовать людей, способный на хладнокровные действия, не причиняющие вред другим людям, оптимистично смотрящий на жизнь.

В текстах художественной литературы языковая единица «cool» употребляется в основном в четырех направлениях значений: 1а) контроль над эмоциями, самообладание, сдержанность, 1б) несдержанность, неспособность контролировать выход эмоций и чувств, 2) холодность, равнодушие, высокомерие по отношению к людям, 3) хладнокровие и расчетливость, получающие отрицательную оценку, 4) выражение одобрения или согласия.

Слово «cool» обладает широкой сочетаемостью: *cool smile, cool eyes; cool glance, cool laughter, cool response, cool assertion*; и главным образом употребляется для характеристики внутреннего состояния и отношения человека к окружающему миру: *I lay there for a minute **recovering my cool** and then headed for the back door (www)*. – Минуту я лежал там, приходя в себя, а затем направился к запасному выходу. В данном случае «cool» приравнивается к понятию «self», что потерять «cool» – все равно, что потерять сознание.

Для американской лингвокультуры характерно описание внешней невозмутимости, за которой могут разгораться страсти:

*She had forgotten how good-looking he was, the intriguing way he managed **to appear cool on the surface**, nonetheless conveying an impression of passion ready to be ignited at a moment's notice (www)*.

Контекстуальное осмысление концепта «cool» в текстах художественной литературы выявляет следующие комбинации сочетаемости: cool → approval (одобрение); cool → determination (решительность); cool → calm, collected (собранность); cool → professionalism (способность выполнять свои обязанности несмотря ни на что); cool → accomplishment (нахождение верного решения); cool → trust (доверие); cool → natural (естественность); cool → caution (осторожность); cool → sexuality (сексуальность); cool → maturity and immaturity (зрелость и незрелость); cool → непостоянство (приобретенное качество): отмечается врожденный и демонстративный (маска на время) характер образа «cool». *When we first started we were sick of the way many groups would **adopt a***

**cool persona for interviews (www).** – Когда мы только начинали, нас бесило, что многие группы создавали искусственный образ специально для интервью.

Оценочные характеристики концепта «cool» устанавливаются на основе анализа паремиологических единиц, афоризмов и оценочных суждений.

Выявленная ценностная составляющая концепта «cool» в американской лингвокультуре указывает на существенную значимость данного явления в американском обществе.

На основе анализа паремиологических единиц были выявлены следующие нормы поведения: 1) «несчастья испытывают и заключают человека»; 2) «следует переносить трудности с улыбкой»; 3) «если человек сильно захочет чего-то добиться, ему это удастся»; 4) «нельзя полагаться на чувства»; 5) «необходимо уметь управлять собой»; 6) «необходимо быть осторожным»; 7) «стараться избегать неоправданного риска»; 8) «необходимо уметь предусмотреть и предвидеть»; 9) «не следует ничего бояться»; 10) «следует быть смелым»; 11) «не следует конфликтовать, лезть на рожон», «лучше все решить мирным путем»; 12) «умеренность должна быть во всем»; 13) «достичь чего-л. в жизни можно действиями, а не словами»; 14) «все зависит от самого человека»; 15) «следует быть сильным человеком»; 16) «не следует выходить из себя: сердиться, раздражаться»; 17) «не следует колебаться, необходимо быть уверенным»; 18) «не следует слишком много волноваться»; 19) «необходимо надеяться на лучшее», «быть оптимистом»; 20) «нельзя падать духом ни при каких обстоятельствах»; 21) «не следует торопиться в делах»; 22) «следует быть терпеливым»; 23) «необходимо всегда оставаться человеком».

Концепт «cool» широко представлен в афоризмах и оценочных суждениях такими признаками, связанные с соблюдением и нарушением нормы поведения «cool», как *страх/fear* (страх – опасен и разрушителен для внутреннего мира человека; чтобы избавиться от страха, необходимо встретиться с ним лицом к лицу); *смелость/courage* (смелость есть у всех, но порой она проявляется только в момент критической опасности: для реализации себя как личности следует быть смелым); *уверенность / confidence* (уверенность в себе необходима; при желании уверенность можно развить в себе), *эмоциональный контроль / emotional control* (все под силу человеку, который умеет контролировать себя; по отношению к другим людям нужно выражать только положительные эмоции; чрезмерное проявление негативных эмоций вредит здоровью; улыбка помогает человеку пережить

трудности), *сила/strength* (следует иметь чувство собственного достоинства, быть сильным духом), *self* (необходимо уважать себя; следует полагаться только на себя, верить в себя), *успех/success* (чтобы добиться успеха, необходимо много работать, уметь контролировать себя, иметь цель, любить то, что делаешь, уметь проигрывать).

Особое внимание уделяется умеренности в проявлении чувств и качеств, предполагаемых данным концептом, а именно в проявлении вспыльчивости и сдержанности (оставаться восприимчивым), разумности и безрассудства (быть осторожным, но сохранять решимость), смелости и трусости (быть уверенным в себе, но не нахальным и дерзким). *Hot heads and cold hearts never solved anything (Unknown)*. – Люди вспыльчивые и с холодным сердцем никогда ничего не добились.

Кроме того, речь идет о том, что характеристики «cool» могут быть присущи человеку, а могут быть активизированы им только в момент смертельной опасности и другой ситуации, ставящей под угрозу жизни людей.

Наибольшую представленность в афоризмах получают следующие признаки: выдержанность, осмотрительность, сильный дух, смелость, уверенность в себе, чувство собственного достоинства, здравый смысл, установка на успех, умение проигрывать.

Нормы поведения, заложенные в лингвокультурном концепте «cool» являются доминантными для типажа «американский супермен» и благодаря этому типуажу тиражируется в стереотипах поведения, как американцев, так и представителей других культур. Лингвокультурный типаж понимается как образ представителя соответствующего сообщества, который является узнаваемым по присущим ему вербальным и невербальным характеристикам.

Типаж «американский супермен» относится также к модельным личностям, так как он выступает образцом для подражания.

Образом для создания данного лингвокультурного типажа послужил Супермен – персонаж, сперва появившийся в американских комиксах двадцатого века, а затем основанных на них радио- и телесериалов, а также нескольких художественных фильмов.

Супермен получил свое имя от *Übermensch* – понятия, обозначающего идеал человечества, которые впервые ввел в употребление немецкий философ XIX века Фридрих Ницше в своей книге «Так говорил Заратустра». С немецкого на английский язык это понятие переводилось «overman, beyond man». Это идеальный человек, который посредством творчества и целостности может переступить пределы добра и зла и является целью чело-

веческого развития, ради которого люди должны быть готовы пожертвовать всем. Слово «*übermensch*» появилось в английском языке в названии пьесы Джорджа Бернарда Шоу «Man and Superman». В качестве супергероя Супермен появляется в 1938 году во время Великой депрессии.

Английские и русские словари трактуют это понятие следующим образом: *Superman – a man of exceptional strength or ability (COD); a person who has greater strength, ability, intelligence, etc. than other humans (CIDE); a person of extraordinary or superhuman power of achievements.*

*Супермен – человек, обладающий какими-либо выдающимися качествами (силой, красотой, богатством и т.п.; обычно герой детективов, кинобоевиков и т.п.): известный супермен, выглядеть суперменом, играть супермена; ирон. человек, который считает себя стоящим выше других; суперменка. разг. (БТС).*

Несмотря на сходство дефиниций содержание концепта «супермен» в американском и русском обыденном сознании не совпадает, так как в русском сознании «супермен» ассоциируется со всеми супергероями американского происхождения независимо от того, обладают ли они сверхъестественными способностями или являются простыми людьми. В английском языке значение слова «супермен» уже, и американские информанты склонны назвать им героя комиксов и фильмов – Супермена/Кларка Кента. Поэтому мы предположили, что эквивалентом русского концепта «супермен» является американский концепт «superhero».

В русской лингвокультуре существуют два образа, связанные с пониманием типажа «супермен»: вымышленный образ, продиктованный массовой культурой, и более уникальный образ с богатым духовным миром.

Американские супергерои являются своего рода мифологическими героями американской культуры; воплощением американской мечты – самосовершенствования. Например, Питер Паркер из «Человека-паука», худенький и робкий паренек, благодаря силе науки превращается в супермена / супергероя.

В своей деятельности супергерои руководствуются кодексом поведения, выраженного концептом «cool» (самоконтроль, смелость, выносливость, уравновешенность, уверенность, превосходство, отличительность, одобрение).

На основе анализа теоретических источников, анкет американских респондентов, а также просмотра американских кинофильмов, были выделены следующие составляющие типажа «американский супермен»: средний возраст, отличительная внешность (наличие уникального костюма); двойственная лич-

ность (double identity), одна из которых секретная; наличие сверхспособностей; преследование благородной цели, борьба со злом силами добра; сложные отношения с противоположным полом; сложная, опасная ситуация, в которой проявляются качества героя; источник супергероизма; немногословность и красноречивость.

Отличие супермена от героя главным образом заключается в том, что герой должен не только совершать подвиги, но и обладать благородными качествами (noble). Таким образом, героизм – это нравственная категория. Супермен – это исключительно яркий человек, имеющий достоинства и слабости, руководствующийся благородными принципами и ценностями и достигающий достойных результатов. Супермен оценивается более субъективно, чем герой. Подвиги героя могут остаться незамеченными, супермен всегда действует напоказ.

В результате анкетирования представителей американской лингвокультуры мы выяснили, что супергероев считают, хотя и не единогласно, «cool», из-за их вымышленности. В сознании американцев признаки «cool» более реальны, необходимы и пригодны для обычной жизни.

На наш взгляд, отсюда появилось новое ироничное использование слов «супермен» и «супергерой»:

*Taking more or extra vitamins will neither make you into Superwoman or Superman, nor speed your rate of weight loss.*

*You get to dance with me, as well as meet Superman!*

Если «супермен» всегда оценивается как «cool», то мы не можем сказать, что человек, охарактеризованный как «cool», всегда является «суперменом». Как показало наше исследование, концепт «cool» включает в себя огромное количество признаков достойного и недостойного поведения человека. Супермен строит свое поведение так, чтобы оно оценивалось положительно. Ему не свойственно нарушать кодекс поведения «cool», так как в противном случае он перестанет быть предметом восхищения и подражания.

Подведем основные итоги.

1. Конститутивными признаками этноспецифических концептов являются их ценностная приоритетность для данной лингвокультуры и описательное толкование имени концепта при переводе на другие языки. Концепт «cool» является этноспецифическим американским регулятивом поведения, получившим широкое распространение в современной лингвокультуре США и импортируемым в иные лингвокультуры благодаря процессам глобализации.

2. Понятийные характеристики концепта «cool» представляют собой бинарное образование, включающее признаки достойного поведения (спокойствие, уверенность, мудрость, смелость, умение радоваться жизни, доброта, благоразумие, нейтральность в проявлении эмоций, беспристрастность, выносливость, осторожность), противопоставляемые признакам недостойного поведения (беспокойство, колебание, недальновидность, трусость, раздраженность, пессимизм, неблагоразумие, эмоциональность, слабость, неодобрительное отношение ко всему).

3. Образно-перцептивные характеристики концепта «cool» в американской лингвокультуре представлены следующими признаками: 1) мужчина, средних лет, привлекательной наружности, стильно или опрятно одетый, в черных очках или с непроницаемым взглядом, внешне спокоен и уверен в себе; 2) женщина, молодая или среднего возраста, привлекательная, стильная, оптимистка, сочетающая мужские и женские черты характера, хорошая мать и жена, имеющая крепкую семью.

4. Оценочные характеристики концепта «cool» сводятся к следующим нормам поведения:

следует сохранять чувство собственного достоинства, спокойствие, уверенность в себе, смелость, находчивость в трудной ситуации;

следует действовать на основании здравого смысла, проявляя предусмотрительность;

следует быть самим собой, не уподобляясь другим;

следует быть человеком, вызывающим восхищение, и оказывать влияние на людей.

5. Лингвокультурный концепт «cool» является доминантным регулятивом для типажа «американский супермен» и благодаря этому типуажу тиражируется в стереотипах поведения, как американцев, так и представителей других культур.

### **Литература**

Радван В.М. Образно-перцептивные характеристики концепта «cool» в американской лингвокультуре // Гуманитарные исследования. № 3 (23). Астрахань: Изд. Дом «Астраханск. ун-т», 2007. С. 5-8.

Радван В.М. Оценочные характеристики концепта «cool» в американской лингвокультуре (на материале афоризмов и оценочных суждений) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». №2 (26), 2008. – С. 45-49.

Радван В.М. Концепт «cool» как регулятив поведения в американской лингвокультуре // Аксиологическая лингвистика: проблемы и перспективы. Волгоград: Колледж, 2004. С. 91-92.

Радван В.М. Фразеологическое обозначение концепта «cool» в английской лингвокультуре // Современные контексты культуры: Молодежь в XXI веке. Астрахань: Изд-во «Астраханск. ун-т», 2004. С. 50-52.

Радван В.М. Концепт «cool» в американской лингвокультуре // Лингвистика и межкультурная коммуникация. Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2004. С. 103-106.

Радван В.М. Особенности поведения представителей американской лингвокультуры в контексте концепта «cool» // Культура как основа межличностного и межэтнического взаимодействия. Астрахань: Изд-во «Астраханск. ун-т», 2005. С. 329-333.

Радван В.М. Лингвокультурный типаж «американский супермен» //Аксиологическая лингвистика: Лингвокультурные типажы. Волгоград: «Парадигма», 2005. С. 155-166.

Радван В.М. Специфика концепта «cool» как регулятива поведения в американской лингвокультуре // Этнокультурная концептология. Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2006. С. 116-123.

Радван В.М. Ценностная составляющая концепта «cool» в американской лингвокультуре (на материале пословиц и поговорок английского языка) // Этнокультурная концептосфера: общее, специфичное, уникальное. Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2006. С. 94-96.

**В.С. Плавинская  
(Астрахань)**

### **FUN**

Целью исследования является характеристика концепта «fun» в американской лингвокультуре. В основу выполненной работы положена следующая гипотеза: 1) концепт «fun» представляет собой этноспецифичное регулятивное ментальное образование, 2) этот концепт характеризуется специфичными понятийными, образными и ценностными признаками и не имеет эквивалента в русской лингвокультуре, 3) данный концепт особенно значим для лингвокультуры США.

Материалом исследования послужила выборка из толковых, энциклопедических, синонимических словарей, словарей фразеологизмов и сленга, паремиологических справочников, художественных и публицистических текстов на современном английском и русском языках и интернет-источников. В качестве единицы анализа рассматривался текстовый фрагмент, в котором обозначен или выражен исследуемый концепт. Всего проанализировано около 12000 текстовых фрагментов на английском и русском языках. В работе использовались также ответы 600 информантов.

Анализ этимологических характеристик концепта «fun» позволил установить, что первоначальное значение концепта «fun» –

*насмешка* – ушло на периферию его семантического поля, уступив место фрагменту «развлечение» тематического поля данного концепта. Лексема «fun» употребляется в атрибутивной функции (*a fun place*) с середины XIX века и к настоящему моменту признаётся многими американскими лингвистами именем прилагательным, что обусловлено развитием с начала XIX века у прилагательного «funny» – производного от существительного «fun» – нового значения – «странный».

Дефиниционные характеристики концепта «fun» заключаются в том, что он обозначает некоторую деятельность, в процессе которой её субъект или объект получает удовольствие. Анализ словарных соответствий имени концепта показал, что в качестве эквивалента концепта «fun» ранее выступал концепт «потеха», который в настоящий момент не является релевантным для русской лингвокультуры.

Далее были выявлены формирующие тематическое поле концепта «fun» субконцепты. Концепты, входящие в центральный фрагмент «развлечение», соотносятся следующим образом: концепт «amusement» имеет наиболее общее значение и предполагает наличие субъекта, совершающего некоторое действие, доставляющее удовольствие объекту, которым может являться и сам субъект; концепт «diversion» обозначает некую деятельность, совершаемую для отвлечения от серьёзных занятий (в частности, от работы); концепт «recreation» подразумевает восстановление физического и/или душевного здоровья, чему служит некая деятельность, совершаемая в свободное от работы время; концепт «entertainment» – удержание интереса объекта деятельности, которая доставляет ему удовольствие и отвлекает от забот; деятельность, обозначаемая концептом «merriment», характеризуется энергичностью, совершается в компании других людей и сопровождается шумом и/или смехом как индикатором получения удовольствия.

Все концепты, входящие в этот фрагмент, обозначают некую деятельность, целью которой является получение удовольствия. При этом концепт «fun», в отличие от остальных концептов, не предполагает обязательного отвлечения от основной деятельности и может обозначать получение удовольствия в процессе этой деятельности или благодаря некоторой побочной деятельности, производимой одновременно с основной.

Для выявления этноспецифики концепта «fun» были проанализированы русские соответствия концептов, формирующих его тематическое поле. Русским соответствием концептов «amusement», «entertainment» и «diversion» является концепт



«развлечение», что позволяет сделать вывод о том, что для русской лингвокультуры менее релевантны такие аспекты описываемого действия, как чёткое разграничение деятеля и объекта действия, а также его уточнённая цель.

В русском языке не существует концепта, полностью эквивалентного концепту «recreation», его наиболее частотным словарным соответствием является концепт «отдых», который подразумевает восстановление сил в результате отсутствия деятельности. Концепт «mergiment» имеет эквивалент в русском языковом сознании – концепт «веселье».

Неравнозначная концептуализация данной области действительности в русской и американской лингвокультурах свидетельствует о большей значимости концепта «развлечение» для последней. При этом следует отметить большое внимание, уделяемое области активных развлечений в американской лингвокультуре и области пассивного восстановления сил – в русской, что соответствует теории Ю.С. Степанова о приоритете деятельности в первой и созерцания – в последней.

Исследование фрагмента «бурная активность» выявило такие возможные характеристики деятельности, обозначаемой концептом «fun», как энергичность, повышенная эмоциональность, агрессивность, неконтролируемый характер, отсутствие осмысленности и направленность на разрушение. При анализе концептов, формирующих этот фрагмент, также было установлено, что для представителей американской лингвокультуры важно наличие мотива у любого действия, в русском языковом сознании существует разделение на активность, которая может быть бесцельной, и деятельность, в основе которой всегда лежит цель. В английском языке, в отличие от русского, чётко видна связь между совершением действий (энергичных действий) и получением в процессе этих действий удовольствия.

При рассмотрении концепта «удовольствие» было установлено, что концепт «pleasure» является гиперонимическим для выражения идеи удовольствия и обозначает, прежде всего, чувство, возникающее в результате совершения некоторых действий; концепт «enjoyment» подчёркивает процесс переживания этого чувства; концепт «delight» используется для обозначения сильного удовольствия, при этом менее глубокого и продолжительного, зато имеющего внешние проявления; концепт «joy» описывает также очень сильное чувство, но более глубокое и продолжительное. И, наконец, концепт «delectation» обозначает процесс переживания удовольствия, получаемого в результате каких-то действий. При этом объект действий не является их субъектом,

что характерно для концепта «enjoyment».

Удовольствие в русской лингвокультуре может являться компенсацией за страдания, перенесённые ранее. Эта характеристика отсутствует у концепта «pleasure», в семантической структуре которого изначальное состояние лица, получающего удовольствие, не учитывается.

Идея удовольствия в английском языке выражена более детально, при этом большое внимание уделяется аспектам процесса его получения, не являющимся значимыми для русского языкового сознания. Более подробная концептуализация идеи удовольствия в американской лингвокультуре свидетельствует о большей релевантности концепта «удовольствие» для её носителей.

Концепты, формирующие фрагмент «острословие» тематического поля концепта «fun», обладают следующими характеристиками: концепты «wit», witticism» и «wittiness» в рассматриваемом значении обозначают некоторую реплику, призванную вызвать смех некоторого лица. Необходимой характеристикой такой реплики является её спонтанность и ум её субъекта. Концепт «humour» служит для обозначения широкого ряда явлений, вызывающих смех и самой способности понимать смешное, а также не предполагает намеренного унижения объекта, на которого направлена реплика.

Концепт «irony» подразумевает несоответствие между лексическим значением произносимых слов и их контекстуальным значением; концепт «sarcasm» – осознанное намерение оскорбить объект речевого действия, он может быть противопоставлен концепту «humour»: целью субъекта действия первого является огорчить объект деятельности, последнего – избежать этого. Концепт «satire» обозначает деятельность, целью которой является изменение отношения некоторого лица к чему-то или кому-то на негативное и сообщение правды о чём-то/ком-то плохом («плохом» с точки зрения субъекта действия). Концепт «gerartee» отличается от остальных концептов данного фрагмента тем, что подразумевает быстрый и остроумный ответ на какое-либо высказывание, являясь частной реализацией способности, обозначаемой лексемой «wit».

В отличие от концептов этого фрагмента тематического поля, концепт «fun» обозначает деятельность, целью которой является не столько унижение объекта действия, но, прежде всего, получение от этого удовольствия, при этом степень унижения не является релевантной.

Рассмотрение отражения этого фрагмента действительности в

русском языковом сознании показало, что самое частотное русское соответствие концептов этой группы – «насмешка» – обозначает деятельность, основной целью которой является высмеивание некоторого лица, и которая не требует проявления таких личностных качеств субъекта действия, как его ум и способность быстро и спонтанно реагировать на явления действительности и реплики других людей. В русской лингвокультуре осмеяние другого лица приравнивается к причинению ему душевной боли, сравнимой с физической по силе (*острота, колкость, шпилька*).

Субконцепт «острословие» является очень важным для американской лингвокультуры и намного менее актуальным – для русской, что проявляется в неравнозначной концептуализации этой сферы действительности в рассматриваемых лингвокультурах.

При сопоставлении концептов фрагмента «расположенность к развлечениям» выявляются следующие особенности. Концепт «playfulness», прежде всего, обозначает склонность к совершению действия, приносящего удовольствие, но также может выражать само это действие или некое чувство, ассоциирующееся с процессом веселья (который, как было установлено выше, результатом имеет получение удовольствия). Концепт «frivolousness» отличается тем, что характеризует некое качество личности, в структуру которого входят такие важные признаки, как отсутствие моральной твёрдости, серьёзности, важности, определённой цели и, возможно, неуместность, если данный концепт используется для описания этого качества как временной характеристики данного человека. Отличие концепта «frivolity» заключается в том, что он обозначает, прежде всего, нечто, характеризующееся как неважное.

При сравнении данных концептов и их русских соответствий было выявлено, что русские лексемы «легкомыслие», «легкомысленность» соответствуют лишь одному из значений полисемантических английских слов – «расположенность к совершению действия, приносящего удовольствие». В то время как в английском языке, как следует из анализа структуры лексем «playfulness» и «frivolity», расположенность к действию и его совершение неразрывно связаны, а возникновение чувства является реакцией на некоторое действие, в русском языке ни первой, ни второй закономерностей не обнаружено.

В семантической структуре концепта «seriousness» отчётливо проявляется противостояние признаков «work» – «play», в значение его русского словарного соответствия – «серьёзность» не включена сема «работа», что позволяет сделать вывод о суще-

ственном различии в отношении к работе в двух исследуемых лингвокультурах.

Данная сторона концепта «fun» не противоречит выявленному раньше содержанию лексемы «fun»: «действие, в процессе которого его субъект и/или объект получает удовольствие». Однако это значение лексемы отражает потенциальную деятельность и, как правило, постоянную характеристику некоторого лица.

Анализ ментальных единиц, формирующих фрагменты тематического поля концепта «fun» (по методике А.Вежбицкой), позволил представить структуру рассматриваемого концепта следующим образом:

- (a) некто (X) делает нечто
- (b) некто может делать это некоторое время
- (c) некто может делать это, потому что он может думать нечто вроде этого:
  - (f) когда я делаю это, я чувствую себя хорошо
  - (g) я делаю то, что я хочу
  - (h) некто может делать это с другими людьми
  - (i) после этого:
  - (j) он может чувствовать нечто хорошее
  - (k) некто другой может чувствовать:
  - (l) нечто хорошее
  - (m) нечто плохое
  - (n) нечто может прекратить существовать
  - (o) некто (X) может думать нечто вроде этого:
  - (p) я хочу делать нечто, потому что, когда я делаю это, я чувствую себя хорошо.

Уточнённое определение концепта «fun» можно сформулировать следующим образом: «fun» – это деятельность, в процессе которой её субъект и/или объект получает удовольствие, и удовольствие, получаемое в процессе деятельности», что позволяет отнести концепт «fun» к группе эмоциональных концептов.

Рассмотрение характеристик эмоциональных концептов, входящих в тематическое поле концепта «fun», позволило разделить их на три группы на основании приоритетности результата, процесса или действия:

1. Эмоционально-результатные концепты (*удовольствие, pleasure*);
2. Эмоционально-процессуальные концепты (*наслаждение, enjoyment*);
3. Эмоционально-действенные (*fun, merriment, потеха, веселье*).

Эмоционально-результатные концепты характеризуют эмо-

цию, испытываемую в результате некоторого действия, будучи реакцией на стимул. В структуре таких концептов может присутствовать и признак *процесс*, однако он не является основным. Так, концепт «удовольствие» обозначает, прежде всего, чувство удовольствия как результат некоторого действия, реакцию на стимул, а не процесс. Лицо, испытывающее эмоцию, выражаемую эмоционально-результатным концептом, может не являться субъектом действия, что отражается в языке: *получать удовольствие, get pleasure*.

Отличительной чертой эмоционально-процессуальных концептов является их двуплановость: обозначение одновременно и эмоции как результата некоторого действия, и процесса переживания эмоции. Так, например, в отличие от концепта «*pleasure*», подразумевающего, прежде всего, результат некоторой деятельности, эмоционально-процессуальный концепт «*enjoyment*» обозначает в первую очередь процесс переживания чувства удовольствия, а не только удовольствие как результат некоторой деятельности.

Эмоционально-действенные концепты отличаются от концептов двух предыдущих групп тем, что характеризуют не только эмоцию, но, в первую очередь, деятельность, в процессе (а не в результате) которой эта эмоция испытывается. Лицо, испытывающее эмоцию в ходе этой деятельности, активно, оно является субъектом действия: *\*получать потеху, \*get fun*.

Одной из характеристик эмоционально-действенных концептов является то, что они характеризуют как реальные, так и потенциальные действия в виде расположенности их субъекта к их совершению: человек, расположенный к получению удовольствия от действия, может характеризоваться как «*full of fun*», «*mergy*», «*playful*», «*frivolous*». Подобные характеристики являются постоянными, в отличие от характеристик других видов эмоциональных концептов: страх, гнев, грусть, удовольствие являются временными состояниями человека, возникающими в конкретных ситуациях, предрасположенность человека к деятельности, доставляющей удовольствие, в конкретных ситуациях лишь реализуется, а не возникает.

Таким образом, концепт «*fun*» принадлежит к эмоционально-действенным концептам, отличительной чертой которых является их двуплановость: характеристика одновременно и эмоции, и действия, а также способность выражать не только реальные, но и потенциальные действия, т.е. постоянную характеристику некоторого лица.

Выбор соответствия единицы «*fun*» при переводе на русский

язык обусловлен тем, какие семантические признаки, входящие в структуру этого концепта, оказываются нерелевантными в ситуативном контексте. Если не актуализируется признак «удовольствие, получаемое в действии и от действия», то возможно использование единицы «удовольствие» как родового термина: *“Oh, stop spoiling the fun,” her husband said* (Lemony Snicket, *The Carnivorous Carnival*). — *Да не порти ты удовольствия, — остановил ее муж* (перевод Н.Рахмановой).

Если в тексте имеется в виду деятельность, совершаемая в свободное от работы время, в качестве переводческого соответствия слова «fun» могут использоваться репрезентанты концепта «развлечение»: *For those who'd prefer to get started having fun, you can step into the casino lobby to your right or go directly ahead to one of our Galaxy-class restaurants* (R. Asprin, P. J. Heck, *Phule Me Twice*). — *Если среди вас есть те, кто предпочитает сразу приступить к развлечениям, они могут сразу же пройти в вестибюль казино либо направиться в один из наших ресторанов галактического класса* (перевод Н.Сосновской).

Для характеристики совместной и шумной деятельности, а также состояния её субъекта используются репрезентанты концепта «веселье»: *There were young people about, healthy enough to think that bitter winter could be fun* (A. Rice, *Memnoch the Devil*). *Я видел повсюду юных, пышущих здоровьем смертных, которые даже в холодный зимний вечер находили повод к веселью* (пер. И.Иванченко, И.Шефановской).

В результате смыслового развития при переводе на русский язык единица «fun» может также заменяться репрезентантами других концептов с ярко выраженной положительной коннотацией: *He thought it was fun sneaking out in the middle of the night* (I. Johansen, *No One to Trust*). *Он решил, что это здорово, скрыться среди ночи* (перевод Т.Матц).

При работе с единицей «fun» переводчики прибегают к разнообразным трансформациям: опущению (в 6,3% контекстов, 22 случая), добавлению (3,4 %, 12 случаев), генерализации (20,9 %, 73 случая), конкретизации (34,3 %, 120 случаев), смысловому развитию (35,4 %, 124 случая), целостному преобразованию (3,7%, 13 случаев) и антонимическому переводу (4,6 %, 16 случаев). Тот факт, что 70 % контекстов переведены с помощью конкретизации и смыслового развития или сочетания этих приёмов, на наш взгляд, объясняется тем, что, во-первых, в русской лингвокультуре существует оппозиция «работа – отдых», которая подразумевает нежелательность действий, приносящих удовольствие, во время основной деятельности, что приводит к констатации этого факта при переводе, и, во-вторых, ориентацией американской лингвокультуры на деятельность, а русской – на созерца-

тельность, что проявляется в описании действий в американских текстах и состояния их субъектов или объектов – в текстах переводов.

Так как в двуязычных словарях не даётся полной информации об объёме значения этого слова, переводчики могут не осознавать необходимость компенсации семантических признаков, потерянных при переводе, или истолковывать концепт «fun» неверно, что приводит к переводческим ошибкам, которые были обнаружены в 11,4% переводах, из них лишь 17,5 % можно отнести к неточностям, оставшаяся часть ошибок ведёт к значительному искажению информации, заключающейся в исходном тексте: *We had some good times. He was always fun* (S. Sheldon, *The Sky is Falling*). *Нам было хорошо вместе. Он был таким добрым, заботливым, милым* (перевод Т.Перцевой).

Лингвокультурное изучение этноспецифичных концептов поможет преодолеть трудности, возникающие в процессе перевода имён концептов, не имеющих регулярных однозначных и вариантных соответствий, которые можно было бы использовать, не учитывая контекст, и избежать ошибок, ведущих к искажению смысла и изменению вида регулятивного воздействия на реципиента текста.

Концепт «fun» ассоциируется, в первую очередь, с концептами «развлечения» (24 %: *Surrender to the fun and distraction of the holidays. Поддайтесь веселью и развлечениям на праздниках*); «нарушение правил» (17%: *"I used to try to get kicked out of practice every day," he said. "That was my idea of fun". «Бывало, я каждый день старался, чтобы меня выгнали с тренировки», – сказал он. – «Вот что приносило мне удовольствие»*); «энергичность» (15% фрагментов: *We wanted to have this big concert, full of energy, full of the sort of fun and happiness which I know she would have wanted. Мы хотели организовать большой концерт, наполненный энергетикой, весельем и счастьем, я знаю, ей бы этого хотелось*); «риск» (14%: *Even with the sense of danger, it's the first place people want to be – fun and danger going hand in hand. Даже осознавая опасность, именно это место люди хотят посетить прежде всего: удовольствие и опасность идут рука об руку*); «детство» и «молодость» (12 % и 14 % соответственно: *Christmas Day was great fun when we were all younger and the kids were little. На Рождество было очень весело, когда мы все были моложе, а дети были маленькими*); «новизна» (11%: *I am having so much fun out on the road with Brad. Every night it's something new, there is never a dull moment. Мне очень нравится путешествовать с Брэдом. Каждый вечер что-то новое, ни секунды не скучаем*); «игра» (10 %: *But after downloading a few games into his phone, he was taken by the simple fun they offered. Но, скачав несколько игр на телефон, он был захвачен незатейливыми развлечениями, которые они предлагали*).

Концепт «fun» также ассоциируется с любой деятельностью, шумом, приключениями, страстью, полнотой жизни, свободой, независимостью, беззаботностью, легкомыслием, наличием денег с одной стороны и отсутствием необходимости тратить слишком много средств на получение удовольствия – с другой, расслаблением, творчеством, фантазией, шутками и остроумием.

Концепт «fun» противопоставляется, прежде всего, наличию серьезного намерения (23 % текстовых фрагментов: *It was never really that serious, it was more of a fun thing. Я никогда не относился к этому серьезно, скорее как к забаве*) и скуке (22 %: *Not eating late at night when I can, working out when I can — I wish I could say, "It's TrimSpa, baby!" but it's the same old boring routine — it's not fun. Не ем поздно вечером, когда могу, занимаюсь упражнениями, когда могу – хотела бы я сказать: «Да это легче лёгкого, малышка!»*, – но это просто старая скучная история – никакого удовольствия), а также проигрышу, боли и навязчивости.

Анализ координативных бинарных словосочетаний, в состав которых входит прилагательное «fun», позволил установить, что удовольствие можно получать как в процессе не требующих приложения усилий действий (*Dodgeball was my life. You remember it being so fun and so simple. Игра в вышибалы была смыслом моей жизни. Помните, как весело и как легко было в неё играть?*), так и преодолевая препятствия, что указывает на связь концепта «fun» с концептом «challenge» (*Translating Ms. Egan's formal yet playful poems is both "fun and difficult". Переводить формальные и в то же время легкомысленные стихотворения Мс. Иган одновременно «и интересно, и трудно»*).

Прилагательное «funny», служащее для обозначения чего-то смешного и странного одновременно, являющегося смешным из-за того, что странное, может не включать признак «удовольствие, получаемое от действия»: *I think it's funny and strange that the anarchists would go to the police. Я считаю странным и смешным, что анархисты обратились в полицию. Этот факт объясняет употребление лексемы «fun» в атрибутивной функции.*

Рассмотрение контрастивных бинарных сочетаний, в которые входит единица «fun», позволило установить, что начальное намерение совершать какие-либо действия исключительно ради получения удовольствия может модифицироваться в процессе самой деятельности: *We were going to have some fun, but we're going to win the game. Мы собирались просто немного повеселиться, но сейчас намерены выиграть матч.*

Далее был произведён анализ взаимосвязи концептов «fun» и «work», в результате которого было выяснено, что удовольствие в процессе работы можно получить при соблюдении некоторых из



ряда условий: отсутствие давления извне и необходимости соответствовать чьим-либо ожиданиям, постоянная активная деятельность, любовь к работе, отсутствие напряжения, творческий характер работы и необходимость решать трудные, но интересные задачи, результативность работы, наличие компаньонов, оцениваемых положительно субъектом действия, общение с детьми. Получение удовольствия в процессе работы может быть одним из условий, необходимых для удовлетворения работой: *But I know that if I'm doing as good a job as possible and having fun, that's all that matters. Но я знаю, что если я работаю хорошо, и мне это нравится, – только это и имеет значение.*

Образно-перцептивные характеристики концепта «fun» уточняются его типичными атрибутами «хороший», «чистый» (невинный): *Hayley Williams oozes good, clean fun. Хейли Вильямс источает хорошее, чистое веселье;* – «чистый» (абсолютный, ничем не омрачённый): *On Friday he will discuss “pure fun and total love”. В пятницу мы обсудим «абсолютное удовольствие и всеобщую любовь».*

Несмотря на тесную связь концепта «fun» с концептом «новизна», удовольствие можно получить и от традиционных видов деятельности: *The traditional style of fun in its mountain resorts hasn't disappeared. На его высокогорных курортах всё ещё можно найти традиционные развлечения.* Основным условием получения удовольствия в действии является не новизна деятельности вообще, а её новизна для конкретного человека в конкретный период времени.

Удовольствие, получаемое от действия, градуируется – его может быть больше или меньше – и поддаётся исчислению, его можно увеличить в несколько раз: *It will be double the fun — and diapers — when Patrick Dempsey's wife gives birth to twins. Когда жена Патрика Демпси родит двойню, веселья (и памперсов) будет в два раза больше.*

Человек, характеризуемый с помощью концепта «fun», обладает целым рядом характеристик, касающихся его внешности (красота, привлекательность), личностных качеств (трудолюбие, энергичность, свободолюбие, уравновешенность, артистичность, простота, искренность), особенностей коммуникативного поведения (общительность, умение поддерживать разговор и вести спор, чувство юмора), отношения к окружающему миру (заботливость, щедрость, бесстрашие, заботливость и готовность придти на помощь). Единственным отрицательно оцениваемым качеством, ассоциирующимся с концептом «fun», является пристрастие к алкоголю.

В результате деятельности, доставляющей удовольствие, её субъект может испытывать и другие эмоции: *It's been fun and sometimes infuriating, but thank you all for reading. Читать её весело, и иногда*

она приводит вас в бешенство, но спасибо всем, что вы её прочитали. Способность вызывать другие эмоции, которые могут быть диаметрально противоположными начальной эмоции – удовольствию, – является одним из конститутивных признаков эмоционально-действенных концептов.

Образно-перцептивные характеристики концепта «fun» были уточнены с помощью анализа сочинений 138 представителей американской лингвокультуры 17–78 лет, который позволил установить, что изучаемый концепт в сознании американцев ассоциируется с отходом от повседневной жизни, предполагающей строгий самоконтроль и следование определённым правилам, для 30,4 % респондентов лучшим способом достичь этого являются различные игры как с фиксированными правилами, так и творческие, предполагающие использование фантазии и установление собственных правил: *My son also plays with YuGiOh cards with his friends, but they don't play the actual game, they just look at the cards, talk about the cards, and talk about how they'll use the cards in future games that never actually get played. Мой сын с друзьями также играет с карточками YuGiOh, но они играют не в саму игру, а просто смотрят на карточки, обсуждают их, а также то, как потом будут использовать эти карточки в играх, в которые так никогда и не играют.*

14,5 % опрошенных привели в качестве примера деятельности, которую они оценивают как «fun», спортивные игры. У такого же числа респондентов концепт «fun» ассоциируется с неигровыми видами спорта, ещё 2,9 % указали, что удовольствие им доставляет спорт вообще, не определив конкретный вид. Посещение спортивных соревнований также очень популярно: *Sporting events are a lot of fun because it's a whole crowd of people uniting together for a common goal and a common love of a game. На спортивных соревнованиях очень весело, так как они объединяют множество людей, имеющих одинаковую цель и любящих одну и ту же игру.*

Анализ анкет позволил установить, что маленькие дети (2-7 лет) получают удовольствие от шумных и активных действий, дети постарше – от ролевых игр с друзьями, а также от аналитической работы, нарушения норм и правил.

Для молодых людей действия, приносящие удовольствия, ассоциируются с вечеринками, которые для них являются поводом встретиться с друзьями, познакомиться с новыми людьми, потанцевать (50 % всех респондентов, преимущественно женщины, называют танцы среди видов деятельности, доставляющих удовольствие) и послушать громкую музыку. В 16 % анкет указывается употребление спиртных напитков как способ получения удовольствия, в основном его выбирают люди до 30 лет, и в 90 % сочинений он является лишь сопутствующим условием, помога-

ющим расслабиться. Взрослые люди предпочитают более спокойные виды деятельности и общение с близкими людьми.

Эволюция концепта «fun» в индивидуальном сознании американца отражена в следующем сочинении 66-летнего респондента: *When I was young, I had fun with games like "Cops and Robbers", "Cowboys and Indians" and "Cossacks and Tartars". As I grew older, I thought that wild parties were fun. Later, when I was in the military I enjoyed flying as a pilot. After meeting my future wife I just enjoyed being with her. After having children, I enjoyed having fun spending time with our family. Now, I have fun being with my wonderful wife of 41 years. She is my very best friend and even going to the store together is like a "Big Date". It really doesn't matter what we are doing as long as we do it together.* В детстве я получал удовольствие (fun), играя в такие игры, как «Полицейские и Воры», «Ковбои и Индейцы» и «Казачи-разбойники». Когда я стал старше, то думал, что безумные вечеринки – это «fun». Позже, когда я служил в армии пилотом, наслаждался полётами. Встретив мою будущую жену, я наслаждался её обществом. Когда у нас появились дети, мне нравилось проводить время с семьёй. Теперь я получаю удовольствие от общения с моей замечательной женой, с которой мы уже 41 год вместе. Она мой лучший друг, и для нас даже совместный поход в магазин – «Важное свидание». Не имеет значения, что именно мы делаем, главное, что мы делаем это вместе.

В детстве и юности важно, ЧТО человек делает, по мере взросления – с КЕМ. На смену энергичным, «безумным» действиям с возрастом приходят более спокойные виды деятельности.

В 137 из 138 анкет подразумевалось, что для получения удовольствия необходима некоторая совместная деятельность: *having a good time with the people you're with; хорошо проводить время в компании других людей.* В 44,2 % анкет прямо указывались друзья, как субъекты, совместно совершающие действие, доставляющее удовольствие. В сочинениях 20,3 % опрошенных уточнялось, что действия, приносящие удовольствие, они совершают вместе с членами своих семей (мужьями, братьями и сёстрами, детьми, родителями). Для получения удовольствия от действия важны общность интересов, взаимопонимание и расположение друг к другу. У близких людей могут быть свои способы и алгоритмы получения удовольствия. Однако концепт «fun» не обязательно связан с общением с окружающими: 7,3 % респондентов отдельно указали, что удовольствие от действия они могут получать и в одиночестве.

Деятельность, приносящая удовольствие, является, как правило, энергичной (80,4 % респондентов): развлечения в парках аттракционов, которые были указаны в анкетах 35,5 % респондентов в качестве типично американского способа получения удовольствия от действия, танцы, быстрая езда на машине, кача-

ние на качелях, охота, игры, занятия спортом, посещение спортивных соревнований в качестве болельщика, путешествия, интересная работа. Но допустима и деятельность, предполагающая меньшую степень активности: беседы с интересными людьми, чтение книг, просмотр фильмов в кинотеатре или дома, прослушивание музыки, неспешные прогулки, воспоминания о приятных моментах, – о ней пишут 63,1 % опрошенных, но лишь респондентами старше 50 лет этот вид деятельности признаётся основным способом получения удовольствия от действия.

Удовольствие можно получать и в процессе наблюдения за другими людьми или явлениями природы, а также при «активном ничегонеделании» (12,3 %), заключающемся в сознательном и активном переживании возможности ничего не делать: *Laying on the sand on a sunny warm day is fun. It can also be very relaxing. The beach and amusement parks are very different kinds of fun (one exciting and one relaxing).* *Лежать на песке в теплый солнечный день – удовольствие («fun»).* *Это может очень расслаблять. Пляж и парки аттракционов – очень разные виды «fun» (один – возбуждающий, а другой – расслабляющий).*

Анализ анкет информантов позволил установить, что концепт «fun» также связан с сохранением контроля над собой в критических ситуациях, с отсутствием ответственности за свои действия, с открытым проявлением чувств и эмоций, с возможностью совершать неразумные поступки, со спонтанностью, с творческой деятельностью, с изобретением новых способов развлечения, с шутками, с высмеиванием чего-либо или кого-либо, с оскорблениями других людей, с риском или имитацией риска, с преодолением собственного страха, с достижением поставленной цели вопреки объективным трудностям, с одобрением окружающих, с азартом и стремлением к победе, со скоростью и нарушением равновесия.

Действия, приносящие удовольствие, совершаются на вечеринках, на спортивных матчах, на пляже, в парках аттракционов, дома, на свежем воздухе. Концепт «fun» ассоциируется с наслаждением хорошей солнечной погодой весной, летом или зимой или преодолением трудностей в плохую, дождливую погоду.

Далее на основе анализа данных Национального корпуса русского языка и сочинений респондентов нам удалось установить образно-перцептивные характеристики русских соответствий концепта «fun».

Сфера бытования концепта «потеха» ограничена контекстами, включающими описание реалий прошлого, традиционных праздников, насмешки, жестокости и в некоторых случаях – детских и семейных развлечений: *Это когда над кем-то смеются: что-то*

старорусское типа шута с бубенчиками, которого все лупят или на которого показывают пальцем, заходясь от хохота при виде его дурацких неуклюжих шуток или трюков. Я не представляю ситуацию, но прямо чувствую, как кто-то смеется над кем-то, тыча пальцем с чувством собственного превосходства.

Целый ряд атрибутов (*жестокая, кровавая, боевая*) подчёркивает связь между потехой и жестокостью, унижением, которая не выделяется при анализе атрибутов концепта «fun». И даже ироническое переосмысление концепта «fun», например, в выражении «*Are you having fun yet?*» подразумевает скуку или наличие трудностей, но не жестокость. На наш взгляд, эволюция концепта «потеха» остановилась на стадии, которая соответствует объёму значений концепта «fun» до XX века. Анализ литературных произведений показал, что ещё в XVIII-XIX веках концепт «fun» подразумевал совершение жестоких действий (кулачные бои, собачьи бои, охота за беглыми рабами).

11,4 % респондентов (из 105 опрошенных) не смогли раскрыть заданную тему и ещё 5,7 % описывали концепт «потеха» как нечто, с чем они сталкиваются редко, что свидетельствует о низкой релевантности концепта «потеха» для представителей русской лингвокультуры, следовательно, он не может считаться эквивалентом концепта «fun».

Концепт «забава», как и «потеха», ассоциируется со свободным от работы временем и с отсутствием препятствий для осуществления действий (*После этого любая алгебра стала для меня легкой детской забавой*). Забава представляется как нечто телесное, противопоставленное духовному (*Мирские развлечения и забавы не привлекали благочестивого юношу*), в американских примерах этих закономерностей не наблюдается.

Анализ данных Национального корпуса русского языка и сочинений 112 респондентов позволил установить, что концепт «забава» является соответствием единицы «fun» лишь в ограниченном числе контекстов, касающихся невинных/детских развлечений (*Это техническое новшество почему-то всегда вызывало у него ассоциации со старой детской забавой*) или описывающих народные гуляния (*Мне приходят на ум народные гулянья, стилизации под старину – в наше время. Масленица – к примеру*), однако может употребляться и просто для описания действий, доставляющих удовольствие и характеризующихся отсутствием серьёзного намерения.

Отличие концепта «веселья» от концепта «fun» заключается в том, первый ассоциируется с обязательным отвлечением от работы или любого другого основного вида деятельности и с употреблением спиртных напитков (34,3 % из 105 респондентов). Концепт «веселье» является межъязыковым гипонимом единицы

«fun» и служит соответствием единицы «fun» лишь в небольшом числе контекстов, включающих описание доставляющей удовольствие деятельности в компании других людей в свободное от работы время, причём эта деятельность является активной и сопровождается шумом и смехом как маркерами получения удовольствия: *Когда я думаю о веселье, то представляю себе следующую ситуацию: вокруг много народа, среди которого не только твои родные и друзья, но могут быть и совершенно незнакомые люди. всюду смех, шутки, играет музыка, звук открывающихся бутылок шампанского. Все рады встрече друг с другом. Все забывают о горестях, работе, заботах и просто веселятся от всей души.*

Концепт «fun» подразумевает наличие деятельности, концепт «веселье» – отсутствие чувства грусти и наличие чувства радости. Это позволяет предположить, что эмоционально-действенные концепты, к которым принадлежит и единица «веселье», можно разделить на две подгруппы, в первую из которых входят концепты, обозначающие, прежде всего, деятельность, в процессе которой её субъект переживает какие-либо эмоции (концепты «fun», «потеха»), а во вторую – концепты, приоритетной стороной которых является эмоциональная, они обозначают эмоцию, испытываемую во время некоторой деятельности («веселье», «merriment»). Тот факт, что маргинальным элементом английской речи является имя эмоционально-действенного концепта второй группы, а русской – первой, является отражением приоритета деятельности в американской лингвокультуре и созерцания – в русской.

Концепт «развлечение» ассоциируется с определённым и более узким кругом ситуаций, чем концепт «fun»: с общением с другими людьми в свободное от работы время: *Можно хоть с завтрашнего дня ничего не делать и предаваться развлечениям.*

Развлечения могут быть как активными (танцы, спортивные игры, прогулки и т. д.), так и менее активными (просмотр телепередач и фильмов). Степень активности субъекта действия, обозначаемого единицей «развлечение», в среднем, ниже, чем у субъекта, выполняющего действие, выраженное концептом «веселье». 9 человек из 99 опрошенных описали себя как пассивного объекта действия, получающего удовольствие от деятельности некоторого лица: *Когда я думаю о развлечении, я представляю себе, что я ничего не делаю, а при этом меня развлекают.*

Концепт «удовольствие» может противоречить нормам морали (Сцены из сказки «Красная Шапочка» чаще всего отражают отношения между Красной Шапочкой и её матерью, конфликт между удовольствием и моральными ограничениями), концепт «fun» в настоящее время не вызывает таких ассоциаций.

В русских примерах прослеживается противопоставление физического, и духовного (интеллектуального, эстетического) удовольствия, из них именно последнее обычно характеризуется как истинное, то есть является удовольствием высшей степени: *Зато получила истинное удовольствие от участия в спектаклях знаменитого парижского театра «Комеди Франсез», который в 1954 году гастролировал в Москве.* Подобное противопоставление не наблюдается в примерах на английском языке.

Русские информанты (136 человек), в основном, ассоциируют удовольствие с комфортом, отсутствием деятельности, созерцанием или деятельностью низкой степени активности (лишь 11,8 % опрошенных приводили ситуации, участники которых активно действуют – катаются на лыжах, участвуют в вечеринках).

Удовольствие ассоциируется с одиночеством (38,2 %), обществом любимого человека (20,6 %), друга или подруги (12,5 %), компании друзей (9,6 %), семьи (6,6 %), причём удовольствие доставляют не столько совместные действия, что характерно для ассоциаций, связанных с концептом «fun», сколько осознание присутствия близких людей: *Я лежу на пляже под пальмами, рядом муж на шезлонге, в океане плавают дети недалеко от берега. Нам хорошо всем вместе.* Более того, респонденты могут приводить отсутствие большого количества людей в качестве условия получения удовольствия: *я где-то на побережье моря, не знаю где, но там очень мало людей.*

Если анализ понятийной стороны концептов «fun» и «удовольствие» позволил определить, что последний является межъязыковым гиперонимом первого, то исследование образно-перцептивного компонента показало, что различие между ними лежит и в степени активности субъекта: концепт «fun», как правило, ассоциируется с активной деятельностью, единица «удовольствие» подразумевает реакцию на отсутствие деятельности, деятельность низкой степени активности или условия окружающей среды. Концепт «fun» предполагает наличие компании, концепт «удовольствие», скорее – её отсутствие.

Таким образом, анализ образно-перцептивных характеристик концептов «потеха», «забава», «веселье», «развлечение» и «удовольствие» показал, что концепт «fun» не имеет эквивалента в русской лингвокультуре, его соответствия характеризуются более узкой сферой бытования, наличием признаков и ассоциативного представления, которые не совпадают с образно-перцептивными характеристиками концепта «fun».

Ценностные характеристики концепта «fun» были проанализированы на материале английских пословиц и афоризмов.

Анализ 234 паремий показал, что в английской лингвокультуре

получение удовольствия от действия и удовольствия вообще оценивалось, в целом, положительно: *all work and no play make Jack a dull boy*. Однако нормы, выраженные в пословицах, отражают в значительной степени архаичную картину мира, и не соответствуют ценностным приоритетам американской лингвокультуры. Например: получение удовольствия вторично по отношению к труду и должно следовать за ним (*work done, have your fun*), жизнь состоит, прежде всего, из трудностей, а не из удовольствий (*life is not a bed of roses*), нельзя постоянно получать удовольствия и развлекаться (*every day is not Sunday*).

Далее было проанализировано 224 афоризма (XX-XXI веков), которые показывают, что в современной американской лингвокультуре концепт «fun» является, как правило, объектом положительной оценки. Получение удовольствия расценивается в качестве неотъемлемой составляющей жизни человека: следует наслаждаться жизнью, несмотря на возможные трудности (*It is in his pleasure that a man really lives*. A. Repplier). *Человек по-настоящему живёт, только когда получает удовольствие*). Негативно оценивается лишь злоупотребление удовольствиями (*I can think of nothing less pleasurable than a life devoted to pleasure* (J. D. Rockefeller). *Не могу представить себе что-либо, приносящее меньше удовольствия, чем жизнь, посвящённая удовольствиям*).

Афористика полностью отражает произошедшие за последние сто лет изменения в отношении к сочетанию работы и удовольствия: в настоящий момент считается, что следует стремиться к получению удовольствия в процессе работы, которая может, в свою очередь, быть основным источником удовольствия в жизни человека (*I never did a day's work in my life. It was all fun* (Th. Edison). *За всю жизнь я ни дня не работал. Я получал удовольствие*).

Как в пословицах, так и в афоризмах подчёркивается, что для получения удовольствия необходимо прилагать усилия, осуждается злоупотребление удовольствиями, стремление угодить всем окружающим, отмечается особая притягательность запретных удовольствий

В английских фразеологизмах (528 единиц) подчёркивается, что нельзя, с одной стороны, злоупотреблять удовольствиями и развлечениями (*free liver*) и, с другой, впадать в уныние (*laugh on the wrong side of one's face*), пассивно проводить свободное от работы время (*daft days*) и портить веселье окружающим (*a death's head at the feast*). Резко отрицательно оценивается потеря собственного достоинства при доставлении удовольствия окружающим (*standing jest*) и стремление всем угодить (*all sugar and honey*). Положительную оценку получают остроумие (*flash of wit*), способность поднять настроение окружающим (*do one's heart*



good). Выраженные в фразеологизмах нормы поведения в большей степени соответствуют нормам современной американской лингвокультуры.

Далее рассматривается антитеза «работа – отдых» в американской и русской лингвокультурах. Отношение американцев к получению удовольствия в действии и от действия претерпело кардинальные изменения с момента появления на территории Северной Америки первых переселенцев из Англии: от его полного неприятия и отношения к труду как к высшей из ценностей через возведение стремления к развлечениям и удовольствию в абсолют и негативное отношение к необходимости трудиться как следствие протеста против пуританских ценностей в начале XX века до появления культуры получения удовольствия от действий и возможности органично сочетать его с процессом работы

Концепт «fun» является членом тройной оппозиции «work» – «fun» – «idleness», первый член которой оценивается положительно, последний – резко отрицательно, второй амбивалентен, приобретая оценку в конкретных ситуациях. Действие является необходимым условием получения удовольствия, отсутствие деятельности всегда имеет резко отрицательную оценку, так как ассоциируется со смертью.

Из-за необходимости повышать производительность труда без увеличения заработной платы в США во второй половине XX века возникла идеология получения удовольствия от деятельности на работе, на смену оппозиции «work» – «fun» пришла единица «fun at work», что повлекло за собой изменения в структуре концепта «fun». В настоящий момент получение удовольствия в процессе деятельности может являться не целью, а способом добиться решения каких-либо задач, в частности, повышения производительности труда, улучшения состояния здоровья. Это явление привело к возникновению новых концептов, например, «fitness», «jogging», основными дистинктивными признаками которых являются возможность наслаждаться процессом, а не его результатом, благодаря чему данные концепты вошли в число констант американской лингвокультуры во второй половине XX века, когда соревновательность и нацеленность на победу стали одной из основных характеристик работы.

Таким образом, для американской лингвокультуры в настоящий момент характерна тройная оппозиция «work» – «play» – «idleness», члены которой противопоставляются по наличию признаков «деятельность» и «получение вознаграждения». Эта оппозиция пришла на смену противопоставлению концептов «work» – «fun» – «idleness», так как в современной американской лингво-

культуре концепт «fun» в результате социально-экономических изменений перестал быть несовместимым с единицей «work».

В русской лингвокультуре существует бинарная оппозиция «работа» – «отдых», основанная на противопоставлении по наличию признака «деятельность». Существование данных оппозиций, подчёркивает деятельность как основу американской лингвокультуры в противовес созерцательности, являющейся отличительным признаком русского общества, а также вписывается в концепцию о двойственной картине мира, присущей носителям русской лингвокультуры, и тройственности восприятия окружающей действительности представителями «западной», американской культуры.

Нормы поведения, заложенные в лингвокультурном концепте «fun» являются доминантными для типажа «stand-up comedian». В результате опроса 114 респондентов были выявлены отличительные признаки этого типажа, отличающие его от других представителей этой профессии: 1) быстрота реакций, 2) спонтанность реакций, 3) саркастичность, необходимые ему для того, чтобы в случае негативной реакции слушателей, заключающейся в высмеивании его слов, остроумных ремарках, направленных против него (подобное явление получило название «heckling», а человек, выступающий против комика – «heckler», этот комик должен остроумно ответить, унизив противника.

Таким образом, типаж «stand-up comedian» выступает в качестве субъекта действия, приносящего удовольствие ему самому, объектам действия и/или третьим лицам, и является многомерным, сценарным, игровым, агональным и артистическим дискурсивным субъектом.

Подведем основные итоги.

1. Концепт «fun» является эмоционально-действенным американским регулятивом поведения, суть которого составляют признаки получения удовольствия в процессе определенной деятельности.

2. Понятийные характеристики концепта «fun» таковы: 1) активная деятельность, 2) удовольствие, испытываемое в процессе этой деятельности, 3) неразрывная связь деятельности и удовольствия, 4) настроенность на удовольствие как характеристика личности. Концепт «fun» образует тематическое поле, в составе которого выделяются уточняющие его субконцепты: «развлечение», «бурная активность», «удовольствие», «острословие», «расположенность к развлечениям».

3. Образно-перцептивные характеристики концепта «fun» в американской лингвокультуре заключаются в том, что этот кон-

цепт подразумевает преимущественно совместную активную деятельность, реже характеризует пассивное получение удовольствия, включающее наблюдение за деятельностью других людей или за явлениями природы, а также «активное ничегонеделание».

4. Оценочные характеристики концепта «fun» показывают, что в составе этого концепта выделяются внутренняя и внешняя оценка получения удовольствия: первая связана с активным образом жизни, вторая характеризует любое состояние, связанное с получением положительных эмоций. Релевантность концепта «fun» для американской лингвокультуры объясняется неприятием представителями этой лингвокультуры бездействия.

5. Концепт «fun» не имеет эквивалента в русской лингвокультуре, его словарные и типичные переводческие соответствия характеризуются более узкой сферой бытования и наличием признаков, не совпадающих с характеристиками концепта «fun».

### Литература

Плавинская В.С. Ценностные характеристики концепта «fun» в англоязычных пословицах и афоризмах // Гуманитарные исследования. № 1 (25). – Астрахань: Изд. Дом «Астраханский ун-т», 2008. С. 44-48.

Плавинская В.С. Семантика остроловия в английском языке // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». № 5(29), 2008. – С. 60-64/

Плавинская В.С. Оценочные характеристики концептов «fun – удовольствие» в английской и русской паремиологии // Этнокультурная концептология. Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2006. С. 116-123.

Плавинская В.С. Обозначение концептов «fun – удовольствие» в паремиологическом фонде английского и русского языков // Этнокультурная концептосфера: общее, специфичное, уникальное. Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2006. С. 93-94.

Плавинская В.С. Понятийный компонент концепта «fun» // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и методики преподавания иностранных языков: Материалы межрегиональной научной конференции, г. Волгоград, 8 февраля 2007 г. / Сост. Н.Л. Шамне и др. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2007. – С. 211–216.

Плавинская В.С. Ценностные характеристики концепта «fun» в фразеологизмах // Межкультурная коммуникация: концепты и модели поведения: материалы Междунар. науч. конф., 15-16 октября 2007 г. / сост.: Е.М. Стомпель, Ю.Н. Петелина, Е.Н. Галичкина и др. – Астрахань: Изд-во «Астраханский университет», 2007. С. 22-25.

Плавинская В.С. Тройная оппозиция «fun-work-idleness» в американской лингвокультуре // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире-2: сб. статей / отв. ред. Г.Г. Слышкин. Волгоград: Изд-во ВАГС, 2008. С.121-123.

## ПОДАРОК

Объектом изучения в данной работе является концепт «подарок». Предмет анализа – лингвокультурные характеристики этого концепта в американском и русском языковом сознании.

В основу проведенного исследования положена следующая гипотеза: концепт «подарок» представляет собой особый тип концептов – символическое ментальное образование, которое имеет специфическую структуру и обладает особенностями в русском и американском языковом сознании.

Материалом исследования послужила выборка из толковых, синонимических, фразеологических, философских, энциклопедических и этимологических словарей, сборников пословиц, поговорок и интернет-источников, а также результаты эксперимента. В качестве единиц анализа рассматривались текстовые фрагменты, в которых обозначен или выражен исследуемый концепт. Проанализировано 5000 единиц и 200 ответов информантов.

В лингвистической литературе выделяются два основных подхода к изучению концептов – когнитивный и лингвокультурный, в рамках второго можно установить особый тип концепта – символический концепт. Понятие «символ» детально анализируется в научных трудах философов, психологов, культурологов и филологов. Обобщая существующие в науке подходы к пониманию символа, мы выделяем логический подход (символ есть знак), культурологический подход (символ есть ценностно насыщенный образ), интерпретативный подход (символ есть образ, допускающий множественную интерпретацию). В данной работе синтезируются лингвокультурный и интерпретативный подходы к пониманию символа. Вслед за В.И. Карасиком (2009) нами выделяются следующие конститутивные признаки символического лингвокультурного концепта: 1) ценностная насыщенность перцептивного образа, 2) интерпретативная глубина и многомерность, 3) аттрактивность для носителей культуры.

Смысл, который выражает подарок ситуативен и способен вызывать в сознании преподносящего или принимающего ассоциации с конкретным событием, местом, человеком, объектом и т.д. Он не всегда равнозначен в отдельных лингвокультурах и заключает в себе сообщение для одариваемого, свидетельствует о принадлежности одариваемого и дарителя к определенной социальной сети отношений, подразумевает зоны его использования,

а также характеризует отношение субъекта к бенефицианту. Это указывает на интерпретативную глубину и многомерность лингвокультурного концепта «подарок».

Установлено, что этимологически лексема «gift» связана со староанглийским глаголом «*jiefan*» – давать, русская же лексическая единица «подарок» образовалась от древнеславянского глагола «*dati*» (дати), который также имел значение «давать что-либо».

Понятийные характеристики концепта «подарок», смоделированные в виде фрейма, включают следующие основные компоненты: 1) предмет дарения, 2) субъект и его характеристики, 3) бенефициант и его характеристики, 4) процесс, 5) повод, 6) обстоятельства, 7) характеристики и манифестация предмета дарения, 8) характеристики процесса дарения, 9) цель. Наряду с этим понятийная составляющая может быть представлена в виде сценария, в котором выделяются фазы преподнесения подарка: 1) желание сделать подарок, 2) выбор подарка, 3) вручение подарка, 4) благопожелание, 5) получение подарка, 6) благодарность.

Важнейшие компоненты фрейма «подарок» и фазы преподнесения подарка в сравниваемых лингвокультурах тождественны. Для анализа основных компонентов концепта «подарок», выделенных благодаря обращению к его фреймово-сценарной репрезентации, нами были изучены 23 толковых и синонимических словаря, в том числе 12 англоязычных и 11 русскоязычных.

Выявлено, что конкретизаторы этих признаков получают множественное, вариативное языковое воплощение и имеют определенную специфику.

На лексическом уровне детально характеризуется «предмет дарения». Выделяются следующие признаки этого компонента: 1) материальное или абстрактное выражение; 2) наличие или отсутствие привязанности предмета к поводу дарения; 3) место приобретения подарка; 4) характеристика предмета дарения: а) по качеству (хороший, плохой); б) по его стоимости (щедрый, дорогой, дешевый, скромный); в) по ценности предмета дарения для бенефицианта (неважный, важный, ценный, бесценный). Манифестация предмета дарения в русской и американской лингвокультурах разнообразна и несколько отличается по распространенности денежных подарков и подарочных сертификатов.

Разнообразно представлены на лексическом уровне участники процесса дарения: субъект и бенефициант. Выделяются характеризующие признаки субъекта дарения: 1) передача чего-либо, именуемого подарком; 2) безвозмездность или желание дарителя

получить что-то взамен дарения; 3) наличие или отсутствие у дарителя повода для дарения; 4) наличие или отсутствие собственных интересов; 5) иерархический статус субъекта – должностное лицо либо нет; 6) зависимость от бенефицианта либо их равноправие; 7) положительная или отрицательная оценка действий дарителя; 8) характеристика отношения субъекта к бенефицианту (уважительное, хорошее и т.д.); 9) количественная характеристика (отдельная личность, коллектив, организация); 10) цель субъекта дарения; 11) причина действий субъекта дарения.

Репрезентация признака «цель субъекта дарения» в русской и американской лингвокультурах схожа, однако в американском языковом сознании делается акцент на прагматичности дарения (return in the form of prestige, social expectation of reciprocity / с целью получения каких-то привилегий, ответных услуг). В русском языковом сознании важнее доставить удовольствие, радость бенефицианту (доставить удовольствие, пользу, радость).

Выделяются характеризующие признаки бенефицианта: 1) получение чего-либо, именуемого подарком; 2) наличие власти над субъектом или их равноправие; 3) положительная либо отрицательная реакция на дарение; 4) положительная или отрицательная оценка действий бенефицианта; 5) количественная характеристика (отдельная личность, коллектив, организация).

Специфика самого дарения отражена в признаке «процесс дарения». Выделяются следующие характеристики этого компонента: 1) безвозвратность дарения; 2) соблюдение или несоблюдение традиций и правил преподнесения подарка; 3) сфера дарения – бытовая, институциональная (юридическое, медицинское и т.д.), деловая; 4) оценочная характеристика – положительная или отрицательная оценка дарения; 5) письменное оформление или неоформление дарения; 6) правомерность или неправомерность; 7) официальность либо неофициальность; 8) наличие или отсутствие повода дарения и его выражение; 9) характер отношений между субъектом и бенефициантом.

Важными компонентами концепта «подарок» являются «повод и обстоятельства дарения». Помимо тех признаков «повода и обстоятельств дарения», которые неизбежно входят в содержание компонентов «предмет дарения», «субъект», «бенефициант» и «процесс», можно выделить следующие характеристики: 1) наличие или отсутствие особой атмосферы (праздничная, торжественная, официальная – неформальная); 2) присутствие третьих лиц или нет. Проведенный анализ показал, что, несмотря на то, что компоненты «повод и обстоятельства дарения» схожи в изучаемых лингвокультурах, прослеживается разница в обычаях и

традициях этих культур, а также специфике праздников.

Для выявления образно-ценностных характеристик символического лингвокультурного концепта «подарок» в американском и русском языковом сознании» были проанализированы результаты психолингвистического эксперимента, а также фразеологизмы и паремии американской и русской лингвокультур.

В психолингвистическом эксперименте, состоящем из нескольких этапов, принимали участие 100 носителей русской и 100 представителей американской лингвокультур. В качестве русскоязычных испытуемых выступали студенты из России (г. Астрахань). Англоязычную группу испытуемых составили студенты США (штат Калифорния). Возраст испытуемых был от 18 до 30 лет. Эксперимент проводился методом письменного анкетирования и социолингвистического опроса на родном языке информантов (русском языке и американском варианте английского соответственно). На первом этапе всем испытуемым предлагалось представить 5 первых словесных реакции, пришедших в голову при предъявлении слова-стимула «подарок».

В ходе эксперимента было получено 500 реакций со стороны русских испытуемых, 500 – со стороны американских. После проведения подсчетов выстраивается целый список ассоциатов, имеющих в американской и русской лингвокультурах различное процентное выражение.

Наибольший процент в русской лингвокультуре получают ассоциаты по переживаемым чувствам (31,2%) и характеристике предмета дарения (20%). В американской лингвокультуре ведущее место занимают предмет дарения (34,4%) и повод дарения (23,2%).

Следует особо подчеркнуть, что у носителей американской и русской лингвокультур были выявлены ассоциации с упаковкой предмета дарения. Так, американские респонденты назвали следующие ассоциаты: bows/ банты (10), wrapping paper/ упаковочная бумага (7), ribbon/ лента (4), box/ коробка (3). Русскими опрошенными были указаны такие ассоциаты, как коробка с бантиком (коробка с лентой) (8), красивая (яркая, шуршащая) упаковка (6), бант/ лента (4). По процентному соотношению ассоциация с упаковкой предмета дарения (коробка с бантиком/ лентой) возникает у американцев чаще, чем у русских (американцы — 4,8% и русские – 3,6%). Ассоциат «упаковка» (коробка с бантиком/ лентой), являясь одним из самых многочисленных в американском и русском языковом сознании, как бы выражает сокращенный обобщенный образ «подарка». Все остальные ассоциаты расширяют и дополняют его, образуя обобщенную ситуацию дарения.

Следовательно, согласно полученным результатам, красивая упаковка, а точнее коробка с бантиком или лентой, является обобщенным образом лингвокультурного концепта «подарок» для большинства представителей американской и русской лингвокультур.

Перцептивный образ лингвокультурного концепта «подарок» характеризуется смысловой глубиной, обозначает идею, которая обладает высокой ценностью. Это свидетельствует о наличии признака – ценностная насыщенность перцептивного образа этого концепта. В то же время предметный образ является, как правило, намеком на то, что находится сверх или за чувственно воспринимаемой внешностью. Образ коробки с бантиком является намеком на определенные отношения между участниками процесса дарения.

Как показал эксперимент, ассоциаты по характеристикам предмета дарения представлены достаточно многочисленно, поэтому мы попросили информантов выделить отрицательные и положительные характеристики подарка.

За 100% принимается 370 реакций, полученных от русскоговорящих информантов и 400 реакций от англоговорящих. Информанты дали больше положительно окрашенных характеристик предмета дарения (66%- русскоговорящие, 70% - англоговорящие), чем отрицательных (34% - русскоговорящие, 30% - англоговорящие), при этом положительно окрашенные характеристики представлены вариативнее отрицательных. В ходе эксперимента было выявлено, что одни и те же характеристики предмета дарения (например: *дорогой, неожиданный; expensive*) могут рассматриваться информантами и как положительные, и как отрицательные, в зависимости от того, является ли информант в этой ситуации дарителем или одариваемым.

Поскольку информанты дали больше положительно окрашенных характеристик предмета дарения, чем отрицательных, нашей задачей было выяснить, какие из них оказываются для информантов важнее, а какие не имеют особого значения. Для этого информантов попросили расставить в порядке значимости следующие характеристики: полезный/ практичный, дорогой/ не дешевый, от души, уместный, своевременный или назвать другой вариант. При выборе этих характеристик учитывался фактор разносторонности признаков, а также их процентного соотношения, полученного в результате предыдущего эксперимента-опроса.

За 100% принимается количество русскоговорящих (100) и англоговорящих (100) информантов. Характеристики предмета



дарения выстраиваются в русской лингвокультуре в следующем порядке по степени важности:

от души (1) → полезный (2) → уместный (3) → своевременный (4) → дорогой/недешевый (5).

В американской лингвокультуре они располагаются следующим образом:

от души (1) → дорогой/недешевый (2) → полезный (3) → уместный (4) → своевременный (5).

Следует также перечислить характеристики предмета дарения, которые были добавлены информантами: (рус.) оригинальный, индивидуальный, неожиданно хороший, то, о чем мечтаешь, необыкновенный, желанный; (амер.) thoughtful, endearing, can be kept for a long time.

Следовательно, на данном этапе эксперимента выявлено, что американские и русские респонденты распределяют предложенные характеристики «предмета дарения» по степени важности различно, хотя на первом месте в обеих лингвокультурах стоит характеристика «от души».

Задачей следующего этапа психолингвистического эксперимента было доказать, что именно коробка с бантиком является для большинства носителей американской и русской лингвокультур знаком, обозначающим подарок.

Для этого американцам и русским предлагалось ответить на вопрос: Каким знаком Вы бы изобразили подарок?

Были получены следующие результаты: 96% русских респондентов (96) ответили, что изобразили бы подарок в виде коробки с бантиком (лентой), причем 10% из них уточняли цвет бантика – красный. В то же время были получены следующие ответы: красный мешок от Деда Мороза — 1%; конверт — 1%; цветочек — 1%; знак «!» — 1%.

98% опрошенных американцев ответили, что знаком, изображающим подарок, является коробка с лентами или бантами – a box with a ribbon (26%) or bows (72%).

В качестве знака, символизирующего подарок, были названы также: знак «X» — 1% (1) и teddy-bear – 1% (1).

Для того чтобы определить отношение носителей американской и русской лингвокультур к манифестации предмета дарения деньгами и подарочными сертификатами, в ходе проведения социолингвистического опроса информантам было предложено выбрать один из вариантов, который они предпочитают.

Приведем варианты, указанные в анкетах: а) пусть лучше дадут деньгами, а я сам (сама) решу, что себе купить; б) лучше подарок, чем деньги; с) я предпочитаю подарочные сертификаты;

d) другой вариант.

Результаты опроса представителей русского языкового сознания представляют несколько иную картину. Так, в России дарение денег в качестве подарка не так широко распространено (деньги принято дарить, например, молодоженам), и лишь 25% россиян предпочитают подарок деньгами, 53,2% русских информантов считают, что лучше подарок, чем деньги - на наш взгляд, потому, что откровенная практичность дарения деньгами лишает подарок привлекательности. Только 3% опрошенных предпочитают подарочные сертификаты, что объясняется, прежде всего, тем, что подарочные сертификаты появились в России недавно и только входят в использование. 9,8% опрошенных россиян предложили свои варианты, среди которых: иду с человеком в магазин и выбираю себе подарок; пусть человек дарит то, что считает нужным. 9% информантов затруднились ответить.

На других этапах психолингвистического эксперимента были также рассмотрены поводы дарения, характеристики акта дарения, разница между взяткой и подарком. Результаты проведенного эксперимента-опроса подтверждают, что лингвокультурный концепт «подарок» имеет знаковую конкретизацию, выражением которой для большинства американских и русских респондентов является коробка с бантиком или лентой. Отметим, что по процентному соотношению большее количество американских информантов (98%) назвали коробку с бантиком или лентой в качестве знаковой представленности концепта «подарок», что объясняется большей значимостью упаковки подарка в американском языковом сознании, чем в русском.

Таким образом, результаты психолингвистического эксперимента и социолингвистического опроса показывают, что характеристики лингвокультурного концепта «подарок» в сознании информантов сводятся к следующим признакам: 1) наименование типичных предметов дарения; 2) характеристики предмета и акта дарения; 3) переживаемые чувства и эмоциональное состояние во время акта дарения; 4) характеристика дарителя и его действий; 5) характеристика бенефицианта и его действия; 6) причины дарения; 7) цель дарения; 8) особенности повода и обстоятельств преподнесения подарков; 9) оценка акта дарения субъектом и бенефициантом; 10) любовь или нелюбовь дарить подарки; 11) любовь или нелюбовь получать подарки; 12) распространенность либо нераспространенность подарочных сертификатов и денежной манифестации подарка.

Сопоставительный анализ свидетельствует о значительном совпадении этого концепта в сравниваемых лингвокультурах. Ос-

новые различия касаются значимости чувств, связанных с дарением, у русских и прагматичности, а также преимущественного материального выражения подарка – у американцев. У последних шире распространена денежная манифестация подарка и дарение подарочных сертификатов.

Отрицательная оценка предмета и акта дарения у американцев и русских, а также нежелание дарить или получать подарки связаны чаще всего с незнанием особенностей этикета дарения, неумением делать подарки, отсутствием возможности, а иногда и желания тратить время, деньги и душевные силы на выбор подарка, в результате чего у бенефицианта и дарителя могут возникнуть чувства недовольства, разочарования.

Во втором и третьем параграфах второй главы проводится анализ американских и русских паремий и фразеологизмов, имеющих в своем составе или толковании единицы, репрезентирующие концепт «подарок». Выделенное значительное количество пословиц и поговорок, репрезентирующих лингвокультурный концепт «подарок» (270 в русской лингвокультуре 147 в американской), свидетельствует о том, что он входит в круг важнейших и неотъемлемых атрибутов американского и русского социума.

Анализ паремиологических единиц позволяет нам заключить, что в русской и в американской лингвокультурах существуют нормы, правила дарения и принятия подарков. Например, не принято отказываться от подарков или обсуждать подаренное (рус.: *дареному коню в зубы не смотрят; дар – не купля: не хаят, а хвалят; дают – беру, бьют – беги*; амер.: *never look a gift horse in the mouth; when given a gift, accept it with grace; when beaten, be quick to move to your place*).

Такие понятия, как любить и дарить в обеих лингвокультурах неразделимы (рус.: *кого люблю, того и дарю*; амер.: *you can give without loving, but you can never love without giving*), при этом любить, но не дарить воспринимается носителями языка неестественно (любила, а ничем не подарила).

Характеристики подарка по-разному раскрываются в американском и русском языковом сознании. Если в русских паремиях ценится то, что подарок «не выпрошен» (*дорог подарочек невыпрошенный*), то в американской лингвокультуре – «своевременность подарка, манера преподнесения, чувства, с которыми дается подарок» (*it doubles the value of a gift to be well-timed; the manner of giving is worth more than the gift; it isn't a size of the gift that matters, but the size of the heart that gives it*).

При анализе пословиц и поговорок установлено, что для русских и американцев всё, что достается даром (в том числе и подарок) – лучше и дороже, чем что-то купленное (рус.: *даровое лыч-*

ко лучше купленного ремешка; амер.: *what is bought is cheaper than a gift*), а дар преподносится только тому, кто его заслуживает (рус.: *коли сам плох, так не даст и Бог*; амер.: *God doesn't give horns to a cow that butts*).

В русской лингвокультуре, согласно проведенному анализу, ясно прослеживается особое отношение к подарку, если он получен от близкого, любимого человека. Любая подаренная мелочь от такого человека лучше и милее любого дорогостоящего подарка (*от мила куманька черепок да латка, и то подарочек*). В американской лингвокультуре даритель тоже важен (*the giver makes the gift precious*).

В рассматриваемых лингвокультурах отмечается также готовность отдать что-то ценное для дорогого человека (рус.: *для милого дружка и сережка из ушка*; амер.: *just anything for my dear – even the ear-ring from my ear*).

Следует отметить, что в американской паремиологии уделяется особое внимание способу дарения (*to give and then not feel that one has given is the very best of all ways of giving*/ перевод: отдать и не чувствовать, что отдал – это лучший способ дарения). Важное место занимает также предмет дарения, в качестве которого может выступать хороший совет (*advice is a free gift that can become expensive for the one who gets it*/ перевод: совет – это бесплатный дар, который становится дорогим для того, кто его получает), настоящий друг (*a true friend is a special gift*/ перевод: настоящий друг – это особый подарок), внимание (*the greatest gift you can give another is the purity of your attention*/ перевод: лучший подарок, который Вы можете преподнести другому человеку – это Ваше внимание) и т.д.

В русской же лингвокультуре акцент делается на отношения субъекта и бенефицианта к предмету дарения, при этом прослеживается зависимость подарка и отношения к нему от существующих между ними взаимоотношений (*кума не мила – и гостинцы постылы; от того, кто не мил, и подарок постыл*).

Русские пословицы подчеркивают, что ценность подарка не в предмете дарения, а во внимании и хорошем отношении, которое он выражает (*не дорог подарок, дорого внимание; не дорог подарок, дорога любовь*). Они констатируют необходимость отдариваться (*любишь подарки, люби отдарки; подарки любят отдарки; дар дара ждет*). В них осуждается взяточничество (*кто взял – на том один арех, а кто дал – на том сто*), передаривание подарков (*дареное не дарят, вареное не варят*), дарение того, что самому не нужно (*что нам не мило, то полу в кадило; на тебе Боже, что нам не гоже*), а также даритель, который забирает подаренную вещь (*дареное назад не берут*). Отрицательную оценку получает и субъект, корящий подаренную вещь (*чем дарят, тем не корят*).

Метод сплошной выборки из фразеологических словарей дает 134 фразеологизма, репрезентирующих концепт «подарок» в американской лингвокультуре, и 215 в русской.

Анализ этих фразеологизмов свидетельствует о том, что в качестве подарка как в американской, так и русской лингвокультурах могут выступать не только определенные предметы, но и явления, события (*подарок судьбы*), талант красноречия (амер.: *gift of words (eloquence)*/ рус.: *дар слова*) и даже сам человек (амер.: *no prize package; no sugar*/ рус.: *не подарочек*). Субъект дарения может выражаться также через разные лексемы (человек, Бог, природа), при этом, желая исполнения чего-либо, как американцы, так и русские ждут этого «подарка» от Бога (амер.: *God grant!*/ рус.: *дай Бог*).

Даритель подарка наделяется носителями рассматриваемых лингвокультур разными качествами: жертвенность, готовность отдать что-то дорогое ради другого, (амер.: *to sacrifice somebody to somebody*; рус.: *приносить жертву на алтарь*).

Во фразеологическом корпусе обоих лингвокультур актуально взяточничество (амер.: *to oil someone's fist; to oil someone's hand*/ рус.: *давать на лапу; подмазывать колеса*).

Материал показывает, что и в американской, и в русской когнитивной базе благодарность человека часто выражается материально (*отдать дань; рублем подарить; на чаек; на чаишко; to tip somebody*).

Во фразеологизмах обоих языков порицается жизнь за счет других (амер.: *eat for free; drink for free; at others expense*; рус.: *за дармовщину; даром зря хлеб есть*), а положительную оценку, одобрение и даже вознаграждение получает оказание помощи.

Однако подобранный материал свидетельствует о том, что во фразеологическом корпусе русского языка одобряется оценка по достоинству качеств и дел другого человека (*отдать дань*); считается необходимым знать человека, которому делается подарок (*знай, кому добро творить и кого за что дарить*). В американской же лингвокультуре больше фразеологизмов посвящается нематериальным предметам дарения, например, таланту, красноречию, (*Cordelia's gift* перевод: тихий, нежный женский голос). Дарение также может быть рассчитано и на получение чего-то в ответ (*much is expected when much is given* перевод: кому много дано, с того и много спрашивается).

Сопоставительный анализ ценностных характеристик свидетельствует о том, что в американском языковом сознании уделяется особое внимание способу дарения и предмету дарения, в русской лингвокультуре подчеркивается положительная или отрицательная оценка действий дарителя, делается акцент на отношении субъекта и бенефицианта к предмету дарения, при этом

прослеживается зависимость подарка от взаимоотношений между ними.

Следовательно, в качестве ценностных признаков данного концепта выделяются: 1) особенности причины дарения; 2) оценка предмета дарения бенефициантом в зависимости от личности дарителя (любимый, близкий – неприятный, чужой); 3) манифестация предмета дарения (материальное – абстрактное); 4) корысть или бескорыстие цели дарения; 5) оценка реакции бенефицианта на предмет дарения; 6) выбор подарка в зависимости от отношений между бенефициантом и дарителем; 7) оценка действий дарителя; 8) выражение субъекта дарения.

Анализ фразеологизмов, паремий и результатов психолингвистического эксперимента позволяет заключить, что образные характеристики лингвокультурного концепта «подарок» неразрывно связаны и во многом совпадают с ценностными, что подтверждает единство образного и ценностного содержания. В то же время обосновывается наличие аттрактивности концепта «подарок» для носителей американской и русской лингвокультур.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает выдвинутую нами гипотезу о том, что лингвокультурный концепт «подарок» представляет собой особый тип концептов – символическое ментальное образование, которое имеет специфическую структуру и обладает особенностями в русском и американском языковом сознании.

Подведем основные итоги.

1. Лингвокультурный концепт «подарок» относится к особому типу ментальных образований — символическим концептам, отличительными признаками которых являются следующие: 1) ценностная насыщенность перцептивного образа, 2) интерпретативная глубина и многомерность, 3) аттрактивность для носителей культуры.

2. Понятийные характеристики концепта «подарок» моделируются в виде фрейма, включающего следующие основные компоненты: 1) предмет дарения, 2) субъект, 3) бенефициант, 4) процесс, 5) повод, 6) обстоятельства, и в виде сценария, в котором выделяются фазы преподнесения подарка: 1) желание сделать подарок, 2) выбор подарка, 3) вручение подарка, 4) благопожелание, 5) получение подарка, 6) благодарность.

3. Образно-ценностные характеристики концепта «подарок» в сознании информантов сводятся к наименованиям типичных предметов, которые являются подарками, обозначению чувств и эмоций, проявляющихся при вручении и получении подарков, упоминании поводов и обстоятельств преподнесения подарков, а

также характеристике подарка и акта дарения.

4. Сопоставительный анализ концепта «подарок» в русском и американском языковом сознании свидетельствует о значительном совпадении этого концепта в рассматриваемых лингвокультурах, основные различия устанавливаются применительно к образно-ценностным характеристикам подарка и касаются значимости чувств, связанных с дарением, у русских и прагматичности, а также преимущественного материального выражения подарка – у американцев.

### **Литература**

Черкасова Е.Н. Предмет дарения как признак концепта «подарок» в английской лингвокультуре // Гуманитарные исследования: журнал фундаментальных и прикладных исследований. 2008. – №1. – С. 39-44.

Черкасова Е.Н. Концепт «подарок» в американской и русской лингвокультурах // Гуманитарные исследования. 2008. – №4. – С. 89-94.

Черкасова Е.Н. Образно-перцептивная составляющая концепта подарок в английской и русской лингвокультурах // Межкультурная коммуникация: концепты и модели поведения: материалы междунар. науч. конф. / под ред. Е.М. Стомпель, Ю.Н. Петелиной. – Астрахань: Издат. дом «Астраханский университет», 2007. – С. 35-39.

Черкасова Е.Н. Репрезентация концепта «подарок» в английской и русской паремиологии // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: материалы междунар. науч. конф. / сост. Н.Н. Остринская, В.П. Свиридонова, Л.А. Милованова (и др.). – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2008. – С. 354-359.

Черкасова Е.Н. Оценочные характеристики концепта «подарок» во фразеологии американской лингвокультуры // Этнокультурная концептология и современные направления лингвистики: материалы постоянно действующего семинара. – Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2008. – Вып. 2. – С. 138-140.

**А.Г. Бойченко  
(Абакан)**

### **ПИТИЕ**

Данная работа посвящена изучению объективации лингвокультурологического концепта «питие» в русской языковой картине мира.

Концепт «питие», воплощаясь в языковых знаках, отражает существенную часть обширной области материальной культуры человечества, связанной с изготовлением и употреблением алкоголя. В связи с этим анализ его национально-культурной специфики требует учёта исторических, социологических, этнографи-

ческих, психологических и др. особенностей употребления алкоголя, которые, на наш взгляд, существенно влияют на когнитивные аспекты формирования концепта «Питие».

Исследуемый концепт рассматривается как общекультурная константа, так как он обладает универсальными признаками, которые заключаются в следующем: 1) всеобщность распространения данного явления, детерминируемая географическим ареалом, типом сырья, технологическими особенностями процесса изготовления алкогольных напитков, соматическими и конфессиональными особенностями наций; 2) производство сырья для изготовления алкоголя и технологический процесс производства алкогольных напитков является не только одной из важнейших сфер материальной культуры общества, но и обширной отраслью экономических отношений; 3) соответствие типа алкогольной культуры сложившемуся типу питания нации; 4) историческая изменчивость алкогольных предпочтений, определяемая экономическими, политическими и социальными факторами; 5) ритуализированный характер употребления алкоголя, связанный с национальной обрядовостью; 6) полифункциональность процесса употребления алкоголя; 7) способность выступать одним из знаков самоидентификации этноса наряду с национальным блюдом.

Обладая универсальными чертами общекультурной константы, концепт «Питие» представляет собой сложный социокультурный феномен, отмеченный и этнокультурной спецификой, которая проявляется в исторических и ментальных особенностях русского народа.

Релевантная информация о социокультурных и исторических составляющих концепта позволяет обнаружить имплицитные лингвистические особенности концептуализации алкогольной тематики, являющиеся его внутренней формой, выявляемой этимологически.

Рассмотрение этимологии различных слов-репрезентантов концепта раскрывает его особые культурологические смыслы. Опираясь преимущественно на данные М.М. Маковского, позволяющие реконструировать общую картину индоевропейской протокультуры и выявить мифопоэтические и религиозные воззрения говорящих, которые легли в основу значения того или иного слова, и учитывая данные других этимологических словарей, мы выявили имплицитные смыслы исследуемого концепта, которые заключаются в том, что, во-первых, большинство этимонов концепта восходит к первоначальному «гнуть – резать», которое, по мнению М.М. Маковского, является проявлением древнейших языческих культов, связанных с жертвоприношением. Религиозное



действие, как правило, обязательно включало в себя культовое возлияние и приношение жертвы богам. Таким образом, употребление опьяняющих напитков являлось сакральным ритуализированным актом. Во-вторых, этимологически обоснованными выступают такие «скрытые» репрезентанты исследуемого концепта, как *петь, праздник, жертва, жить, кровь*, ассоциативно связанные с отправлениями ритуального культа, важнейшей частью которого выступает возлияние.

Исследуя структуру концепта «Питие» в русской языковой картине мира, мы выделяем и характеризуем три важнейших компонента, упорядоченных по принципу поля: 1) понятийную составляющую, представленную лексико-семантическим полем концепта; 2) ценностную составляющую, представленную паремиологическим полем концепта; 3) образую составляющую, представленную как художественное воплощение исследуемого концепта в произведениях А.С. Пушкина.

Вслед за В.В. Воробьёвым, обосновавшим положение о двухмерности структуры лингвокультурологического поля, характеризуя содержание лингвокультурологического концепта «Питие», мы упорядочиваем его по полемому принципу, различая два измерения поля: обобщённое поле концепта и глубинное микрополе, построенные на основании разных критериев. Обобщённое поле концепта моделируется на основании количественного критерия по принципу яркости признака в сознании носителя языка, полагаем что, чем ярче признак, тем большим числом языковых единиц он объективируется в языке. Следовательно, чем большим количеством единиц репрезентируется конкретный слот концепта, тем выше его ценностная значимость для носителей языка в данной лингвокультуре. Однако частотного принципа оказывается явно недостаточно для моделирования содержания конкретного микрополя (слота) концепта, так как лексическое значение составляющих его единиц представляется слишком разнообразным, хотя и объединённым неким инвариантным смыслом, позволяющим отнести их к определённому слоту репрезентации концепта. С целью учёта разнообразных лексических значений конститuentов микрополя концепта вводится критерий его построения, который состоит в степени обобщённости/конкретности наименования явления (реалии), употребления лексемы в качестве репрезентанта алкогольной тематики в своём основном или в одном из лексических значений.

Номинативный аспект структуры концепта составляет 1731 лексико-семантическая единица, выявленная методом сплошной выборки и регистрирующая узуальное осмысление концепта «Пи-

тие» в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля, в «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова, в «Словаре русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой, в «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой. Выбор данных лексикографических источников в качестве предмета анализа обусловлен тем, что лексические данные исследуемых словарей наиболее полно, на наш взгляд, репрезентируют национальную языковую картину мира русского народа, отражая её социальную и территориальную дифференциацию в синхроническом и диахроническом аспектах, что позволяет сформулировать обоснованные выводы о лингвокультурологическом значении исследуемого концепта для русской концептосферы. Репрезентанты концепта объединяются в восемь микрополей.

Первое микрополе составляют наименования *субъектов* питания: *алкоголик, пьяница, гуня, бражник, гуляка, ханыга, виночерпий, шинкарь, корчмарь* и т.п. (193 ЛСВ – 11%). Таким образом, к субъектам питания отнесены не только наименования лиц, употребляющих алкоголь, но и лица, ведущие асоциальный образ жизни, участвующие в застолье, угощающие и торгующие алкоголем.

Второе микрополе представлено наименованиями *объектов* питания: *алкоголь, опрокидон, пиво, вино, ликёр, водка, тинкатура, ёрш, палёнка, креплёный, барда* и др. (296 ЛСВ – 17,1%). Таким образом, номенклатура наименований алкогольных напитков весьма разнообразна и дифференцирована. Анализ наименований алкогольных напитков в диахроническом аспекте позволяет проследить постепенный переход от слабоалкогольных напитков класса пива, зафиксированных преимущественно в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля, к крепким алкогольным напиткам, обширно представленным в более поздних толковых словарях.

Третье микрополе концепта составляют наименования мест употребления алкогольных напитков: *кабак, кружало, корчма, рюмочная, кафе, шантан, лавочка* и др. (109 ЛСВ – 6,3%). Анализ представленных конститuentов микрополя концепта позволяет заключить, что многие лексемы, обозначающие места употребления алкоголя, совмещают это значение со значением мест ночлега, где проезжающие находили временный приют (*постоялый двор*), со значением мест принятия пищи (*ресторан*), со значениями развлечений (*казино, кафешантан*), что, на наш взгляд, свидетельствует о гостеприимстве и хлебосольстве, свойственном русским, о наличии правил употребления алкогольных напит-

ков, требовавших обязательного присутствия закуски.

Четвёртое микрополе концепта представлено наименованиями *процессов изготовления* объектов питания: *виноделие, пивоварение, гнать, солодить, пенить, бродить, устояться, хмель, муст, яндова* и т.д. (352 ЛСВ – 20,2%). Анализ репрезентантов данного микрополя концепта свидетельствует о детальной проработанности наименований различных технологических процессов изготовления объектов питания, что позволяет сделать вывод о важной роли производства алкогольных напитков в бытовой сфере жизни народа, о преимущественно кустарном характере их изготовления на протяжении длительного времени и о преимущественно заводском производстве современной алкогольной продукции.

Пятое микрополе концепта – *номенклатура ёмкостей*, предназначенных для транспортировки, хранения и подачи на стол объектов питания: *скляница, фужер, шкалик, кружка, косушка, бочка, графин, котёл* и под. (106 ЛСВ – 6%). Лингвокультурологический анализ конститuentов этого микрополя позволяет выделить некоторые номинативные особенности: в наименованиях некоторых сосудов, предназначенных для употребления алкогольных напитков (*братина, круговая чаша*) подчёркивается совместность процесса употребления алкоголя; многие лексемы со значением «мера жидкостей» свидетельствуют о постепенном уменьшении потребляемой дозы алкоголя при возрастании крепости напитков; этимологический анализ репрезентантов этого микрополя концепта свидетельствует о заимствованной природе большинства номинантов (*графин, фужер, бутылка, баллон, фляга, карватка, сулея, рюмка, шкалик* и др.), что вполне объяснимо, так как эти ёмкости предназначались для транспортировки и употребления дорогих заграничных вин, не производившихся на территории Руси. Развитие представлений о питейной посуде способствовало формированию определённого типа культуры питания, воплощающегося в строго регламентированном столовом этикете.

Шестое микрополе концепта включает наименования *поводов* употребления алкогольных напитков: *заручье, поминки, отвальная, магарыч, туй, юбилей* и под. (48 ЛСВ – 2,7%). Разнообразие выделенных поводов к употреблению алкогольных напитков свидетельствует, что для русской ментальности опьянение носит ритуальный характер и сопровождается наиболее значительными событиями жизни человека (рождение, свадьба, смерть), подчёркивается совместность употребления алкоголя, выполняющего важнейшую социальную функцию объединения. Таким образом, в качестве повода к употреблению алкогольных напитков могут вы-

ступать любые события, в том числе и их отсутствие.

Седьмое микрополе репрезентации концепта составляют наименование *форм реализации* процесса употребления алкогольных напитков: *пьянка, спрыск, гулянка, пристоловица* и под. (60 ЛСВ – 3,4%). Таким образом, употребление алкоголя облекается в социально допустимую и поощряемую форму *пира (застолья)*, который является одной из наиболее существенных форм социального общения, выступает способом сплочения людей в коллективы и поддержания мира и общественного благополучия.

Восьмое микрополе концепта – наименования *процессов употребления* алкогольных напитков: *пьянствовать, пить, надрываться, дерябнуть, намазюкаться, подшибать, наканифолиться, напузыриться, чокаться, кутить, похмеляться* и т.д. (567 ЛСВ – 32,7%). Анализ репрезентантов этого микрополя концепта позволяет заключить, что в русской лингвокультуре особое значение придаётся процессу совместного употребления алкоголя; конститuentы этого микрополя семантически разнообразны (глаголы нейтрального действия – *пить, выпить*, глаголы мгновенного действия – *дёрнуть, дерябнуть*; глаголы, выражающие разовое действие, – *поддать, принять*; глаголы, выражающие длительное действие, – *гудеть, пьянствовать*); большинство лексем, характеризующих процесс употребления алкоголя, выражают это значение в метафорическом смысле (*выдуть, глушить, дёрнуть, нажраться, налакаться, обмыть, пить, тюкнуть, тяпнуть, употреблять*); глаголы данной группы в основном стилистически маркированы как разговорные, просторечные или грубо просторечные. Следовательно, для русского человека вкусовые ощущения алкогольных напитков представляются несущественными, качество объекта питания тоже не имеет принципиального значения, значение имеет сам процесс достижения состояния алкогольного опьянения, свидетельствующий о том, что в национальном языковом сознании употребление алкогольных напитков может являться самоцелью.

Таким образом, ядро номинативного поля концепта «Питие» составляют наименования процессов употребления алкоголя (32,7%), в зону ближней периферии входят наименования процессов изготовления алкогольных напитков (20,2%) и наименования объектов питания (17,1%), в зону дальней периферии попадают наименования субъектов питания (11%), мест употребления алкогольных напитков (6,3%), номенклатура ёмкостей (6%), формы реализации процессов употребления алкоголя (3,4%) и поводы употребления алкоголя (2,7%). Следовательно, в русской языковой картине мира обозначение процесса употребления алкоголя

является его структурно-семантическим ядром, что может свидетельствовать о ритуализированном и обрядовом характере совместного употребления алкогольных напитков в мифологизированном сознании русского народа.

Ценностный компонент структуры концепта представлен 1693 пословицами и поговорками, транслирующими ценностные установки русского народа, связанные с вербализацией алкогольной тематики. Паремиологические концептуальные признаки весьма разнообразны и могут быть сведены к 21 позиции, выявляющей отношение русского народа к данному социальному феномену. Аксеологическая составляющая исследуемого концепта является неоднозначной и антиномичной, что свидетельствует о дуалистическом отношении русских к алкоголизации, однако ядром этого поля концепта является негативная оценка состояния алкогольного опьянения и его опасных социальных последствий: *Стаканчики да рюмочки доведут до сумочки. Руки золотые, а горло погано. Кто много пьёт вина, у того за спиной тюрьма. Допьяна пить – Бога гневить. Пьяница – чёртова скляница. Хмель не вода – человеку беда. Вино уму не товарищ. С пьяным спознаться – с честью расстаться* (совокупно 46,6%); зону ближней периферии формируют паремии с позитивной оценкой употребления алкоголя, являющегося катализатором веселья и дающего ощущение полноты жизни: *Не пьют только на небеси, а тут – кому ни поднеси. Когда пир, тогда и песни. Пьяного Бог бережёт. Водка – лучшее лекарство. Пьян да умён – два угодия в нём* (совокупно 31,8%); к зоне дальней периферии отнесены пословицы и поговорки, нейтрально характеризующие поведение субъекта в состоянии алкогольного опьянения: *Пьяному море по колено*; необходимость повода для употребления алкоголя: *Кума не бити – пива не пити* (совокупно 20,6%).

Таким образом, ценностный компонент структуры концепта дуалистичен, с одной стороны, соблюдаются требования этики, заключающиеся в негативной оценке состояния алкогольного опьянения, с другой стороны, антиэтическое поведение субъекта в состоянии алкогольного опьянения оценивается снисходительно.

Образный компонент структуры концепта представлен анализом его интерпретации в различных индивидуально-авторских сентенциях, афоризмах, занимающих промежуточное положение в обобщённой структуре концепта как транслирующие индивидуальные ценностные установки в ёмкой художественной форме.

Под образной составляющей концепта мы понимаем не перцептивный чувственный образ, созданный когнитивными признаками концепта, а метафорический образ, который, объективируясь в сознании конкретного автора, воплощается в тексте в виде

художественного образа и становится тем самым достоянием национальной культуры. Поле афоризмов, репрезентирующих концепт «Питие», насчитывает 332 сентенции, принадлежащих античным и современным философам, политикам и общественным деятелям, врачам и физиологам, писателям и поэтам, публицистам, историкам и мн. др., общий смысл которых может быть сведён к 14 позициям, концептуальным ядром которых является универсальная негативная морально-нравственная оценка пьянства: *Все эпидемии вместе взятые меньше губят человечество, чем пьянство* (Ж. Рошар); *Пьянство – мать всех пороков* (Абу-ль-Фарадж); *В пьянстве нет ни ума, ни добродетели* (Г. Сковорода); *Алкоголь превращает человека в убийцу и вора* (К. Колтон) – всего 96 высказываний (29%); зону ближней периферии составляют высказывания, отмечающие преобразование сознания (знания, разума) субъекта питания: *Пьянство есть упражнение в безумстве* (Пифагор); *Пиво, страха усыпитель И гневной совести смиритель* (А. Пушкин); *Опьянение показывает душу человека, как зеркало отражает его тело* (Эсхил); *Люди знают это свойство вина заглушать голос совести и сознательно употребляют его для этой цели* (Л. Толстой); *Водка – это самое проверенное средство, превращающее мечты в иллюзии, а иллюзии – в виртуальную реальность* (С. Янковский) – всего 73 сентенции (22%); зону дальней периферии формируют разнообразные индивидуальные трактовки концепта «Питие»: *Кто не любит вина, женщин и песен, так дураком и умрёт!* (М. Лютер); *Алкоголь в малых дозах безвреден в любом количестве* (М. Жванецкий); *Есть мера в питье* (Варрон); *Вино – самый здоровый и гигиеничный из напитков* (Луи Пастер); *Пить вино так же вредно, как принимать яд* (Сенека); *Иному вино помогает трезво взглянуть на вещи* (К. Кушнер); *Даже мыслям о выпивке необходима, как ничто другое, трезвость* (Л. Сухоруков); *Водка для русских – это то же самое, что и психоаналитик для американцев* (Неизвестный автор); *А вот похоть вино и вызывает, и отшибает, вызывает желание, но препятствует удовлетворению* (У. Шекспир); *Алкоголизм – систематическое воровство благодати* (Р. Алев), которые также антиномичны, – всего 163 афоризма (в процентном соотношении группы от 8,7% до 0,6%). Индивидуально-авторская интерпретация концепта «Питие», репрезентуемого афористическими высказываниями, свидетельствует, с одной стороны, об универсальности его негативной оценки как социального порока, но, с другой стороны, существенно дополняет содержание исследуемого концепта другими разнообразными культурно значимыми смыслами.

В интерпретационном поле концепта особое место занимает исследование индивидуальных представлений, объективирующих содержание концепта в художественных образах, что является принципиально важным для характеристики концептов куль-

туры. Выбор произведений А.С. Пушкина в качестве объекта анализа образной составляющей исследуемого концепта обусловлен, во-первых, особой значимостью творчества поэта в русской культуре, воспринимаемом как воплощение национального самосознания, национального менталитета; во-вторых, по мнению многочисленных исследователей-пушкинистов (М.М. Бахтина, Б.П. Городецкого, Ю.М. Лотмана, В. Непомнящего и мн. др.), пиршественная символика исключительно существенна для художественного творчества Пушкина и позволяет проследить духовную, душевную и социальную эволюцию автора; в-третьих, в творчестве А.С. Пушкина тема пиршества, с одной стороны, продолжает традиции трактовки символов пира, заложенные в произведениях ещё античных авторов (например, в философском трактате Платона «Пир»), а, с другой стороны, наделяется неповторимой авторской семантикой, воплощающейся в оригинальных художественных образах.

Анализ концепта «Питие» в творческом наследии А.С. Пушкина показывает, что рассматриваемый концепт имеет сложную структуру, включающую бытовую и философский аспект осмысления пиршества.

Бытовой слой концептуального поля «Питие», описанный в терминах «питейной» лексики и являющийся языковой репрезентацией концепта, представлен в «Конкордансе к стихам А.С. Пушкина» Дж. Томаса Шоу и включает в себя около 300 различных лексико-семантических единиц, иллюстрирующих вербализацию конститuentов номинативного поля исследуемого концепта: поводы употребления алкогольных напитков (*Выпьем с горя...*); наименования объектов питания (*Вдовы Клико или Мозта Благословенное вино...*); номенклатура ёмкостей (*Поднимем бокалы, содвинем их разом...*); наименования процесса употребления объектов питания (*За обедом старик пьян напился*); места употребления алкоголя (*В трактирах стал он пенить пиво...*); дионисийские мотивы (*Вот Бахус мирный, вечно юный!*); форма реализации процесса употребления алкоголя (*Я люблю весёлый пир...*); наименования субъектов питания (*Ведёт нас пьяных на постель*). За бытовыми подробностями описания пира скрывается тон «изящного эпикуреизма», выражающего культ земных радостей, таким образом, обретая дополнительные смыслы, концепт приобретает философскую глубину.

Ядро философского смысла концепта составляет диада «пир – дружба» (*Друзья! Досужий час настал; Все тихо, все в покое; Скорее скатерть и бокал! Сюда, вино золотое!*), приядерную зону – мотив творчества и любви (*В лета красные мои Поэтический Аи Нравился*

мне пеной шумной, Сим подобием любви Или юности безумной), к зоне ближней периферии следует отнести выделяемый при анализе текстов мотив тоски, одиночества и забвения, где пир выступает как воспоминание о молодости (*Пылай, камин, в моей пустынной келье; А ты, вино, осенней стужи друг...*), и дальнюю периферию составляет мотив прерванного пира, символизирующий смерть (*Блажен, кто праздник жизни рано Оставил, не допив до дна Бокала, полного вина*).

В лирике поэта мотив пиршественного веселья трансформируется в философском смысле от восприятия пира как символа жизни до понимания пира как ритуального действия, символизирующего смерть, кульминацией которого является драматический цикл «Маленькие трагедии». Перевернутый мотив пира – «гибельный пир» усиливается в цикле «Маленькие трагедии» от пира с сундуками денег в «Скупом рыцаре» (*Хочу себе сегодня пир устроить: Зажгу свечу пред каждым сундуком...*), через пир – убийство в «Моцарте и Сальери» (*Теперь – пора! заветный дар любви, Переходи сегодня в чашу дружбы*), пир гибельной любви перед лицом смерти в «Каменном госте» (*Донна Анна: О боже мой! И здесь, при этом гробе!*) и апофеозом является пир – бунт в «Пире во время чумы» (*Зажжём огни, нальём бокалы, Утопим весело умы И, заварив пиры да балы, Восславим царствие Чумы*), утверждающий бессмертие человека и провозглашающий ценность человеческой жизни. Таким образом, «гибельный пир» усиливает семантику пира как воплощения жизни.

Образный компонент структуры исследуемого концепта в произведениях А.С. Пушкина выражается как художественный образ пира с присущей ему семантикой жизни (*пир* – дружба, любовь, веселье, творчество, битва) и смерти (*пир* – золото, убийство, бунт), что позволяет заключить, что данный концепт является одной из основополагающих философских категорий творчества великого русского поэта.

Несмотря на неоднозначность проблемы правомерности отнесения алкоголизации к сфере культуры, концепт «Питие», несомненно, является лингвокультурологическим концептом, так как, объективируясь в языковых знаках, он воплощает систему ценностей народа, что является важнейшим свойством концепта культуры. Ядром номинативного поля концепта «Питие» в русской языковой картине мира является наименование процессов употребления алкоголя, что свидетельствует о ритуализированном и обрядовом характере совместного употребления алкогольных напитков в мифологизированном сознании русского народа. Аксиологическая составляющая концепта, определяющая его роль



культурной доминанты, отличается антиномичностью, что демонстрирует дуалистическое отношение русского народа к процессу употребления алкоголя, проявляющееся в негативной оценке состояния алкогольного опьянения, но в снисходительной оценке антиэтического поведения субъекта, находящегося в состоянии алкогольного опьянения. Подвергаясь индивидуальной концептуализации, сфера «Питие» получила разнообразные авторские трактовки в многочисленных произведениях русской художественной литературы, воплощаясь в художественные образы и символы.

Проведённое исследование репрезентации концепта «Питие» в русской языковой картине мира позволяет заключить, что, во-первых, изучаемая концептуализированная область по количественной представленности репрезентантов является одной из самых обширных в русской лингвокультуре; во-вторых, концепт «Питие» является моноцентричным, с чётко выраженным ядром, обширной зоной ближней периферии, выраженной его аксиологической составляющей, и более диффузной зоной дальней периферии, включающей образный компонент; в-третьих, концептуализированная область употребления алкогольных напитков активно взаимодействует со смежными концептами - такими, как «Застолье», «Вино», «Водка», «Трапеза», «Человек» и т.п.; в-четвёртых, формирование когнитивных признаков концепта «Питие» детерминировано различными экстралингвистическими факторами, определяющими специфику его языковой объективации в русской языковой картине мира.

### **Литература**

Бойченко А.Г. Репрезентация концепта «Питие» в паремиологическом фонде русского языка как отражение ценностной картины мира русского народа // Вестник Читинского государственного университета. – №3 (54). – 2009. – С. 155 – 159.

Бойченко А.Г. Репрезентация концепта «Питие» в русской фразеологической картине мира // Проблемы межкультурной коммуникации в теории языка и лингводидактике: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Барнаул, 5-6 октября 2006 г.). В 2 ч. / под ред. Т.Г. Пшёнкиной. – Ч. 1. – Барнаул: БГПУ, 2006. – С. 251 – 255.

Бойченко А.Г. Универсальные черты концепта «Питие» как общекультурной константы народа // Актуальные проблемы изучения языка и литературы: языковая политика в межкультурной среде. Материалы I Междунар. науч.-практ. конф., 19 – 21 октября 2006 г., г. Абакан. – Абакан: Изд-во Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2006. – С. 78 – 81.

Бойченко А.Г. Чаша бытия. Некоторые аспекты репрезентации концепта «Питие» в русской литературе // Язык, культура, коммуникация:

аспекты взаимодействия. Научно-методический бюллетень / Под ред. И.В. Пекарской. Вып. 3. – Абакан: Издательство Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2006. – С. 77 – 81.

Бойченко А.Г. Структурное описание лексико-понятийного поля концепта «Питие» по данным «Толкового словаря живого великорусского языка» В.И. Даля // Вопросы филологических наук. – №5 (34). – 2008. – С. 34 – 41.

Бойченко А.Г. Полевая модель структуры концепта «Питие» в «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой // Актуальные проблемы изучения языка и литературы: языковое развитие и языковое образование Юга Сибири и сопредельных территорий: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., 23 – 25 октября 2008 г., г. Абакан. Абакан: Изд-во Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2008. – С. 116 – 120 (0,57 п/л).

Бойченко А.Г. Концепт «пир» в поэтике А.С. Пушкина // Язык, культура, коммуникация: аспекты взаимодействия: научно-методический бюллетень. Вып. 4 / отв. ред. И.В. Пекарская. – Абакан: Изд-во Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2008. – С. 19 – 31.

Бойченко А.Г. Трансформация философского смысла концепта «пир» в творчестве А.С. Пушкина // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. Серия 5. Филология: Языкознание. Выпуск 9 / гл. ред. С.А. Боргояков, отв. ред. И.В. Пекарская. – Абакан: Изд-во Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова, 2008. – С. 130 – 135.

**Т.С. Глушкова**  
**(Омск)**

## **ВИНОПИТИЕ**

Винопитие, являясь неотъемлемой частью русского быта, занимает особое место в национальной картине мира. Под «винопитием» понимается употребление любых алкогольных напитков, в том числе водки (на Руси водку называли «хлебным вином»). Слово «винопитие» в значении «употребление вина» встречается в Церковнославянском словаре и в Толковом словаре живого великорусского языка В.И. Даля. В толковых словарях современного русского языка слово «винопитие» отсутствует. Для обозначения процесса употребления спиртных напитков используются лексемы «пить», «выпивать» (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова 1984). Слово «выпивка» (прост.) имеет следующие значения: «то же, что попойка» и «спиртные напитки» (там же). В данном исследовании «винопитие» и «выпивка» (в значении «распитие спиртных напитков») используются как синонимы. Однако «винопитие», являясь терминологическим понятием, преимущественно используется в описании языковой картины мира. Лексема «выпивка» отражает стереотипные представления, связанные с алкогольной темой,

которые закреплены в массовом сознании носителей языка.

В исследовании предпринята попытка описания фрагмента русской языковой картины мира, связанного с темой винопития. Специфика данного фрагмента заключается во взаимодействии материальной и духовной культуры.

Цель данной работы — выявить стереотипные представления носителей русского языка о винопитии и описать их языковые репрезентации в разных типах дискурса.

Устойчивые представления носителей русского языка, связанные с темой выпивки, можно систематизировать в стереотипные блоки. Первая группа — это стереотипы, отражающие **значимость данного феномена для русской культуры** (*Обычай дорогой, что выпить по другой. Не то чтобы пить, а с добрыми людьми посидеть (побеседовать) любит. На радости выпить, а горе запить*).

Вторая группа представлена стереотипными блоками, содержащими **оценочный компонент**. Стереотипы второй группы фиксируют **отношение к выпивке и пьющему человеку в русской культуре** (*Смелым бог владеет, а пьяным черт качает. Человека хлеб живит, а вино крепит. Как пьян, так и капитан, а проспится, и свиньи боится. Водка ремеслу не товарищ. Не жаль молодца ни бита, ни ранена, жаль молодца похмельного*).

В третью группу вошли стереотипы, отражающие **специфику культуры питания русских** (*Из полуведра через край до дна. Из анекдота: — Русское застолье — это ящик пива, пара бутылок водки, палка колбасы и собака ... — А собака зачем? — Ну, кто-то же должен съесть колбасу ...*).

Разумеется, это деление условно: в некоторых случаях достаточно трудно провести четкую дифференциацию стереотипных блоков, так как нередко одни и те же языковые репрезентации объективируют стереотипные представления, относящиеся к различным группам.

Наиболее устойчивыми и детально представленными оказались первые две группы стереотипов. Возможно, это объясняется тем, что для русского сознания приоритетной по сравнению с бытовой сферой является духовная сфера. В стереотипах третьей группы, в которых фиксируются представления о количестве употребляемого спиртного, посуде, используемой для выпивки, способах выпивания, также отражаются стереотипы, которые могли бы войти в группу культурно значимых и эмотивных стереотипов. Например, стереотипы о количестве употребляемого спиртного и способах питания (*Из былин: Наливала она чару зелена вина в полтора ведра Да турий тот рог меду сладкого ... Да брал он чару зелена вина в полтора ведра, А брал он чару единой рукой, Выпивал он чару на единый дух, Да и турий рог выпил меду сладкого ...*) отражают представ-

ления о русском национальном характере: в чрезмерном употреблении спиртного проявляется максимализм, удаль и противоречивость русской природы.

Рассмотрев языковые репрезентации устойчивых представлений носителей русского языка о винопитии, можно сказать, что выпивка для русского человека – это традиция и привычка; это способ снять напряжение и поднять настроение; это удовольствие и ощущение свободы; это способ поправить здоровье; это увлечение и искушение, переходящее порой в злоупотребление.

Надо отметить роль СМИ в усилении стереотипа, согласно которому пьянство, являясь особенностью русского национального характера, становится национальным символом россиян, проявлением так называемой «русскости» (Из СМИ: *Традиция употребления алкогольных напитков доказывает русский национальный характер. По моему мнению, человек, который совсем не пьет, либо лечится, либо не является русским по духу, потому что жить в России и не пить – непатриотично, антинационально и неестественно* (Ю.Симонов-Вяземский. Самая длинная попойка в году. Российская панорама на канале RTVI 29 дек. <http://www.rtv.ru/anons>). Данный стереотип не был столь отчетливо представлен в паремиологических источниках.

В языковом сознании XX века феномен пьянства приобрел идеологическое значение: в СССР пьянство стало своего рода протестом против государственного строя и советского образа жизни (А. Королев <http://www.ran.ru/analytcs>). Таким образом, стереотипы о значимости выпивки подверглись определенной модификации.

Анализ материала показал, что для русской культуры характерно двойственное отношение к пьянству и пьющему человеку. С одной стороны, пьянство как порок осуждается, с другой стороны, обыденность данного явления обуславливает терпимость к человеку пьющему, а умеренное употребление спиртного приветствуется. Традиционными остаются представления о поведении человека в состоянии алкогольного опьянения и ощущениях самого пьющего.

Как можно судить по сопоставлению текстов разных исторических периодов, представление об алкоголизме как тяжелой болезни характерно для современного сознания. Этот стереотип формируется в XX веке.

Также установлено, что в сознании носителей языка усиливаются стереотипы о социальной дифференциации выпивки: дорогие и качественные спиртные напитки для богатых и дешевый алкоголь для бедных. В эпоху контрафактной продукции формируется стереотип некачественного алкоголя, например, «паленой

водки» (Из СМИ: *И если все-таки выпить рюмку-другую, то доброкачественного алкоголя. К сожалению, найти в продаже алкоголь, пригодный к употреблению, сложно. Надежным может быть только алкоголь, произведенный под жестким государственным контролем* (АиФ №6, 2007). В паремиологических источниках он практически не отражен.

Представления об алкогольных напитках, количестве употребляемого спиртного, ритуале винопития являются достаточно устойчивыми.

Таким образом, можно говорить о том, что содержание фрагмента русской языковой картины мира, связанного с темой выпивки, отличается значительной стабильностью и преемственностью.

В исследовании была предпринята попытка реконструировать **фрейм**, объективируемый словом «**выпивка**». Он репрезентирует фрагмент русской языковой картины мира «винопитие».

Выпивка как фрейм формируется представлениями о прототипической ситуации и ее элементах, имеющих фиксированные роли и положения. В данной социальной ситуации для нас наиболее релевантными являются следующие компоненты: участники выпивки, мотивационная сфера действия, социокультурная значимость данного феномена и особенности протекания действия.

В структуре фрейма, объективируемого словом «выпивка», можно выделить 4 субфрейма: «Участники», «Социокультурная значимость», «Особенности употребления», «Напитки». В каждом субфрейме есть слоты (или терминалы). Субфрейм «Участники» включает следующие 4 слота: «характеристики участников ситуации», «мотивация», «поведение», «отношение социума». Субфрейм «Социокультурная значимость» представлен 6 слотами: «культура», «история», «быт», «экономика», «государство», «религия». В субфрейм «Особенности употребления» включены 4 слота: «количество», «приглашение», «способы и посуда», «закуска». Субфрейм «Напитки» включает 4 слота: «разновидности спиртного», «качество», «стоимость», «социальная дифференциация алкоголя».

**Субфрейм «Участники»** включает слот «**характеристики участников выпивки**», который будет содержать дополнительные уровни, объективирующие представления о гендерных аспектах выпивки, о возрасте и количестве участников выпивки, степени близости и социальном положении субъектов, их национальной принадлежности, профессии и материальном благосостоянии, а также месте проживания.

В ситуации выпивки, как и в любой другой деятельности,

наиболее значимой является фигура субъекта, без которого реализация данного процесса становится невозможной. Для обозначения участников выпивки в русском языке нет специальных лексем. Соучастниками выпивки становятся друзья, приятели, товарищи, коллеги, родственники, случайные знакомые. Лексема «*собутельник*» является стилистически маркированной (разговорное, сниженное).

В содержание данного слота включаются представления о состояниях алкогольного опьянения, которые имеют следующие языковые репрезентации: *в зюю пьяный, нажрамшись, нажрался как свинья, пьяный вдрызг, еле языком ворочает, напиться до потери пульса, пьяный в хлам, пьяный в сиську, готовый* (из анекдотов).

Для обозначения средней степени опьянения используются следующие языковые единицы: *в нетрезвом состоянии, поддавший, выпивши* (прост.), *подвыпивший, подшофе, под градусом, (быть) под мухой*.

Образ «человека, злоупотребляющего спиртным» объективируется следующими лексемами, имеющими отрицательные коннотации: *пьяница, пьющий, выпивоха, алкоголик, алкоголичка, пьянь, забулдыга, запойный, спившийся, изрядно подвыпивший*. А также: *алконавт, агал, алик, бухарь, синяк, сквалыга, алкаш, сливарез, Кирюха, колдырь, в сосиску бухой* (Словарь молодежного сленга).

**Слот «мотивация»** наполняется содержанием, отражающим цели участников выпивки. Как показал анализ материала, выпивают для того, чтобы опьянеть, получить удовольствие, отдохнуть, поднять настроение, поддержать компанию, поговорить, поправить здоровье (Анекдот: — *Для улучшения пищеварения я пью пиво, при отсутствии аппетита я пью белое вино, при низком давлении – красное, при повышенном – коньяк, при ангине – водку. — А водка? — Такой болезни у меня еще не было...* Из СМИ: *Кто-то ходил в кино, театры или даже в консерватории, но большинство предпочитало развлечения попроще – с поллитрой на кухне или на природе* (АиФ № 6, 2007г.).

Особое место отводится подготовке к выпивке. Подготовка характеризуется эмоциональным напряжением и ожиданием, в ней находит реализацию характерная интенция одного или группы лиц: стремление удовлетворить алкогольную потребность (В.В. Химик 2000, с. 162).

Дополнительный уровень слота «мотивация», который можно условно обозначить как «достижение состояния алкогольного опьянения», объективируется в лексемах: *напиться, опьянеть, стать пьяным*, а также в ряде синонимов: *набраться, упиться*,

*нажраться, наклюкаться, нарезатьься, нализиться, налимониться, нахлестаться* (Словарь синонимов русского языка п/ред. А.П. Евгеньевой), *настукаться, настегаться, наканифолиться, насвистаться, употребить, накуликатся, наутюжиться, начокаться, нахрюкаться, подгулять, насандалить нос, натянуться, насосаться, закатить ухарскую* (Пословицы русского народа п/ред. В.И. Даля). Этот ряд можно продолжить лексемами из «Словаря народно-разговорной речи»: *набухаться, надраться, надрызгаться, назузиться, накачаться, накваситься, накиряться, накушаться, напиться в драбадан* (Б.И. Осипов 1994, с. 131).

**Слот «мотивация»** включает также представления о поводах для выпивки.

Поводом для выпивки может послужить любое событие: *Было б что выпить, а повод всегда найдется*. Поэтому фрейм «выпивка» может входить в качестве подфрейма в структуру таких фреймов, как «день рождения», «встреча Нового года», «рождение ребенка», «встреча друзей», «покупка новой вещи», «проводы в армию», «охота», «рыбалка», «посещение бани», «свадьба», «развод», «любовное свидание», «начало какого-либо мероприятия», «успешное или неудачное завершение какого-либо мероприятия», «похороны», «поминки» и др. Для фреймов «выезд на природу», «охота», «рыбалка», «баня» подфрейм «выпивка» будет устойчивым компонентом (Анекдот: *Двое знакомятся по брачному объявлению. Женщина: — А как вы насчет выпивки? Мужчина: — Да нормально: по праздникам или после бани. Наутро после свадьбы. Муж: — Маш, сегодня какой праздник? Жена: — Да никакого нет. Муж: — Ну, тогда в баню собирай!*).

**Эмоциональная составляющая фрейма «выпивка»**, связанная с представлениями о выпивке как удовольствии, может мотивировать включенность «выпивки» в качестве подфрейма в структуру таких фреймов, как «получение удовольствия» или «наслаждение». Фрейм «выпивка» оказывается связанным с такими эмоциональными концептами, как «радость» и «горе».

**Слот «поведение человека в состоянии алкогольного опьянения»** объективирует представления о неадекватности, агрессивности, глупости, болтливости человека, находящегося в состоянии опьянения. Отношение к выпивке и пьющему человеку в русской культуре зафиксировано в следующем слоте «отношение социума», содержанием которого будут осуждение, терпимость, жалость (Из СМИ: *По всему городу дикое количество игровых автоматов и алкогольных точек. Одна зараза питает другую: выпил, пошел играть, проигрался, занял, украл, нажрался ...* (КП, 25 октября 2005). *Больно и горько наблюдать за тем, как пьющий все ниже опускается*).

кается на дно, теряя человеческий облик (Теленеделя №7, 16 – 24 февраля 2008). Из темноты появился пьяненький мужичонка с гармошкой ... (АиФ №52, 2005).

**Субфрейм «Социокультурная значимость выпивки»** систематизирует устойчивые представления носителей русского языка о роли выпивки в жизни социума. Анализ материала позволяет говорить о культурной значимости данного феномена, так как выпивка является атрибутом русской культуры, отличительной чертой русского национального характера, своего рода национальным идентификатором (Из СМИ: *Мы выросли в такой стране, где можно кушать только дома, разговаривать только на кухне, сидя за столом. Кем бы мы ни были – академиками, учителями, писателями, за столом мы были равны всегда. Это то, что мы завоевали: помните, два восемьдесят семь; четыре двенадцать. Мы пили все эти цены. ... Пить – значит разговаривать в этой стране. В России нельзя обвинять людей в том, что они пьют. Потому что пить – это расти, пить – это слушать, пить – это учиться демократии, в конце концов* (М. Жванецкий, АиФ №10, 2007).

**Слот «быт»** отражает стереотипы, согласно которым выпивка является неотъемлемым атрибутом российского быта, обычаем и привычкой. Для русского сознания характерно разграничение таких понятий, как пьянство и алкоголизм. Достаточно устойчивым является представление о пьянстве как причине социальных бед (Из СМИ: *Еще в 1914г. на бутылках с водкой хотели написать «Водка – яд». И что? Россия пьет до сих пор* (АиФ № 6, 2007г.). Тосты: *Выпьем не ради пьянки окаянной, а дабы не отвыкнуть. Чтоб эта мерзость озером стала и мимо него на работу идти!* (налив водку). Анекдот: *Куплю квартиру на ваших условиях в нетрезвом состоянии за любые деньги. Звонить ежедневно, после 22 часов. Пословицы: Не тот пьяница, кто пьет, а тот, кто опохмеляется. Пьяница проспится, опохмельный никогда (все опохмеляется). Запой пуще пьянства).*

**Слот «экономика»** актуализирует представления об экономической выгоде, которую имеет государство от производства и продажи алкогольной продукции, а также о водке как эквиваленте денежной единицы (Анекдот: *После введения Указа Горбачев приехал на ВАЗ: — Ну что, товарищи, вы теперь стали меньше пить? Те загалдели: — Нет, так же пьем, как и раньше! — Ну как же так – ведь водка подорожала? — Ха, вот видите эту прокладочку? Как раньше она у частников стоила бутылку, так и стоит).*

Представление о пьянстве как своего рода бунте, протесте против существующего государственного строя (например, в эпоху СССР) отражено в слоте **«государство»** (Из СМИ: *... алкоголь отменяет внутренний контроль, позволяет нам получить псевдосвободу. Русская нация пьющая, потому что очень свободолюбивая. Спиртное позволяет нам проявлять загнанные общественными устоями истинные границы души* (АиФ №31, 2006).



**Слот «религия»** отражает отношение церкви к выпивке (Из СМИ: *Умеренное употребление спиртного не просто допускается Церковью, но и приветствуется ею, ведь вино – дар Божий, веселящий сердце и укрепляющий здоровье. Однако тонкую грань умеренности так легко перешагнуть, и тогда удовольствие от вкуса и легкого веселья перерождается в болезненную зависимость. При этом надо понимать, что пьянство – большой грех, и невозможно быть одновременно пьяницей и христианином* (Твой доктор №23, 2005).

**Субфрейм «напитки»** включает представления о разновидностях спиртного, качестве напитков, их стоимости, социальной дифференциации выпивки (Анекдот: *Заходят два алкоголика в магазин. Подходят к прилавку, долго смотрят. – Ты погляди: коньяк 5000 рублей стоит! – Это для непьющих*).

**Субфрейм «особенности употребления спиртного»** объективирует представления о количестве употребляемого спиртного, способах питания, закусках (Анекдот: *Пьют двое мужиков. Один спрашивает: — Сколько тебе наливать? – Ты что, краев стакана не видишь? Пословица: Где огурцы, тут и пьяницы*).

**Слот «количество»** включает представление о том, что русские много пьют, о чем красноречиво свидетельствуют наименования емкостей для хранения и употребления спиртного (*чара, чарочка, чаша, чан, бочка, ведро, бочонок, рог, фляга; бутылка, чекушка, стакан, рюмка, стопка, бокал, кружка*). Роль тостов в русском застолье отражается в содержании слота **«приглашение»** (Тосты: *Быть счастливым – непосильное бремя для человека. Быть пьяным – вполне разрешимая задача и достижимое состояние. Так что, выпьем, счастливые вы мои!*).

Таким образом, фрагмент русской языковой картины мира, связанный с темой выпивки, формируют стереотипы, отражающие устойчивые представления носителей русского языка о культуре питания. Они находят отражение в структуре фрейма, объективируемого словом «выпивка».

В современных условиях в связи с действующей системой государственного регулирования рекламной деятельности **продвижение алкогольной продукции** на рынке представляется весьма сложной задачей.

В работе установлены специфические культурно-языковые особенности рекламы крепких алкогольных напитков, а также основные стратегии речевого воздействия в рекламировании водочной продукции.

Языковые репрезентации представлений о пользе спиртного, информация о технологии приготовления и способах очистки данного алкогольного напитка реализуют **ценностно-ориентированную стратегию**, связывающую рекламируемый

объект с важными для целевой группы ценностными понятиями (в данном случае — это сохранение здоровья): «Русское достояние золотая» — снижает утомляемость, улучшает деятельность мозга; «Нижний Новгород Золотая» — в состав входит золотой корень и солодка, эти компоненты стимулируют организм; Водка «Штандарт» — Крепкая — согреет вас даже в самую лютую стужу; «Пшеничная» — это классическая хлебная русская водка; готовится по классической технологии; традиционная русская водка; приготовленная по классической технологии методом двойной перегонки ... уникальная фильтрация серебром; спирт этиловый высшей очистки; обрабатывается яичным белком.

С другой стороны, использование рациональных аргументов (терминов, специальных понятий, связанных с технологией производства водки и др.) позволяют отнести данную стратегию к **аргументативным стратегиям**, направленным на оптимизацию воздействия рекламного сообщения и на преодоление неблагоприятных условий коммуникации. К ним можно отнести сформировавшийся в постсоветские годы стереотип о широком распространении контрафактной алкогольной продукции. Для создания эффективного рекламного сообщения, как правило, используются стратегии обоих типов.

В рекламном водочном дискурсе помимо позиционирующих и оптимизирующих коммуникативных стратегий используются также два вида аргументации: **рациональная** и **эмоционально-ассоциативная**. Рассмотрению лексических ресурсов русского языка, реализующих данные виды аргументации, посвящен четвертый раздел главы. В реализации **рациональной аргументации** будут участвовать лексические единицы, обозначающие особенности технологического процесса приготовления водки, вкусовые качества напитка: *приготовленный, способ, вкус, цвет, технология, вода, состав, рецепт, компоненты, качество, мягкий, особый, высший, очистка, чистота, пшеница, кристальный, полезный, качественный, аромат, живой, настоящий, натуральный* и др.

Основная функция эмоционально-ассоциативной аргументации — привлечение внимания потребителей к рекламе и создание положительного имиджа рекламируемого товара.

Надо отметить, что такое разделение носит условный характер. На практике достаточно трудно отделить рациональные аргументы от стимулов эмоционального и ассоциативного характера.

**Эмоционально-ассоциативную аргументацию** реализуют следующие лексические единицы: *идея благородства, поиск совершенства, жгуче-ледяная, шедевр, сибиряк, символ, носталь-*

гия, покой, радость, долг, честь, достоинство, праздник, народный, встреча, компания, нравиться, достигать, добротный, ценитель, знаток, элитный, достойный, традиция и др.

Таким образом, реклама водок имеет ряд языковых особенностей, обусловленных ценностными установками и стереотипными представлениями потребителей классического русского напитка, а также рекламным носителем, нормативными законодательными актами (например, обязательная информация о вреде алкоголя), ГОСТами, жанром рекламного текста.

В исследовании проанализированы характеристики **водочно-го нейминга**. Нейминг представляет собой когнитивную процедуру, в процессе которой стереотипы, концепты и фреймы «переплавляются» в имена. Имя может быть метафорически мотивировано, представлять прецедентный феномен и т.п.

Лексические единицы, служащие номинациями водочной продукции, можно классифицировать в зависимости от способов аргументации.

Первую группу составляют номинации, непосредственно связанные с видом рекламируемого товара, с его качествами, технологией приготовления, составом (**«технологически мотивированные наименования»**): «Пшеничная», «Мягкая на березовом соке», «Хлебная», «Хмельная», «Ржаная «Зеленая марка», «Кедровая «Зеленая марка», «Кристалльная», «Устьяночка На березовых почках», «Граненыч с перцем», «Печорская со вкусом вишни», «Мценская с лимоном» и др. В их основе лежит метафоризация как одно из средств формирования вторичных наименований, а также аргументация с опорой на сенсорные поля.

Вторая группа представлена названиями, лишь ассоциативно связанными с рекламируемым напитком (**«наименования с опорой на фреймы и ассоциации»**). Номинации второй группы, используя аргументацию с опорой на культурно значимые фреймы, концепты, национальные стереотипы, апеллируют к культурной, исторической и эмоциональной памяти носителей языка: «Русская Легенда. Мягкая», «Штандарт Царская», «Русь Матушка Премиум Хлебная», «Русская тройка», «Русский праздник Крепкая», «Русское достояние золотая», «Русский вопрос», «Червоная Русь», «Русский бриллиант», «Национальная валюта», «Русская береза», «Береза русская подруга», «Наша родная» (Хорошо идёт, Родная), «Родимая», «Богатство Сибири», «Сибирская знать», «Господа офицеры», «Иван Калита», «Пушкин», «Наш Петрович», «ВВП», «Путинка» и др.

Таким образом, в нейминге водочной продукции закрепляются устойчивые представления носителей русского языка, связанные

с темой винопития, и получает лексическую объективацию культурно значимый фрейм «выпивка».

### **Литература**

Глушкова Т.С. Винопитие как фрагмент русской языковой картины мира // Личность. Культура. Общество. Т. XI. Вып. 1-2.– М., 2009. — С.458-464.

Глушкова Т.С. Ментальные образы товаров: когнитивные исследования в брендинге (модель концепта, репрезентируемого словом «водка») // Человек – слово – текст – контекст: проблемы современных лингвистических исследований. Сб. науч. тр. Омск, 2004. – С. 41-47.

Глушкова Т.С. Тема винопития в русской языковой картине мира // Функционализм как основа лингвистических исследований: Материалы XII Междунар. конф. по функциональной лингвистике. Сб. науч. докл. Ялта, 2005. С. 83-86.

Глушкова Т.С. Стереотипы винопития как репрезентанты русского культурного пространства // Современная языковая ситуация и совершенствование подготовки учителей-словесников: Материалы VI Всерос. науч.-метод. конф. Воронеж, 2006. С. 56-63.

Глушкова Т.С. Культурно значимые фреймы русского культурного пространства (объективация фрейма «выпивка» в русской языковой картине мира) // Современный научный вестник. Научно-теоретический и практический журнал. Белгород, 2007. № 16 (24). С. 45-52.

Глушкова Т.С. Фреймы алкогольной тематики в русской языковой картине мира // Язык. Человек. Ментальность. Культура: Материалы Всерос. науч. конф. с международным участием. Омск, 2008. С. 97-102.

**Н.Е. Некора  
(Санкт-Петербург)**

### **БОЛЕЗНЬ**

Будучи весьма значимой составляющей научной картины мира, феномен болезни является предметом исследования десятков фундаментальных дисциплин естественнонаучного цикла, а также целого ряда сравнительно новых наук междисциплинарного, гуманитарного профиля (ср., например, деонтология — совокупность этических норм и принципов поведения медработника, биоэтика — наука о нравственной стороне деятельности человека в медицине, биопсихология — исследование взаимоотношений между биологическими особенностями человека и его поведением и др.).

Получая широкую научную интерпретацию, феномен болезни характеризуется также тесной связью с категориями экзистенциального порядка (такими как жизнь и смерть), что обуславливает

сопряженность концепта «болезнь» не только со сферой собственно научных знаний, но и с широким кругом этических, нравственных и мировоззренческих представлений, которые характеризуются значительной лингвокультурологической спецификой.

Показательно, что в таком фундаментальном международном труде, каким является «Европейская история менталитета» (под общей редакцией профессора П.Динцельбахера 1993), характер оценки и преодоления болезни (понимание болезни как божьего наказания или же как дефекта биологического механизма; особенности поведения заболевшего человека и т.д.) признается одним из важнейших и универсальных критериев описания национального менталитета вообще. Тесная связь с категориями ментального, мировоззренческого порядка позволяет отнести концепт «болезнь» к ключевым концептам культуры.

Концепт «болезнь» широко представлен в русском языке. Его лексическая разработанность может быть проиллюстрирована следующими примерами: в «Русском словообразовательном словаре» А.Н.Тихонова представлено около 100 дериватов лексемы «болезнь»; в «Лексическом минимуме современного русского языка» под ред. В.В. Морковкина лексемы «болезнь» и «болеть» включены в 500 «самых важных русских слов», а различные справочные издания фиксируют более 10 000 названий болезней. В «Русском ассоциативном словаре» Ю.Н. Караулова зафиксированы обширные ассоциативные поля к лексемам «болезнь» (902) и «болеть» (71). Показательно также, что «метафора болезни» является одним из самых активных направлений метафоризации русского языка конца XX — начала XXI столетия (Русский язык конца XX столетия, Г.Н.Скляревская, К.В.Томашевская и др.).

Предмет нашего исследования составляет лексико-семантическая репрезентация концепта «болезнь» в русском языке (на фоне американского варианта английского языка).

Цель настоящего исследования — выявить основные лингвокультурологические особенности содержания концепта «болезнь» в современном русском языке и предложить оптимальную учебную модель его представления в иностранной аудитории продвинутого этапа обучения.

Материалом для исследования послужил корпус лексико-семантических единиц, репрезентирующих концепт «болезнь» в русской языковой картине мира: было проанализировано более 1500 словарных единиц из словарей различного типа и более 3500 употреблений в текстах художественного, научного и публицистического характера. В качестве источников были использованы: толковые и этимологические словари русского языка; словари

синонимов и словообразовательные словари; словарь сочетаемости, словарь устойчивых сравнений, словари пословиц и поговорок, фразеологические и ассоциативные словари; двуязычные словари (русско-английский и англо-русский), толковые словари и словари синонимов американского варианта английского языка; данные Национального корпуса русского языка, Американского национального корпуса (The American National Corpus) и Британского национального корпуса (The British National Corpus). В данной работе были использованы результаты свободного ассоциативного эксперимента, а также констатирующего и обучающего экспериментов, проведенных среди русских и американских студентов в 2006-2007 гг.

В большинстве исследований лингвокультурологического направления лингвокультурный концепт, определяемый как условная ментальная единица, направленная на комплексное изучение языка, сознания и культуры (Карасик, Слышкин 2001), относится к явлениям культуры и понимается как сложное, многокомпонентное, «многослойное» образование (С.Г. Воркачев, В.В. Воробьев, Е.И. Зиновьева, В.И. Карасик, О.А. Леонтович, И.В. Привалова, Г.Г. Слышкин, Е.Е.Юрков). Так, В.И. Карасик и Г.Г. Слышкин говорят о трехкомпонентной структуре концепта, включающей понятийную, образную и ценностную составляющие; И.А. Стернин и З.Д. Попова в структуре концепта выделяют ядро и обширное интерпретационное поле, которое состоит из ближайшей и дальнейшей периферии; Ю.С. Степанов отмечает, что к структуре концепта принадлежит все, что принадлежит строению понятия, а также исходная форма (этимология), сжатая до основных признаков содержания, история, современные ассоциации, оценки.

Ввиду отнесенности феномена концепта к многомерному пространству культуры, а также его структурной сложности, для исследования концепта «болезнь» была использована культурологическая концепция, интерпретирующая любое явление культуры не только в его современном состоянии, но и в развитии (диахронии) и представляющая культуру как комплексную парадигмальную модель (Кармин, 1997, 2003). Данная модель включает когнитивную парадигму (образцы, стандарты, в соответствии с которыми строятся знания о мире), ценностную парадигму (система ценностей той или иной культуры) и регулятивную парадигму (поведенческие нормы).

Когнитивная парадигма концепта «болезнь» в русской культуре предполагает учет исторических предпосылок его формирования.

Славянская мифология, в рамках которой заболевания счита-

лись результатом действия особых демонов болезней, нечистой силы, ведьм, колдунов, людей с дурным глазом предопределила особенности отношения к болезни у многих представителей русской культуры, Ср.: *Демон сумрачной болезни / Сел на грудь мою и жмет* (В. Брюсов). В исследованиях по истории медицины отмечается, что «олицетворением болезней и невзгод в славянской мифологии были демонические существа» (Марчукова 2003).

Ввиду этого основными приемами борьбы с болезнями (осуществляемыми врачевателями-знахарями, волхвами, ведунами и т.п.) являлись магические действия, символизирующие изгнание или уничтожение болезни, и особенно часто — средства словесной магии, т.е. заговоры. Как известно, с введением христианства на Руси, ее традиционная культура не исчезла, ввиду чего возникли сложные конфигурации языческих представлений с господствующей религией. Общую тенденцию развития русской культуры ярко охарактеризовал Н.А. Бердяев, отметив, что «в типе русского человека всегда сталкивается два элемента — первобытное, природное язычество, стихийность бесконечной русской земли и православный, из Византии полученный, аскетизм, устремленность к потустороннему миру» (Бердяев 1990).

Подобное восприятие мира распространялось и на отношение к болезни. Так, например, в тексты заговоров нередко включались элементы и персоналии христианских верований, что сохранилось в заговорной традиции до настоящего времени. Таким образом, культурно-исторические предпосылки формирования отношения к феномену болезни в русской культуре состояли в возникновении своеобразного синтеза языческих и христианских традиций, обусловивших; по мнению культурологов и представителей научной медицины, параллельное становление и развитие народной и официальной медицины (Т.В. Зуева, Б.П. Кирдан, С.М. Марчукова, Н.И. Толстой, А.Л. Топорков).

Когнитивная парадигма культуры реализуется в нескольких типах знания и, прежде всего, в «житейском», мистическом и рациональном. Житейское знание не систематизировано, включает в себя огромное количество сведений, полученных из разных областей, может распространяться и на другие сферы (например, научные), превращаясь в миф. Мистический тип знания характеризуется верой в существование таинственных сверхъестественных духовных сил, к которым можно обращаться при помощи различных мистических символов и ритуалов. Рациональный тип мышления характеризует основанное на опыте и разуме познание действительности и предполагает ценность научного знания.

Перечисленные типы знаний тесно связаны и сосуществуют в

любой культуре. Однако, как отмечается в исследованиях культурологического, философского, психологического и медицинского характера, соотношение рационального/иррационального типов знаний является одной из важнейших тенденций развития науки и культуры.

Общей тенденцией развития русской культуры многие исследователи считают доминирование иррационального начала (А.С. Кармин, В.В. Макаров, М.Е. Сандомирский и др.), что проявляется в актуальности житейских знаний (народная медицина, домашние методы лечения, самолечение и т.д.) и распространенности мифологических представлений (несмотря на огромные достижения научной медицины в России до сих пор актуальны нетрадиционные методы лечения, востребованы экстрасенсы, ясновидящие и колдуны, использующие жанр заговора и т.д.).

Американская культурная традиция, лишенная значительной мифологической составляющей, отмечена прагматическим и рациональным восприятием мира (М.И. Лапицкий, О.А. Леонтович, Г. Триандис и др.), распространяющимся и на отношение к болезни. Иррациональное отношение к болезни американскими культурологами нередко объясняется отсталостью и безграмотностью представителей традиционных обществ (по терминологии американских антропологов «шаманских») (Триандис 2006).

Следует отметить, что в США тоже существуют традиционная медицина (traditional medicine) и народная медицина (folk medicine). Традиционная медицина включает различные виды восточной медицины (акупунктура, массаж и т.д.). Термин folk medicine служит для обозначения особых нетрадиционных способов лечения, распространенных в основном среди различных этнических групп, населяющих США (китайцы, мексиканцы, немцы, русские и т.д.). Данный вид медицины не имеет универсального распространения и актуален главным образом в диаспорах, среди эмигрантов, не имеющих возможности широко пользоваться услугами научной медицины.

Соотношение иррациональной и рациональной составляющих когнитивной парадигмы обусловило ценностные ориентации (ценностная парадигма культуры) многих представителей русской культуры, которые выражаются в типичном чувстве страха перед болезнью и при попадании в медицинское учреждение; эмоциональным восприятием болезненного состояния; нежеланием тяжело больных людей знать максимально точную дату своей смерти, а родственников — информировать их об этом; персонализированным восприятием болезни и т.д.

На основе различных типов лексикографических изданий (на



русском и английском языках) был осуществлен этимологический, семантический, словообразовательный, ассоциативный анализ ключевых лексем, вербализирующих концепт, с учетом их синтагматических и парадигматических связей.

Ключевые лексемы были определены на основе данных частотного, ассоциативного, тематического словарей, а также статистического анализа данных Национального корпуса русского языка; к ним относятся лексемы «болезнь», «болеть», «больной» и «врач». Для осуществления сопоставительного исследования были определены коррелирующие лексические единицы американского варианта английского языка: *disease* (болезнь), *sick* (больной), *be sick* (болеть), *doctor* (врач).

Данные толковых словарей русского языка (В.И. Даль «Толковый словарь живого великорусского языка», Д.Н. Ушаков «Толковый словарь русского языка», «Словарь русского языка» в 4 т. под ред. А.П. Евгеньевой, «Словарь современного русского литературного языка» в 20 т., С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова «Толковый словарь русского языка») и американского варианта английского языка («The American Heritage Dictionary of the English Language», «Webster's New World Dictionary of the American language», «Merriam-Webster Online Dictionary») позволили выявить основной семантический признак, транслируемый всеми ключевыми лексемами русского и английского языков — нарушение нормальной жизнедеятельности организма / *a condition of being ill*, свидетельствующий об универсальности содержательного ядра концепта «болезнь». Следует отметить, что в большинстве современных русских толковых словарей лексема «болезнь» однозначна, в результате чего легко транслируется в американский вариант английского языка.

Универсальность основного семантического компонента ключевых лексем, репрезентирующих концепт «болезнь» в русском и английском языках, а также семантическая неразработанность основного имени концепта не свидетельствуют о его культурной идентичности и содержательной «одномерности», поскольку «многомерность» и культурная маркированность концепта «болезнь» широко представлена во всем многообразии лексических средств: этимологических связях, семантическом объеме ключевых лексем, содержании синонимических рядов, продуктивности словообразовательных моделей, обширности «сочетаемых» возможностей, культуроинформативности идиоматики и богатстве ассоциативного фона, репрезентирующих в совокупности культуромаркированные признаки данного концепта.

Данные этимологических словарей (Преображенский, Фасмер)

позволяют заключить, что предпосылки формирования актуального содержания коррелирующих лексем в русском языке и американском варианте английского языка различны. Лексемы «болезнь», «болеть», «больной» этимологически связаны с лексемой «боль», которая включает в свое значение как физическое, так и нравственное страдание, в то время как актуальное содержание лексем «disease», «ill» этимологически обусловлено семами «проблема», «дискомфорт», «неприятные, ненормальные ощущения» (Online Etymology Dictionary).

Сема «страдание» получила широкое развитие в средствах русского языка, ср., например, выражения типа страдать какой-либо болезнью (Онегин сохнет — и едва ль / уж не чахоткою страдает (Пушкин. Евгений Онегин); Он страдал одышкой и ему трудно было подыматься в гору (Павленко. Чья-то жизнь).

Культуроинформативным является семантическое пространство ряда ключевых лексем, репрезентирующих концепт. Например, глагол «болеть», который не может быть передан средствами английского языка однословно (ему соответствуют выражения *be ill, be sick* (буквально — быть больным), является многозначным, что создает семантические лакуны, которые передаются в английском языке различными лексическими средствами, ср.:

Основные значения лексемы «болеть»	Лексические эквиваленты в американском варианте английского языка
1. Быть больным <i>Болеть гриппом</i>	<i>be ill, be sick</i> — быть больным (болеть)
2. Переживать что-либо, заботиться о ком-нибудь, беспокоиться о чем-либо. <i>Болеть душой за судьбу дочери.</i>	<i>be sensitive</i> — быть чувствительным <i>take (smth.) to heart</i> — переживать принимать что-либо близко к сердцу <i>worry (about), feel (for)</i> — волноваться, беспокоиться
3. Будучи чьим-либо сторонником, остро переживать его успехи и неудачи. <i>Болеть за «Динамо»</i>	<i>be a fan (of) of Динамо</i> — быть фанатом «Динамо» <i>support (smth.)</i> . — поддерживать что-либо

Второе и третье значения глагола «болеть» отражают культуромаркированный мотив сопереживания, сочувствия, получивший широкую интерпретацию в лексических средствах и текстах русского языка. Внимательное, жертвенное отношение к больному получает традиционно высокую оценку, в то время как поведение

самих больных, рассчитывающих на такое отношение со стороны близких, оценивается неоднозначно. Ср. отражение этого сложного мотива на различных уровнях языка: в идиоматических средствах: *не тот болен, кто лежит, а тот, кто у боли (над болью) сидит; больной, что малый; гость не больной, что его спрашивать*; в устойчивых сравнениях: *жалеть как больного, опекать как больного, ухаживать как за больным*; в значении устаревших лексем, зафиксированных в словаре В.И.Даля: *больнушничать* ~ прикидываться больным, хворать притворно; *болявиться* — нежиться и нежничать собою, стараться возбудить немощами своими сострадание, заботу близких; в художественных текстах: *Мой дядя самых честных правил, / Когда не в шутку занемог, / Он уважать себя заставил / И лучше выдумать не мог. Его пример другим наука ;/ Но, боже мой, какая скука / С больным сидеть и день и ночь, Не отходя ни шагу прочь! / Какое низкое коварство / Полуживого забавлять, / Ему подушки поправлять / Печально подносить лекарство / Вздыхать и думать про себя: / Когда же черт возьмет тебя?* (Пушкин. Евгений Онегин).

В семантическом объеме ключевых лексем, репрезентирующих концепт «disease», мотив сочувствия, сопереживания не представлен.

Анализ синонимических связей лексем «болезнь» и «disease» («Словарь синонимов русского языка» под ред. А.П.Евгеньевой, «Словарь синонимов» З.Е.Александровой и Chambers Dictionary of synonyms and antonyms) свидетельствует, что как в русском, так и в английском языках лексика, вербализирующая концепт «болезнь», включена в обширные синонимические связи. Лексеме «болезнь» соответствует синонимический ряд (*заболевание, недуг, недомогание, нездоровье, немощь, хворь хвороба*); лексемам «болеть» и «больной» — синонимические ряды, состоящие из корреспондирующих глаголов и прилагательных; лексеме «врач» — синонимический ряд (*доктор, медик, лекарь, эскулап, коновал, врачеватель, целитель, знахарь*). Члены синонимических рядов имеют различную частотность употребления.

Синонимические ряды к лексемам «болезнь», «болеть», «больной» дифференцируются лексически (по степени тяжести заболевания и его длительности) и стилистически (включают пометы «прост.», «разг.», «устар.», «ирон.»). Следует отметить, что лексемы «заболевание», «недомогание» характерны для медицинского дискурса, лексема «недуг» частотна в поэтическом и религиозном дискурсах, а лексемы «нездоровье» и «хворь» — в разговорной речи.

Таким образом, синонимический ряд к основному имени концепта реализует различные типы знаний, составляющих когни-

тивную парадигму носителей культуры. Синонимический ряд лексем «disease» (*illness, sickness, ailment, disorder, complaint* и др.) реализуется главным образом в научном дискурсе и репрезентирует в основном рациональную парадигму знаний. Не получая широкой стилистической и дискурсивной дифференциации, синонимический ряд лексем «disease» репрезентирует лишь особенности психосоматического состояния человека, причем в американском варианте английского языка данная область знаний представлена шире, чем в русском. Так, в английском языке существует значительно большее число лексем, дифференцированно называющих общие проблемы со здоровьем (*disease, illness, sickness, malaise*), проблемы с отдельными органами (*problem*) или частями тела (*complaint, disorder*) и т.д., что в целом отражает приоритет рационального отношения к болезни.

Синонимический ряд к лексеме «врач» условно можно разделить на две группы: 1) синонимы, обозначающие человека, имеющего или получающего медицинское образование (*врач, доктор, эскулап, коновал, медик, лекарь*); 2) синонимы, называющие человека, занимающегося лечением, однако не обязательно имеющего медицинское образование (*знахарь, врачеватель, лекарь, целитель*). Лексем первой группы (за исключением слов «врач» и «доктор») имеют в основном отрицательные коннотации и часто используются для характеристики плохого врача. Ср.: *Слово лекарь вместо доктора он сказал нарочно и, как сам объявил потом, для оскорбления* (Достоевский, Братья Карамазовы). Об актуальности второй группы синонимов для современной языковой картины мира свидетельствуют материалы «Толкового словаря русского языка конца XX в.» Г.Н.Скляревской, где они помещены с пометой «возвращенные в актив».

Синонимический ряд к лексеме «doctor» содержит исключительно слова, включающие сему «специалист с высшим медицинским образованием», т.е. относящиеся к первой тематической группе: *doctor, physician, general practitioner* (врач общей практики), *the medical profession* (медицинский персонал), при этом данные единицы не имеют стилистической дифференциации. Вторая группа синонимов является в американской языковой картине мира лакунарной, ввиду чего, перевод лексем *знахарь, врачеватель, лекарь, целитель* на английский язык включает такие варианты как *mag, волшебник, ведьма*, т.е. не связанные с актуальным содержанием концепта «disease».

Среди деривационных связей ключевых лексем, репрезентирующих концепт «болезнь», следует отметить наличие значительного количества дериватов глагола «болеть» и его синони-

мов (около 20), сформированных префиксами, передающими различную интенсивность, длительность, а также различные нюансы болезни (*заболеть, отболеть, переболеть, поболеть, побаливать, приболеть, прибаливать, проболеть, разболеться; захворать, прихворнуть, занедужить* и т.д.), в то время как в английском языке все эти значения могут быть переданы в основном описательно. Эта особенность вербализации концепта позволяет выразить мельчайшие детали и нюансы характера протекания болезни, а также отношения к ней, с трудом передаваемые средствами английского языка. Ср., например: *Дорогомилов начал прихварывать ранней осенью. Определенной болезни он не замечал, ему было просто не по себе* (Федин. Необыкновенное лето); *Я всю жизнь пользовался очень хорошим здоровьем и вдруг с ноября без всякой причины начал недомогать. Никакой болезни еще не было, но я чувствовал, что меня «клонит к смерти»* (Апухтин. Между смертью и жизнью).

Большое количество безличных глаголов (*недомогаться, нездоровиться, хвораться, недужиться* и др.) отражает особое «фаталистическое» отношение к болезни, как к явлению, не зависящему от воли человека, ср.: *И вот теперь они оба лежали, прикованные к постели недугом, и Дежарев подумал, что рано или поздно наступает в жизни такой час, когда все люди становятся равными в своем бессилии перед властью болезни или смерти* (Ильенков. Большая дорога). Такое отношение к болезни не характерно для большинства представителей американской культуры.

Анализ «сочетаемых» возможностей лексем, вербализирующих концепт «болезнь», позволяет выявить ряд его признаков, обусловленных культурно-историческими предпосылками формирования. К ним, прежде всего, относится восприятие болезни в персонифицированном образе (*коварная, лютая; подкралась, отступила, приковала к постели; побороть, обмануть* и мн. др., например: *Ровно шесть дней была меня неотступная ужасная полесская лихорадка. Днем недуг как будто бы затихал.* (Куприн. Олесья); *Чувствую себя лучше, хотя одолел насморк* (А.Островский. Поездка на Кавказ); *Болезнь тягчит меня пятою / И жнет моих остаток лет* (Княжнин. Воспоминание старика). В лексической сочетаемости анализируемых лексем болезнь предстает как неожиданное, внезапное, неконтролируемое явление (ср.: *внезапная, неожиданная, неизвестная* и т.п., например: *Настоящие болезни пришли позже. Обычно недуги, как известно, подкрадываются, и подкрадываются незаметно* (Пантелеев. Шварц).

Материалы «Русского ассоциативного словаря» (РАС), а также дополняющие его данные свободного ассоциативного эксперимента, проведенного среди русских и американских студентов, помимо инвариантного содержания позволяют выделить ряд спе-

цифических признаков концепта. При совпадении реакций, обусловленных физиологической природой болезни (реакции: здоровье, сердца, грипп, СПИД, больница, врач и health (здоровье), doctor (врач, доктор), flu (грипп), sick (больной, тошнить), cancer (рак), были отмечены и значительные различия. Так, типичное чувство страха перед болезнью и при попадании в медицинское учреждение передают частотные реакции страх и страшная, зафиксированные в РАС. Среди специфических реакций на стимул «болезнь» оказались: горе, несчастье, ужасная, беда, проклятая, репрезентирующие эмоциональное восприятие болезненного состояния на фоне более прагматического отношения, характерного для американцев (treat (лечить), medical insurance (медицинская страховка), program).

Ряд ассоциаций, типичных для носителей русского языка, передает «лично-ориентированное», а не «профессионально-ориентированное» отношение к врачу (ср., например, высокую частотность реакций *добрый, внимательный* и значительно меньшую частотность реакций *знающий, квалифицированный* и т.п.), не характерное для американской культуры.

Высокой культурной информативностью характеризуется идиоматическое поле концепта «болезнь» (проанализированное на фоне идиоматического поля концепта «disease»), актуализированной в ряде сквозных мотивов, отражающих специфику национальной когнитивной парадигмы («Фразеологический словарь русского языка» под ред. А.И. Молоткова, В. И. Зимин, А. С. Спирин «Пословицы и поговорки русского народа», В.И. Даль «Пословицы русского народа» и Dictionary of English Idioms & Idiomatic Expressions). Актуальность знаний житейского характера проявляется в советах и указаниях по лечению заболеваний народными средствами (ср.: и собака знает, что травой лечатся, лук и баня все правят, морковь прибавляет кровь и др.); в выражении недоверия к официальной медицине и врачам (ср.: не лечит аптека — калечит, где много лекарей, там много больных, кто лечит, тот и увечит, брюхо больного умнее докторской головы и др.).

Мистический и мифологический характер знаний проявляется в восприятии болезни и здоровья как зависящих от «Божьей воли» (Бог дал живот. Бог даст и здоровье; не дал Бог здоровья — не даст и лекарь и др.), а также сверхъестественных сил (как рукой сняло (подобные выражения этимологически обусловлены тем фактом, что при лечении знахари прикладывали к больному руки), что в целом способствует пассивному отношению к болезни (его вылечит заступ да могила, горбатого одна могила вылечит, болит бок девятый год, а которое место — не знаю, до свадьбы

заживет и др.).

Перечисленные мотивы отношения к болезни и лечению не характерны для американской языковой картины мира, хотя мотив возможности предотвращения болезни с помощью народных средств выражен и в английском языке: (ср.: an apple a day keeps the doctor away, an ounce of prevention is worth a pound of cure, laughter is the best medicine, you are what you eat).

Сквозным мотивом отношения к болезни, проявляющимся в идиоматике английского языка, является негативное отношение к тому, кто притворяется или симулирует болезнь, чтобы избежать работы (ср.: throw a sickie, swing the lead (симулировать болезнь)). Среди фразеологизмов, не имеющих аналогов в русском языке, следует отметить выражение call in sick (звонить, чтобы сообщить на работу, о том, что не сможешь прийти из-за болезни).

Была также осуществлена интерпретация ключевых лексем и соответствующих им синонимических рядов, формирующих содержание концептов «болезнь» и «disease» по данным глобальных лингвистических ресурсов (Национального корпуса русского языка (НКРЯ), а также Британского (БНК) и Американского (АПК) национальных корпусов).

Важной характеристикой НКРЯ является представленность в нем практически всех типов письменных и устных текстов. В него включены оригинальные произведения художественной литературы, имеющие культурную значимость, публицистические, научно-популярные и научные жанры и т.д. Все это делает НКРЯ надежным источником аутентичных материалов, позволяющих проследить основные мотивы интерпретации концепта в современной языковой картине мира. Материалы, полученные методом сплошной выборки из НКРЯ, БНК и АНК, подтверждают тезис о наличии значительной инвариантной составляющей в содержании концептов «болезнь» и «disease», обусловленной универсальным пониманием болезни как состояния физического нездоровья, а также позволили уточнить и дополнить ряд культуромаркированных признаков сопоставляемых концептов. Следует отметить, что материалы национальных корпусов во многом повторяют и развивают характеристики концептов, выявленные в репрезентативном лексическом материале, что превращает их в устойчивые «сквозные мотивы» современных национальных языковых картин мира.

Представленные в корпусе национально-специфичные мотивы, формирующие актуальное содержание концепта «болезнь», отражают, в основном, иррациональный тип знаний и дают представление об особенностях ценностной и регулятивной парадигм

русской культуры. К ним, например, относятся: восприятие болезни как источника сопереживания, сострадания: *Ей-ей, он понимал, что я болен, он сочувствовал мне, он жалел меня* (Е. Вестник. Дарю, что помню (1997); внезапность, неожиданность возникновения болезни: *Принято считать, что болезнь всегда наступает внезапно, срывается в жизнь, ломая или только временно изменяя планы на будущее* («100% здоровья», 2003.01.15); восприятие болезни в персонафицированном образе: *Я хочу показать, что нездоровье бродит по нашим следам, как дьявол-искуситель, напоминая о себе то вспышкой неясного волнения, то болью без награды*" (А. Генис. Довлатов и окрестности); пассивность в отношении к болезни: *Жить нелегко; нехватки, долги, бедность изнуряют прежде всего жену, нервы у нее избиты и сорваны, лечиться не хочет, считая, что мы к ней несправедливы* (В. Крупин. Выбранные места из дневников 70-х годов, 2004); чувство страха перед болезнью: *Люди ... не недооценивают болезнь, а полностью ее отрицают, как правило из-за страха перед последствиями* («100% здоровья», 2003.01.15); восприятие болезни как результата действия сверхъестественных сил: *Молено и сглазить, накликать хворь: не поминай черта вслух, и он тебя не услышит, не тронет* (В.Козько И никого, кто бы видел мой страх, 1999); актуальность народных методов борьбы с болезнью: *Считается даже, что орехи способны предупредить болезнь Паркинсона* ("Знание — сила", 2003); актуальность лечения водкой, выступающей в роли универсального народного средства: *Стакан выпил, крякнул, и вся хворь из тебя, как от чумы уходит* (В. Распутин, Василий и Василиса); типичность жалоб на нездоровье: *В каждом письме он вскользь жаловался на нездоровье, писал, что недавно провалялся в больнице на обследовании, сообщал о своем одиночестве* (И.Муравьева. Мещанин во дворянстве. 1994); ссылки на болезнь в качестве оправдания, отговорки: *Нинка занедужила аж на пять дней, а потом еще два дня сыпалась на нездоровье* (Е.Белкина, От любви до ненависти, 2002); восприятие болезни как наказания за греховное поведение: *Любая болезнь — Божья кара за грехи людские* («Столица» 97.07.15); понимание болезни как испытания, посланного Богом, а также как преобразования, очищения: *Он вступил в болезнь незрелым иконописцем, он вышел из болезни созревшим, его иконы стали иные, зрелые, глубокие* (Антоний Блум. О болезнях, 1995); представление о враче как, прежде всего, о добром, внимательном, равнодушном человеке: *Важно, чтобы врач был добрым и хорошим человеком* (И.Гдиян Психологические последствия острого лейкоза у детей, 2004), *Врачами обычно становятся добрые люди* (Б.Левин. Блуждающие огни 1995) и др.

Анализ контекстов употребления ключевых лексем, репрезентирующих концепт «disease» по данным АНК и БНК позволяет заключить, что культуроспецифичные мотивы современной американской языковой картины мира отражают в основном рацио-



нальную когнитивную парадигму и дают представление о ценностной и регулятивной парадигме американской культуры.

Среди национально-маркированных мотивов отношения к болезни, нашедших отражение в корпусных данных, можно выделить следующие; восприятие заболевания, прежде всего, как проблемы, помехи, мешающей достижению цели (Illness had prevented her from going to Tenerife this year, but now there was always next year — болезнь помешала ей поехать в Тенерифе в этом году, но всегда можно сделать это в следующем); восприятие болезни как явления, поддающегося воздействию со стороны человека (Anne made (Анна выздоровела – букв. сделала свое выздоровление) good recovery from her illness and three weeks later was back in circulation); активность позиции заболевшего человека («the first question that everyone asks, when sick, is: What can I do to help myself? (первый вопрос, который каждый задает себе, заболев, «Что я могу сделать, чтобы помочь себе?»); негативное отношение к человеку, который жалуется на болезнь или пытается использовать ее как уважительную причину для оправдания (escape into illness as a way out of all her responsibilities — уход в болезнь как способ избавиться от ответственности); представление о враче как, прежде всего о квалифицированном / неквалифицированном специалисте и др.

Несовпадение многих признаков концептов «болезнь» и «disease», определившее специфику сквозных мотивов, транслируемых лексическими средствами языка, а также текстовыми материалами, создает значительную зону лингвокультурной интерференции и требует обязательного учета в рамках культуроведческого подхода к обучению РКИ.

### **Литература**

Некора Н.Е. О специфике концептосферы русского языка // Россия и мир: гуманитарные проблемы. Межвуз. сб. науч. тр.. Вып. 9.- СПб.: СПб ГУВК, 2004. — С. 258-262.

Некора Н.Е. Концепт «болезнь» по данным толковых словарей русского языка // Русский язык как иностранный. Теория. Исследования. Практика. Вып. VIII. СПб.: Сударыня, 2006. — С. 111-114.

Некора Н.Е. Мифологические предпосылки формирования концепта «болезнь» в аспекте лингвокультурологических исследований // Проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков на рубеже веков. Вып. 7. — Псков: ПГПУ, 2007. — С. 111-115.

Некора Н.Е. Некоторые особенности мифологической составляющей концепта «болезнь» в контексте лингвокультурологических исследований // Русский язык как иностранный. Теория. Исследования. Практика. — Выпуск IX. — СПб.: Сударыня, 2007. С. 109-112 .

Некора Н.Е. Культурно-исторические предпосылки формирования концепта «болезнь» в контексте лингвокультурологических исследований //

Коммуникативные исследования 2007/ Науч. ред. И.А. Стернин. — Воронеж: Истоки, 2007. — С. 191-194.

Некора Н.Е. Учет лингвокультурологического содержания концепта «болезнь» в обучении русскому языку американских студентов // Русистика и современность. Материалы X междунар. науч.-практ. конф. 26-28 октября. СПб.: МИРС, 2007. т. 2. С. 73-77.

Некора Н.Е. Национально-культурная специфика концепта «болезнь» в обучении русскому как иностранному // Известия Российского государственного педагогического университета им. АМ. Герцена. № 21 (51): Научный журнал. СПб.: 2007. С. 258-261.

**Лю Сун  
(Волгоград)**

## **ПОХОРОНЫ**

Предметом изучения в данной работе является национальная специфика погребальной коммуникации и концепта «похороны» в русской и китайской лингвокультурах.

В основу выполненной работы положена следующая гипотеза: погребение, будучи фундаментальным культурным обрядом, сопровождается системой уникальных коммуникативных действий и подвергается интенсивной языковой концептуализации со стороны членов социума; как коммуникативные, так и концептологические характеристики погребения обладают национальной спецификой и поддаются сравнительному лингвокультурологическому анализу.

Материалом исследования стали данные сплошной выборки из толковых, синонимических, этимологических, фразеологических и паремиологических, афористических словарей русского и китайского языков (55 словарей); результаты анкетирования носителей китайского и русского языков (400 анкет); электронные базы данных, содержащие тексты двадцати девяти русских и двадцати девяти китайских газет, надписи на надгробиях и траурных венках, записанные на кладбищах Волгограда и Чанчуня (350 текстов). Единицами исследования стали текстовые фрагменты, содержащие описание погребального ритуала и/или апелляции к концепту «похороны».

Погребальный ритуал представляет собой сложное культурно-историческое явление. Наиболее значимым историческим фактором, повлиявшим на различие китайской и русской погребальных коммуникативных практик и концептов «похороны», стало наличие целенаправленного воздействия на китайский погребальный ритуал со стороны властных институтов в рамках официального

дискурса и отсутствие подобного воздействия в русской лингвокультуре. Если российские политики не считают необходимым вмешиваться в практику проведения погребений, то в речах китайских лидеров регулярно звучат призывы к кремации, что связано с дефицитом земельных ресурсов. Так, в выступлении Мао Цзэдуна 27 апреля 1956 были следующие строки: *Активно совершайте шаг к кремации, преобразуйте погребение, рациональное используйте земельные ресурсы, отучитесь от дурного обычая похорон, агитируйте за совершение кремации! Кремируй тела, оставляй прах, не устраивай могилу!*

Именно поэтому в Китае в большей степени, чем в России, наблюдается отход от традиционных погребальных практик, а в структуре концепта «похороны» настолько сильна ассоциация с огнем.

В погребальной коммуникации находят вербальное и невербальное воплощение важнейшие ценности социума. В русской и китайской лингвокультурах погребальная коммуникация носит в основном вербальный характер и реализуется в ритуальных жанрах, которые бывают как устными, так и письменными.

Можно выделить следующие устные погребальные жанры, присутствующие в обеих лингвокультурах:

1) выражение сочувствия близким покойного. В русской коммуникации: *Сожалею!; Сочувствую!; Лучших Бог забирает первыми.* В китайской коммуникации: *人死不能复生, 不要过于伤心 (Цин бу яо го фэнь бэй шан, цзе ай шунь бянь – Не горюйте, человек уже ушел);*

2) выражение сожаления, адресованное усопшему: *Вечная тебе (Вам) память!; Память о тебе (Вас) сохранится навсегда в наших сердцах!; Пусть земля будет тебе (Вам) пухом!; «您将永垂不朽 (Нинь цзян юн чуй бу сю – Вечная вам память);*

3) молитва за усопших:

а) в момент смерти священник, отпустивший умирающему грехи, читает молитвы и, причащая, произносит: *«Причащается раб Божий (такой-то) Честного и Святого Тела и Крове Господа и Бога и Спаса нашего Иисуса Христа, во оставление грехов и в Жизнь Вечную»; «Отче Святый, Врачу душ и телес...».* Семь раз произносится *«Господи, помилуй!»* В Китае не существует такой молитвы;

б) при опускание гроба в могилу: *«Пусть земля тебе будет пухом»; «Упокой, Господи, душу раба Твоего новопреставленного (имя), и прости ему вся согрешения его вольная и невольная и даруй ему Царствие Небесное».* Священник крестообразно посыпает его землей со словами *«Господня земля и исполнение ее вселенная и вси живущие на ней»*, гроб закрывается крышкой, после чего уже не открывается. Молитву эту можно совершать и перед тем, как приступить к очередному блюду во время поминок.

В ходе древнего китайского погребения в момент, когда гроб опускали в землю, старший сын или старший наследник мужского пола произносил молитву: *Глубоко опечален тем, что потерял вас. Уже заколочен гроб, и вы навсегда оставили нас. Ваш гроб будет предан погребению, и вскоре на вашей могиле воздвигнут высокий холм. Я сам стану неусыпным его стражем. Какая невыносимая печаль! О чем осмеливаюсь сообщить!* Этот жанр является устаревшим, поскольку большинство современных китайцев предпочитают кремацию.

Жанры письменной погребальной коммуникации также идентичны в изучаемых культурах:

1) эпитафия: *«Вечная память», «Судьба за ставила, расстаться нас навечно, но не померкнет никогда к вам материнская любовь», «Ты ушёл из жизни слишком рано. Спи родной. Ты наша боль и рана память о тебе всегда жива».* В современном Китае эпитафия используется редко, поскольку наиболее распространенной формой погребения является кремация. В древности 祭文 (цзи вэнь – стихотворные эпитафии) были распространены.

2) надпись на надгробных памятниках. Русские надгробные надписи имеют различные формы. Например, фото покойного, его имя, фамилия, отчество, год рождения и время его смерти. В конце указывается, кем поставлен памятник (*от жены, от мужа и т. д.*). Иногда, вместо фото фигурируют различные изображения (цветы, кресты, оружие).

Надгробные надписи в китайской лингвокультуре имеют строго фиксированную форму: фото покойного, фамилия и имя, место рождения, время его смерти, время погребения, место погребения, кем поставлен памятник.

3) надпись на лентах венков. В России на лентах венков обычно пишут: *Дорогому другу (подруге, коллеге, брату, сестре и т. д.) от любящих друзей (родственников, коллег, подруг и т. д.).* В современном Китае надписи на лентах имеют различную форму в зависимости от отношения к покойному. Можно выделить следующие типы надписей:

1) общая: 福寿全归 (фу шоу цюань гуй – душа усопшего поселяется в загробном мире);

2) для матери: 慈容苑在 (ци жун вань цзай – люди вспоминают добрыми словом покойника);

3) для брата или сестры: 如折我手 (жу чжэ во шоу – брат умер, как будто отсекли мне руку);

4) для близкого друга: 人琴已杳 (жэнь цзинь и яо – близкий человек ушел от нас);

5) для учителя: 桃李含悲 (тао ли хань бэй – хороший учитель умер, все огорчаются);

6) для молодого человека: 天妒英才 (тянь ду ин цай – небо зави-

дует таланту).

Результатом рефлексии носителей языка по поводу погребального ритуала становится лингвокультурный концепт «похороны». В данной работе категория «концепт» рассматривается с позиций аксиологической лингвистики. Лингвокультурный концепт понимается как многомерное ментальное образование, в котором выделяются понятийная, образная и ценностная составляющие при доминировании последней (В.И. Карасик). В исследовании применяется модель разноуровневого языкового воплощения концепта, включающая уровень системного потенциала, уровень субъектного потенциала и уровень текстовой реализации, а также ассоциативная модель концепта, включающая интразону (зону входящих ассоциаций) и экстразону (зону исходящих ассоциаций) (Г.Г. Слышкин).

Для изучения **уровня системного потенциала** лингвокультурного концепта «похороны» в работе использованы данные сплошной выборки из 55 толковых, синонимических, этимологических, фразеологических и паремиологических словарей и словарей афоризмов русского и китайского языков. Уровень системного потенциала данного концепта в русском языке формируется синонимическим рядом, доминантой которого является лексема *похороны*. В этот ряд входят следующие единицы: *погребение, захоронение, тризна*. Для названных лексем, апеллирующих к концепту «похороны», характерно отсутствие прозрачной внутренней формы.

Для носителей китайской лингвокультуры внутренняя форма всех лексических обозначений похорон носит прозрачный характер. Лексические единицы включают три основных слогоморфемы: 葬 (*цзан – хоронить*), 丧 (*сан – хоронить*), 殡 (*бинь – класть в гроб*).

Слогоморфема 葬 (*цзан – хоронить*) представляет собой фонидеографический знак. Его семантическим множителем являются три части: верхняя часть 草 (*цао – трава*), средняя часть 死 (*си – смерть*), нижняя часть 扌 (*руки*). Нижняя часть данного иероглифа не произносится. Прямое значение определяется как «руки зарывают труп в траву». Данная слогоморфема трактуется следующим образом: «труп заворачивают в циновку, а потом закапывают в землю». В «Словаре современного китайского языка» 葬 (*цзан – похоронить*) определяется как «1. обряд погребения умершего; 2. обряд закапывания умершего в землю».

Слогоморфема 丧 (*сан – хоронить*) в современном китайском языке обозначает смерть, похороны и представляется следую-

щей последовательностью событий: «1) человек умер; 2) выбросить что-нибудь; 3) лишиться кого-то» (新, 1998, 页. 430). Указательный иероглифический знак 喪 (сан – похоронить) включает в себя два ключа: 哭 (ку – плакать), 亡 (ван – смерть). Эти ключи составляют указательный знак. Вместе они указывают на то, что человек умирает, люди горько плачут о нем, чтобы выразить свое сочувствие и тем самым проявить уважение к покойнику.

Слогоморфема 窆 (бинь – класть в гроб) представляет собой фоноидеографический знак. Ее семантическим множителем являются две части: левая часть 歹 (дай – смерть), правая часть 宾 (бинь – гость). Данная слогоморфема трактуется как «период времени, проходящий от момента помещения тела в гроб до момента погребения».

Слогоморфема 葬 (цзан – хоронить), отличается большим деривационным потенциалом. Можно выделить следующие семантические типы лексем, образованных с помощью этой слогоморфемы:

1) форма похорон + слогоморфема 葬 (цзан): 土葬 (ту цзан: земля + похоронить = похоронить труп покойника в земле), 火葬 (хуо цзан: огонь + похоронить = кремация);

2) оценка похорон + слогоморфема 葬 (цзан): 厚葬 (хоу цзан: пышность + похоронить = пышные похороны), 俭葬 (цзянь цзан: просто + похороны = простые похороны);

3) социальный статус покойника + слогоморфема 葬 (цзан): 国葬 (го цзан: государство + похоронить = государственные похороны).

Фразеологическая и паремиологическая интразона русского концепта «похороны» развита слабо. Она включает небольшое количество единиц, обозначающих элементы погребальной церемонии (похоронная процессия) и вербализирующих оценку похорон (похоронить как собаку).

В китайском языке фразеологическая и паремиологическая интразона изучаемого концепта обширна. Она включает следующие группы:

1. Похоронная атмосфера. Данная группа делится на две подгруппы: а) фразеологизмы, имеющие значение «люди горюют на похоронах»: 悲哭不已 (бэй ку бу и: печаль + плакать + не + кончить = люди громко плачут о смерти покойного на похоронах); б) фразеологизмы, имеющие значение «люди рыдают на похоронах и не могут говорить»: 心如刀割 (синь жу дяо гэ: сердце + как нож + резать = у человека горе, как будто ему воткнули нож в

сердце);

2. Похоронные обряды. Данная группа включает пять подгрупп: а) оповещение родственников и знакомых близкими усопшего о его смерти: 凋亡治喪 (дяо ван чжи сан: попроситься + покойник + устроить похороны = организовать похороны); б) ношение траурной белой одежды близкими родственниками покойного во время церемонии: 披麻戴孝 (пи ма дай сяо: носить + плотно + траур = все участники церемонии одеваются в белое – знак траура); в) кремирование покойного вместо захоронения тела в целях более рационального использования земельных ресурсов: 发喪火葬 (фа сан хо цзан: устроить + похороны + кремация = кремация покойного); г) захоронение праха сотрудниками крематория в мемориальном парке: 骨灰落墓 (гу хуй ло му: прах + опустить + в могилу + после кремации = после кремации урна с прахом похоронена в мемориальном парке города); д) организация похорон родственниками или начальниками покойного: 喪失关怀 (сан ши гуань хуай: похороны + заботиться = начальники покойного заботятся о его похоронах).

3. Погребальные приметы. К числу таких примет относятся:

а) местоположение могилы. В Китае считается, что захоронение следует производить на возвышенности. Наиболее удачным местом для могилы является холм, спускающийся к роще, воде или глубокому ущелью. Могила, находящаяся в таком месте, считается наиболее удобной для покойника. Если покойного похоронят в неудобной могиле, то захоронивших ожидают беды, которые будут у них из-за гнева покойного. Пример: 坟墓必擇吉地 (фэнь му би цзэ цзи ди: могила + обязательно + выбрать + хорошее + место = похоронят усопшего достойно и на хорошем месте);

б) погодные условия во время похорон. Если похороны происходят во время дождя, и дождь бьет по крышке гроба, то потомки покойника обеднеют: 雨打椁, 輩輩穷 (юй да лин, бэй бэй цюн: дождь + бить + гроб, потомство + бедно = дождь бьет по крышке гроба, потомки усопшего обеднеют);

в) возможность прощания тех или иных родственников с покойником. Согласно древнекитайскому обычаю, золовка не имела права прощаться со своей покойной невесткой. В противном случае семью ожидало разорение: 送妯娌, 会穷 (сун дун си, хуй бэй: прощаться + золовка, будет + бедно = золовке запрещено провожать в последний путь, иначе семья обеднеет). Следует отметить, что в современном Китае данная примета утратила свою актуальность, хотя и фиксируется в паремиологических словарях.

Афористическая интразона русского и китайского концептов «похороны» тематически сходна. Основное различие состоит в

том, что в китайской лингвокультуре ее формируют высказывания национальных деятелей, а в русской – иностранцев. В афористическую интразону входят следующие группы:

1) отношение к покойнику: *Два чувства разделяют тех, кто проходит проститься с покойным: любовь и злорадство* (Э. Севрус); *可怜地生活, 可怜地死去, 可怜地掩埋, 没有人哭泣* (Кэ лянъ дэ шэн хуо, кэ лянъ дэ си цу, кэ лянъ дэ янь май, мэй ю жэнь ку ци – Этот человек бедно жил, и бедно умирал, бедно закапывали его в могилу, никто горько не плакал о нем) (Мэй Цзи);

2) цена и размах похорон: *Пышность погребальных обрядов не столько увековечивает достоинства мертвых, сколько ублажает тщеславие живых* (Ф. Парошфуко); *举行盛大的葬礼, 与其说是向死者志哀, 不如说是为了满足生者的虚荣* (Цзу син шэн да дэ цзан ли, юй ци шо ши сян си чжэ чжи ай, бу жу шо ши вэй лэ мань цзу шэн чжэ дэ суй жун – Люди устраивают торжественную погребальную церемонию, впрочем не столько выражая свое сочувствие, сколько удовлетворяя тщеславие родственников покойного) (Ла Ло);

3) похороны как часть жизнь в социуме, необходимое мероприятие: *Неважно, сколько народу пойдет за моим гробом; важно, за чьими гробами еще предстоит идти мне* (Януш Васильковский); *人们最看重的是特权, 哪怕是主持葬礼的特权* (Жэнь мэнь чжуй кань чжун дэ ши тэ цуань, на пай ши чжу чи цзан ли дэ тэ цуань – Человек, который дорожит привилегиями, и на похоронах ими руководствуется) (Ло Вэйэр).

В **экстразону** русского и китайского концептов «похороны» входит ассоциация «похоронный → слишком мрачный». Языковые единицы, образующиеся на основе данной ассоциации, сходны: *похоронное настроение, похоронный вид, 坏心情* (хуай синь цинь – похоронное настроение), *愁闷的样子* (чоу мэнь дэ ян цзи – похоронный вид) и т.п.

Для русского языка характерными являются такие единицы, как *погребать (себя) заживо, хоронить (себя) заживо*, имеющие переносный смысл и связанные с ситуацией лишения человеком самого себя чего-нибудь.

Для китайской лингвокультуры также характерны некоторые фразеологические и паремиологические единицы, лакунарные для русской культуры:

1) похороны → в определенной степени радость: *又办丧事, 又嫁女* (ю бан сан ши, ю цзя ню – Похороны устроят, свадьбу сыграют);

2) похороны → расточительство: *多过死人事* (до го си жэнь ши – Слишком роскошные похороны);

В китайской коммуникации фразеологизмы и пословицы похоронной тематики довольно часто используются в ситуациях, не



связанных непосредственно с похоронами:

1. В разговоре о крепкой дружбе, когда речь ведется о товарищах, работающих вместе на очень опасной работе, которые этой работой тесно связаны и могут погибнуть в один и тот же день, употребляется фраза *出生入死* (*чу шэн жу си* – *Вместе жили и вместе лягут в одну могилу*). Таким образом, крепкая дружба уподобляется взаимоотношениям супругов, которых хоронят в одной могиле.

2. В качестве очень сильного проклятия используются устойчивые фразы *死无葬身之地* (*си ву цан шэнь чжи ди* – *После смерти нигде не похоронят его труп*), *无人送终* (*ву жэнь сун чжун* – *Человек умрет, никто не устроит его похороны*). Согласно китайским традициям, душа человека, которого не похоронили, никогда не найдет покоя, а сам человек в загробной жизни будет прозябать в нищете.

**Уровень субъектного потенциала** моделируется экспериментальным путем. Для раскрытия субъектного потенциала концепта «похороны» мы провели ассоциативный эксперимент, а также опрос информантов, предполагающий построение дефиниций по предъявленному слову. В каждом эксперименте информантами выступили по 100 носителей русского и 100 носителей китайского языков. При выборе участников соблюдались гендерная и возрастная пропорции. Выделенные среди ответов респондентов группы дефиниций позволяют говорить о том, что понятийная сторона концепта «похороны» в русской и китайской лингвокультурах включает следующие элементы:

1) ритуал, производимый после смерти человека (39% китайских респондентов и 41% – русских): *Это обряд погребения человека, когда с ним прощаются, а он лежит в гробу, а потом его опускают в землю; 给死人举行的仪式 (гэй си жэнь цзу син дэ и ши – Это обряд, который проводится после смерти человека);*

2) проводы умершего в иной мир (28% китайских респондентов и 16% русских): *Это проводы человека в другой мир; 送亡者去天堂的一种仪式 (Сун ван чжэ цу тянь тан дэ и чжун и ши – проводы человека в другой мир);*

3) процесс погребения мертвого (10% китайских респондентов, 15% русских): *это обряд погребения мертвого человека – когда живые люди закапывают в землю гроб с мертвым человеком; 埋葬死人的一种仪式 (Май цзан си жэнь дэ и чжун и ши – ритуал захоронения умершего человека);*

4) последнее прощание с умершим (9% китайских респондентов, 24% русских): *Это прощание с человеком, которого мы больше никогда не увидим. И этого человека больше не будет с нами; 对死者最后的道别 (Дуй си чжэ цзуй хоу дэ цзуй нянь – В последний раз*

люди видят человека, который умер);

5) повод для собрания людей (по 1% у китайских и русских информантов): *Сбор людей по поводу смерти кого-либо; 把大家聚在一起的理由 (Ба да цзя цзу цзай и ци дэ ли ю – сбор людей по поводу).*

Помимо сходного понимания обряда похорон в русской и китайской культурах имеются и отличительные моменты, которые связаны как с менталитетом народа, так и с особенностями языка, влияющего на форму дефиниций. Так, в 10% ответов китайских респондентов похороны определяются как панихида (гражданская): *开追悼会. (Кай Цзуй дао хуй – люди устраивают гражданскую панихиду).* Еще одним специфическим для китайской лингвокультуры видом определения, данным нашими респондентами, является дефиниция, в которой в роли определяющей части выступает «конец игры»: *游戏的结束 (Ю си дэ цзе су – Игра кончилась)* (3% от всех определений, данных китайскими респондентами). Подобные определения отражают имеющее широкое распространение в китайской культуре сравнение жизни с игрой. Жизнь – это игра, спектакль, в которых каждый человек играет свою роль. Когда игра заканчивается, «актер» уходит во «сцены», то есть человек умирает.

Для русскоязычных респондентов специфическими оказались определения, относящиеся к так называемым квазиопределениям, то есть определения которые, в отличие от правильных дефиниций, раскрывают значение определяемого слова лишь приблизительно (Коротеева, 1999, с. 19), их дали 3% русскоязычных респондентов: *Когда человек впервые видит похороны, это заставляет его задуматься о смысле жизни, и никто не считает похороны счастливым событием; Летом листья на деревьях/ зеленые, сочные, живые/ Осенью они становятся жёлтыми, красными,/ потом засыхают и падают на землю. Так и человек – к концу жизни увядает и опускается на землю. Это происходит торжественно, как осень для листочка.*

Концепт «похороны» характеризуется многообразными ассоциативными связями, как в русском, так и в китайском языковом сознании. Общими для изучаемых лингвокультур стали следующие ассоциативные группы:

1) похоронная атмосфера. Подобные ассоциации составили 74% от всех ответов наших русскоязычных респондентов. Чаще всего (51% от всех ответов) похороны ассоциируются с *горем*. В китайском сознании похоронная атмосфера присутствует в 51% ассоциаций и обладает следующими характеристиками: *悲伤 (бэй шан – горе) – 18%, 眼泪 (янь лэй – слезы) – 16%, 庄重 (чжуан*

чжун – торжественный) – 11%, 忧郁 (ю юй – грусть) – 8%, 默哀 (мо ай – скорбь) – 1%;

2) похоронные атрибуты. Самой частотной ассоциацией из числа подобных является 棺材 (гуань цай – гроб) (в 33% случаев всех ответов носителей китайской лингвокультуры и 19% – русской);

3) похоронная одежда. Среди ответов наших респондентов у 7% носителей китайской лингвокультуры и 2% – русской присутствовали ассоциации, связанные с траурной одеждой 丧服 (сан фу – траурная одежда) и 哀悼 (ай дао, печаль + память = траур), белого цвета в Китае и черного – в России;

Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие ассоциации:

1) способ захоронения: 7% всех ответов китайских респондентов похороны связывались с кремацией 火葬 (хоу цзан чан – крематорий), поскольку именно такой способ захоронения усопших применяется в современном Китае и регулируется государственной политикой;

2) участники похорон: 亲属 (цинь шу – родственники), 很多人 (хэнь доу жэнь – очень + много + людей = прочие участники, не родственники) (4%). Для китайцев является очень важным, кто принимал участие в похоронной процессии, и сколько людей пришло проводить умершего в последний путь.

Концепт «похороны» неразрывно связывается с поминками, которые представляют собой угощение в память об умершем. Концепт «поминки» входящий в «похороны», также характеризуется определенными ассоциативными связями. Можно выделить следующие группы:

1) поминальная атмосфера. В отличие от других видов застоля (свадебного, юбилейного и т. п.), поминки характеризуются своеобразной атмосферой, предполагающей отсутствие шума и радости, характерных для прочих застолий. В связи с этим среди ответов-ассоциаций китайских респондентов присутствуют 痛苦 (ту ку, боль + горько = горе) (16% от всех ассоциаций), 心情不好 (синь цинь бу хао, настроение + плохое = плохое настроение) (2%). У русскоязычных респондентов также отличаются ассоциации с горем (12%) и грустью (5%);

2) количество и состав участников: много людей у русскоязычных информантов (7%) и 很多人 (хэнь доу жэнь – очень + много + человек = многие люди) у китайских респондентов (7%);

3) действия участников: есть (кушать) у русскоязычных респондентов (4%) и 吃饭 (чи фань – кушать), 喝酒 (хэ цзо – пить водку) у китайских респондентов (26%).

Специфичные для русской лингвокультуры ассоциации:

1) блюда для поминовения (23%): *водка (10%), кутья (5%), кисель*. Поскольку китайские поминальные блюда не отличаются ничем специфическим от блюд, подаваемых на различных торжествах, они не находят места среди ассоциаций, связанных с поминками;

2) время поминовения (4%): *9 дней, 40 дней*. Согласно православной вере, душа покойного до 9 дней находится рядом с его оставшимися в живых родственниками и до 40 дней – на земле, до того, как она отправится на небо. Именно поэтому близкие покойного собираются в эти дни, чтобы помянуть его.

Специфичные для китайской лингвокультуры ассоциации:

1) ненужность мероприятия (7%): *烦 (фань – надоело)*;

2) возможность общения. В 10% ответов китайских респондентов поминки связывались с возможностью общения *交际 (цзяо цзи – для общения)*. В китайской культуре похороны – это вид социальной деятельности, которая, как и любая другая, способствует общению. Во время поминального обеда происходит завязывание новых знакомств, налаживание контактов.

Для исследования **уровня текстовой реализации** концепта «похороны» нами были использованы компьютерные базы данных, содержащие тексты тридцати четырех китайских и тридцати двух русских газет.

Анализ материала свидетельствует о том, что в обеих лингвокультурах концепт «похороны» реализуется довольно активно, доказательством чему является высокая частотность лексических обозначений исследуемого концепта. Частотность русских обозначений в рассмотренных нами газетах составляет 2128 единиц, китайские лексические обозначения имеют более высокую частотность – 3092 единицы.

Рассмотрим сочетаемость китайских и русских лексических единиц с эпитетами. Все полученные в процессе исследования эпитеты можно разделить на следующие семантические группы:

1) эпитеты, характеризующие степень богатства похорон и их атмосферу: *大葬 (да цзан – торжественные похороны) (101), 厚葬 (хоу цзан – пышные похороны) (79), пышные похороны (8), царские похороны (6), роскошные похороны (3)*;

2) эпитет «церемониальный»: *葬式 (цзан ши – церемониальное погребение) (147), церемониальное погребение (67)*;

3) эпитеты, уточняющие форму похорон: *火葬 (ху цзан – огонь + похоронить = огненные похороны – кремация) (79), 天葬 (тянь цзан – небо + похоронить = небесные похороны, т.е. склеивание тела птицами) (1)*;

4) эпитеты, определяющие характер похорон: 国葬 (го цзан – государственные похороны) (92), 个人的葬礼 (гэ жэнь дэ цзан ли – индивидуальные похороны) (1), христианское погребение (6), всенародное погребение (3), военное погребение (2) и т.п.

5) эпитеты, содержащие оценку похорон: 薄葬 (бо цзан – простые похороны) (80), 传统的葬礼 (чуань тун дэ цзан ли – традиционные похороны) (5), 悲痛的葬礼 (бэй шан дэ цзан ли – грустные похороны) (2), 不寻常的葬礼 (бу сюнь чан дэ – необычные похороны) (2), 体面的葬礼 (ти мянь дэ цзян ли – приличные похороны) (1), 秘密的葬礼 (ми ми дэ цзан ли – тайные похороны) (1), достойное погребение (12), традиционное погребение (5), обычное погребение (4), приличные похороны (3), красивое погребение (2), необычное погребение (1), тайное погребение (1);

6) эпитеты, подчеркивающие социальный статус покойного: 太后的葬礼 (тай хоу дэ цзан ли – похороны матери императора) (8), 院长的葬礼 (юань чжан дэ цзан ли – похороны начальника) (3), 帝王的葬礼 (ди ван дэ цзан ли – императорские похороны) (1), 教授的葬礼 (цзяо шоу дэ цзан ли – профессорские похороны) (1), царское погребение (13), царские похороны (9), императорские похороны (6), королевские похороны (4);

7) эпитеты, указывающие на время проведения погребения, его длительность: 古代的葬礼 (гу дай дэ цзан ли – древнее погребение) (1), древнее погребение (3), довоенное погребение (1), последующее погребение (1), преждевременные похороны (1);

8) эпитеты, дающие национальную идентификацию ритуала: 民族的葬礼 (минь су дэ цзан ли – национальные похороны) (1), все-союзные похороны (1), национальные похороны (1), скандинавское погребение (1), скифское погребение (1).

Подведем основные итоги.

1. Наиболее значимым историческим фактором, повлиявшим на различие китайской и русской погребальных коммуникативных практик и концептов «похороны», стало наличие целенаправленного воздействия на китайский погребальный ритуал со стороны властных институтов в рамках официального дискурса и отсутствие подобного воздействия в русской лингвокультуре.

2. Основные жанры русской и китайской погребальной коммуникации сходны. К устным жанрам относятся: 1) выражение сочувствия близким покойного, 2) выражение сожаления, адресованное усопшему, 3) молитва за усопшего. Письменными погребальными жанрами являются: 1) эпитафия (в современной китайской коммуникации представлена слабо); 2) надписи на надгробных памятниках (разнообразны в русской лингвокультуре, строго клишированы в китайской); 3) надписи на лентах венков (более

разнообразны в китайской лингвокультуре).

3. На уровне системного потенциала лексическая интразона русского концепта «похороны» значительно меньше, чем китайского, поскольку для русских лексем, апеллирующих к концепту «похороны», характерно отсутствие явной внутренней формы. Лексическая интразона китайского концепта «похороны» включает следующие элементы: 1) форма похорон, 2) оценка похорон, 3) социальный статус покойника.

4. Фразеологическая и паремиологическая интразона русского концепта «похороны» развита слабо. Она включает небольшое количество единиц, обозначающих элементы погребальной церемонии и вербализирующих оценку похорон. В китайском языке фразеологическая и паремиологическая интразона изучаемого концепта обширна. Она включает следующие группы: 1) похоронная атмосфера, 2) похоронные обряды, 3) погребальные приметы.

5. В экстразону русского и китайского концептов «похороны» входит общая ассоциация «похоронный → слишком мрачный». Для китайской лингвокультуры также характерны ассоциации, лакунарные для русской: 1) похороны → в определенной степени радость, 2) похороны → расточительство, 3) похороны → крепкая дружба, 4) похороны → проклятие.

6. На уровне субъектного потенциала понятийная сторона концепта «похороны» представлена следующим образом: 1) ритуал, производимый после смерти человека, 2) проводы умершего в иной мир, 3) процесс погребения мертвого, 4) последнее прощание с умершим, 5) повод для собрания людей. Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие определения похорон: 1) гражданская панихида, 2) «конец игры».

7. Текстовая реализация концепта «похороны» представлена сочетаемостью китайских и русских лексических единиц, обозначающих похороны, с эпитетами. Данные эпитеты сходны в русской и китайской лингвокультурах и делятся на следующие семантические группы: 1) характеризующие степень богатства похорон и их атмосферу, 2) характеризующие церемониальную сторону похорон, 3) уточняющие форму похорон, 4) определяющие характер похорон, 5) содержащие оценку похорон, 6) подчеркивающие социальный статус покойного, 7) указывающие на время проведения погребения, его длительность, 8) дающие национальную идентификацию ритуала.

### **Литература**

Лю Сун. Лексическая интразона концепта «похороны» в русской и ки-

тайской лингвокультурах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». – 2009. – № 2 (36). – С. 175–178.

Лю Сун. Концепт «похороны» и «поминки» в китайской и русской лингвокультурах: на материале ассоциативного эксперимента // Единицы языка и их функционирование: Межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во ГОУ ВПО «Саратовская государственная академия права», 2007. – Вып. 13. – С. 114–118.

Лю Сун. Ритуальные жанры в китайской погребальной коммуникации // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире: сб. статей / отв. ред. Г.Г. Слышкин. – Волгоград: ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы». – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2007. – С.220–221.

Лю Сун. Фразеологическая и паремиологическая реализация концепта «похороны» в китайской лингвокультуре // Аксиологическая лингвистика: проблемы лингвоконцептологии и лингвокультурных типажей / под ред. Н.А. Красавского. – Волгоград: Колледж, 2007. – С. 174–180.

Лю Сун. Жанр «надпись на надгробном камне и погребальном венке» в русской и китайской лингвокультурах // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 2: сб. статей / отв. ред. Г.Г. Слышкин. – Т. 1. – Волгоград: Изд-во ВАГС, 2008. – С. 222-225.

Лю Сун. Уровень текстовой реализации лингвокультурного концепта «похороны» / Лю Сун // Антропологическая лингвистика. – Вып. 9: сб. науч. тр. / под ред. Н.А. Красавского. – Волгоград: Колледж, 2008. – С.110–115.

**Дун Жань  
(Волгоград)**

## **СВАДЬБА**

В данной работе рассматриваются свадебная коммуникация и лингвокультурный концепт «свадьба» в китайской и русской лингвокультурах.

В основу выполненной работы положена следующая гипотеза: лингвоаксиология ритуализованного бракосочетания имеет двойственную природу: во-первых, в свадебной коммуникации находят вербальное и невербальное воплощение важнейшие позитивные ценности социума, во-вторых, сам свадебный обряд становится основой для формирования значимого лингвокультурного концепта; названные аспекты находятся в системной взаимосвязи и поддаются комплексному изучению.

Материалом исследования стали данные сплошной выборки из толковых, синонимических, этимологических, фразеологических и паремиологических словарей русского и китайского языков (35 словарей); результаты анкетирования носителей русского и китайского языков (400 анкет, в том числе 200 русских и 200 ки-

тайских респондентов); текстовые базы данных русских и китайских СМИ (общий объем – около 30 миллионов русских слов и около 30 миллионов китайских иероглифов). Единицами исследования стали словарные статьи, вербальные реакции респондентов и текстовые фрагменты, содержащие описание свадебного ритуала и/или апелляции к концепту «свадьба».

Традиционные русские и китайские свадьбы являлись сложными многоэтапными процессами с обширной ритуализованной коммуникативной составляющей. Традиционная китайская свадьба включала следующие обряды:

- предсвадебные: 纳彩 – дарение подарков родителям девушки, 问名 – сообщение имени (семьи обменивались карточками с указанием «восьми иероглифов жизни», в которых сообщались фамилии, а также год, месяц, день и час рождения новобрачных), 纳吉 – гадание (если гадание проходило успешно, то семья молодого человека приносила дикого гуся семье девушки; дикие гуси как олицетворение супружеской верности являлись символом новобрачных), 纳徵 – достижение успеха (семья юноши дарила подарки семье девушки как признание успешного сватовства; с этого момента пара официально считалась женихом и невестой), 请期 – сообщение даты (семья жениха передавала семье невесты карточку с указанием даты свадьбы), 亲迎 – «встреча самих» (встреча жениха и невесты в ее доме);

- свадебные: 拜堂 – поклонение жениха и невесты Небу и Земле, 沃盥» – купание новобрачных, символизировавшее вступление в новую жизнь, 对席 – размещение новобрачных за столом друг напротив друга, 同牢合卺 – совместное вкушение новобрачными мяса и вина (молодожены вместе съедали кусочек мяса и пили вино или чай из бокалов, связанных красной лентой), 媿余设衽 – соединение кроватей (шутливые смотрины невесты);

- послесвадебные: 妇见舅姑 – встреча снохи с родителями мужа, 妇馈舅姑 – приготовление снохой пищи для свекра и свекрови, 舅姑餽妇 – поучение свекром и свекровью молодой жены, 成婿之礼 – «обряд зятя» (посещение новобрачными дома родителей новобрачной).

Русская традиционная свадьба также делилась на предсвадебный, свадебный и послесвадебный этапы. Схема обрядового комплекса включала следующие элементы: сватовство – сговор – девичник / мальчишник – баня – венчание – свадебный пир – послесвадебный обряд.

В традиционной русской и китайской свадебной коммуникации



налицо ряд близких элементов. Сходной является общая последовательность обрядов, а также многие использовавшиеся символы (например, омовение как символ начала новой жизни).

Основные отличия традиционной русской и китайской свадебной коммуникации заключаются в следующем:

1. В русских свадебных обрядах активную коммуникативную роль играли все члены семьи брачующихся. В Китае активными коммуникантами являлись лишь молодожены и их родители.

2. Безэквивалентным для китайской культуры является русский обряд «девичник/мальчишник», т.е. акт прощания со свободной жизнью. В китайской свадебной коммуникации акцентировалось лишь прощание невесты со своими родителями.

3. В китайской лингвокультуре существовало табу, ограничивавшее участие родителей невесты в свадебной коммуникации: они не имели присутствовать на той части церемонии, которая происходила в доме жениха. Этим подчеркивался ее переход в состав другой семьи. В Китае до сих пор существует устойчивое речение *嫁出去的姑娘，泼出去的水* – *Когда девушка вышла замуж, она стала членом семьи мужа, с родной семьей не должно быть никаких отношений.*

Таким образом, основные коммуникативные различия китайской и русской традиционных свадеб связаны с ценностным отношением к родителям в русской и китайской лингвокультурах.

Современные русская и китайская свадьбы являются результатом долгой эволюции и представляют из себя смесь традиционного и нового. В Китае господствующий тип свадьбы обозначается термином *土洋结合 (tu yang jie he)* – *смесь традиционного с европейским.*

Набор основных ценностей, реализующихся в китайской и русской свадебной коммуникации, идентичен. К ним относятся семейное счастье, любовь, продолжение рода. Различны средства апелляции к данным ценностям. Для русской лингвокультуры характерно более интенсивное использование вербальных знаков в жанрах тоста и поздравления. Тексты тостов и поздравлений носят развернутый характер, обладают повышенной экспрессивностью, стилистической насыщенностью, часто облачаются в стихотворную форму. Приведем примеры:

- поздравление:

*Желаем счастья без печали,  
Желаем, чтоб друзья не огорчали,  
Чтоб боль и горе в жизни не встречались,  
А радость в жизни не кончалась!  
Пусть будут весны среди зим и лета,  
Пусть будет очень много света,*

*И все задуманное пусть свершится –  
Ведь ради этого и стоило жениться!*

- ТОСТ:

*Царство семьи – это царство женщины. Умная, добрая, невздорная жена может, как добрая фея, создать дома атмосферу любви, радости, счастья и яркого света. Во власти женщины сделать из супружеской жизни продолжительное золотое утро. Пожелаем все это нашим новобрачным, пожелаем им счастливой семейной жизни. Горько!*

В китайской лингвокультуре тосты и поздравления лаконичны, клишированы, стилистически бедны:

祝你们早生贵子 (zhu ni men zao sheng gui zi) (чжу ни мэнь зао шэн гуй зи) – *Желаю вам скорее родить драгоценного сына!*

祝你们白头偕老, 永结同心 (zhu ni men bai tou xie lao, yong jie tong xin) (чжу ни мэнь бай то се лао, юн цзе тун синь) – *Желаю вам счастливое супружество до глубокой старости и вечной любви!*

Для китайской свадебной коммуникации в большей степени, чем для русской, характерно использование семиотически маркированных предметов и пищевых знаков. Например, 鸡 (цзи – курица) является неизменным блюдом на свадебном застолье. По-китайски 鸡 созвучно со словом 吉 (ji) (цзи), которым обозначается счастье. Блюдо из курицы символизирует счастье в будущей семейной жизни. Колобок 汤圆 (тан юань) делается из клейкого риса. Характеристика данного сорта риса – клейкость – символизирует сильную центростремительную силу; круглая форма колобка символизирует благополучие. Именно поэтому 汤圆 (тан юань) на свадебных столах подчеркивает тему объединения рода, семьи как залог благополучия.

Более значима в китайском свадебном ритуале и семиотика цвета. Если в России символически маркированным является лишь цвет платья невесты (белый – символ чистоты), то в Китае красный цвет (цвет счастья) представлен на свадьбе очень широко: деньги новобрачным дарятся в красных конвертах, новобрачная дарит свекрови красный цветок, бокалы новобрачных связываются красной лентой, канализационные люки, находящиеся на пути свадебного кортежа, накрываются красной бумагой.

В китайском языке существует более обширная система терминов для обозначения специальных аксессуаров свадебного ритуала. Например, невеста должна вручить свекрови умывальные тазы, которые называются 聚宝盆 (цзюй бао пэнь – тазы, где деньги вырастают сами). Этот обряд означает, что невеста приносит богатство в семью жениха.

Для исследования **уровня системного потенциала** лингвокультурного концепта «свадьба» в русском языке были рассмот-

рены данные сплошной выборки из толковых, синонимических, этимологических, фразеологических и паремиологических словарей русского и китайского языков (35 словарей).

Обратимся к интразоне концепта. Для анализа лексической интразоны в русском языке был рассмотрен синонимический ряд, доминантой которого является лексема *свадьба*. Данный ряд включает следующие единицы: *свадьба, бракосочетание, венчание, женитьба*.

Общеславянская лексема *свадьба* происходит от слова «*сват*». Лексико-словообразовательный анализ показывает, что сема «человек» является ядерной частью этого слова. Лексема *брак* происходит от старого славянского *брати – брать*. Лексема *венчание* является общеславянской (от «*венец*») и обозначает совершение церковного обряда бракосочетания. Для наивных носителей языка внутренняя форма указанных лексем не является прозрачной.

Лексема *женитьба* означает действие по глаголу «жениться» и определяется как «вступление в брак». Ее происхождение от лексемы *жена* понятно носителям языка.

В китайском языке основой обозначения свадьбы стали односложные слова *嫁 (цзя, выйти замуж),娶 (чюй, брать жену) и 婚 (хунь, свадьба)*, используемые в современном китайском языке в функции слогоморфем.

*嫁 (цзя)* в современном китайском языке означает «выйти замуж», «замужество», на что указывает левая часть иероглифа *女 (нюй, т.е. девица)*, а *家 (цзя, т.е. дом)* представляет собой фонетический компонент. Буквально данная слогоморфема означает «девушка ушла из родного дома в дом мужа».

*娶 (чюй)* определяется как «жениться, женитьба», «брать жену» и «женить, брать сноху». Данный иероглиф состоит из двух частей. Первая часть – *取* – означает «брать», «взять». Вторая часть – *女 (нюй)* – означает девицу или женщину. Буквально слогоморфема означает как «брать девицу в жены».

Слогоморфема *婚 (хунь)* первоначально писалась как *昏 (хунь)* и означала сумерки. В древнем Китае обряд женитьбы совершали под вечер. В современном китайском языке обряд свадьбы стал в большей степени ассоциироваться с женщиной, чем в древнекитайском, вследствие чего к первоначальному иероглифу добавилась часть *女 (нюй)*, что впоследствии привело к образованию иероглифа *婚 (хунь)*. Данная слогоморфема буквально переводится как «брать девушку домой под вечер». С помощью слогоморфемы *婚 (хунь)* формируется ряд лексем, служащих

средствами апелляции к концепту «свадьба». Среди них можно выделить следующие семантические типы:

1) форма свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 撞天婚 = 撞天婚 (чжуан тянь хунь). В Древнем Китае существовал способ выбора жениха по небесной воле, когда девушка стояла на балконе терема и бросала красный шарик. На кого этот шарик попадал, тот и должен был стать ее мужем.

2) статус участников свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 军婚 (цзунь хунь, армия + свадьба). Эта лексема означает военный брак, когда один из супругов служит в армии.

3) время свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 晚婚 (вань хунь, поздно + свадьба). Эта лексема означает брак в пожилом возрасте.

4) историческая аллюзия + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 惊婚 (цзин хунь, испуг + свадьба). Буквальное значение этой лексемы – «девушка срочно выходит замуж, чтобы не стать женой императора».

5) оценка свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 大婚 (да хунь, большой + свадьба), т.е. роскошная свадьба.

6) юбилей свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 金婚 (цзинь хунь, золото + свадьба), т.е. золотая свадьба.

Общими элементами фразеологической и паремиологической интразоны концепта «свадьба» для русской и китайской лингвокультур являются следующие:

1) устойчивые речения, использующиеся как свадебные пожелания: *Дай Бог вам совет да любовь. Дай Бог – с кем венчаться, с тем и кончаться.* 白头偕老 (бай то се лао – Вместе живут, когда волосы седые). 百年好和 (бай нянь хао хэ – Жить счастливой жизнью многие годы).

2) условия и критерии выбора невесты и жениха: *Жену выбирай не глазами, а ушами. Не молодца любят, денежку. 娶妻当娶贤 (чюй чи дан чюй сянь – Мужчина должен выбирать невесту за ее внутренний мир). 男怕入错行, 女怕嫁错郎 (нань па жу цуо хан, нюй па цзя цуо лан – Мужчина должен волноваться, что неправильно выберет профессию, а девушка должна волноваться, что неправильно выберет мужа).*

В русских словарях присутствуют несколько групп фразеологизмов и паремий, лакунарных для китайской лингвокультуры:

1) отражающие свадебные приметы: *Дождь на молодых – счастье. Снег и дождь на свадебный поезд – богато жить.*

2) описывающие свадебные обряды: *Горько вино, не пьется.*

*Выбирай такого дружку, чтоб загадки разгадывал.*

В китайском языке также налицо фразеологизмы и паремии, лакунарные для русской лингвокультуры:

1) апеллирующие к брачному контракту: 指腹为婚 (чжи фу вэй хунь, т.е. *нареченный договор – договор о свадьбе еще нерожденных детей, а находящихся только в период внутриутробного развития*), 百岁之盟 (бай суй чжи мэнь, т.е. *столетний договор (обычно брачный контракт)*).

2) описывающие свадебную атмосферу: 洞房花烛 (дун фан хуа чжу – *комната новобрачных в свадебных свечах*), 大喜之日 (да ши чжи жи – *день радости*).

3) отражающие благоприятное время для заключения брака: 男大当婚 (нань да дан хунь – *Когда мужчина вырастает, ему нужно жениться вовремя*), 女大当嫁 (нюй да дан цзя – *Когда девушка вырастает, ей нужно выйти замуж вовремя*).

4) связанные с отношением к браку: 天作之合 (тянь зуо чжи хэ – *союз, совершенный небом*), 佳偶天成 (цзя оу тянь чэн – *Небо соединяет счастливую пару*).

В экстразону русского концепта «свадьба» входят следующие ассоциации:

1) хлопотное событие (*Безумный день, или женитьба Фигаро*);

2) переходный этап, после которого начинается новая более сложная жизнь (*Покроют головушку, наложат заботушку*);

3) событие, к которому следует заранее готовиться, продумывая все (*Свадьба скорая, что вода полая*);

4) событие, которое бывает у людей разного достатка, но на организацию которого в любом случае найдутся средства (*Свадьба найдет рубашку*);

5) чужая свадьба – не всегда радость для других (*Кому свадьба, а кому похороны*);

6) решение, принятое без участия задеиствованного лица (*Без меня меня женили*);

7) важное событие, которое следует провести торжественно, парадно (*свадебный генерал*).

Экстразону китайского концепта «свадьба» формируют менее сложные ассоциации:

1) радость: 又娶媳妇又嫁女 (ю чюй си фу ю цзя нюй) – *Женить сына и выдать замуж дочь* (выражение, означающее радостное событие).

2) справедливость: 讨媳妇嫁女儿 – 一进一出 (тао си фу цзя нюй эр – и цзинь и чу) – *Родители, женив сына, получают сноху в свою семью, а выдав дочь замуж, отдают в другую*.

3) осуществление мечты, грез: 做梦结婚 – 想得好 (зуо мэнь цзе хунь

– сян дэ хао) – Видеть сон о своей свадьбе – это сладкие грезы.

4) корысть: 爹死娘嫁人, 个人顾个人 (де си нян цзя жэнь, гэ жэнь гу гэ жэнь) – Когда умирает отец, мать хочет выйти замуж вновь, чтобы не нести на себе одной все тяготы заботы о детях и родителях покойного супруга.

5) возможность дать другим заработать: 为人作嫁 (вэй жэнь зо цзя) – Шить свадебное платье для другой девушки.

**Уровень субъектного потенциала** концепта «свадьба» рассмотрен в работе экспериментальным путем. Для раскрытия субъектного потенциала концепта «свадьба» мы провели ассоциативный эксперимент и дефиниционный опрос. Ассоциативный эксперимент проводился в 2006 – 2007 гг. в г. Волгограде, и в нем приняли участие носители русской и китайской лингвокультур (по 100 респондентов с каждой стороны), принадлежащие к различным социальным группам. В качестве стимулов для свободного ассоциирования выступили лексемы *свадьба*, *бракосочетание* и *婚礼* (*хунь ли*, *свадьба*), *结婚仪式* (*цзе хунь и ши*, *бракосочетание*). Проанализировав полученные данные, мы выделили следующие ассоциативные группы, общие для русской и китайской лингвокультур:

1) место регистрации брака и проведения свадьбы (25% русских респондентов и 8% китайских). Наиболее частотная реакция у русских – *Загс* (22%), у китайцев – *храм* (6%);

2) свадебная атмосфера (22% русских респондентов и 31,5% китайских). Наиболее частотные реакции у русских – *радость* (10%), *счастье* (5%), у китайцев – *幸福* (*син фу* – *счастье*) (12,5%), *热闹* (*жэ нао* – *шумное веселье*) (10%);

3) причина свадьбы. В эту группу входит одна ассоциация – *любовь*. Она фигурирует в ответах 9,5% русских и 1,5% китайских респондентов;

4) участники свадьбы (13,5% русских респондентов и 15,5% китайских). Реакция *невеста* является наиболее частотной как у русских (7%), так и у китайских (11%) респондентов. Примечательно, что в ответах китайских респондентов помимо упоминаемой невесты и жениха фигурирует также лексема *双亲* (*шуан цинь*) – *родители* (2%);

5) свадебные украшения и символы свадьбы (10,5% русских респондентов и 7% китайских). Для данной группы характерно наибольшее разнообразие реакций: *кольца* (4%), *платье* (2%), *цветы* (1,5%), *фото* (1%), *букет* (0,5%), *белый* (0,5%), *голуби* (0,5%), *марш Мендельсона* (0,5%); *车队* (*чэ дуй* – *кортеж*) (2%), *婚纱* (*хунь ша* – *свадебное платье*) (2%), *戒指* (*цзе чжи* – *кольца*)

(1%), 鞭炮 (вянь пао – хлопушка) (1%), 花 (хуа – цветы) (1%);

6) свадебное застолье (7,5% русских респондентов, 8% китайских). В ответах русских респондентов заметно преобладают реакции, связанные с употреблением спиртных напитков: *пьянка* (2%), *горько* (2%), *шампанское* (1%). Китайские респонденты чаще упоминают употребление пищи.

7) позитивное или негативное событие в жизни (7% русских респондентов и 15,5% китайских). В ответах русских респондентов негативная оценка преобладает (5,5%), однако присутствуют и положительные реакции (1,5%). В ответах же китайских респондентов встречается только негативная реакция. Как у русских, так и у китайцев свадьба ассоциируется с *хлопотами* и *затратами*.

Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие ассоциативные группы:

1) подарки (9,5%). Среди ассоциаций, относящихся к данной группе, присутствуют 钱 (чянь – деньги), 房子 (фан зи – дом), 公寓 (гун юй – квартира), 红包 (хон бао – красные конверты) (В Китае деньги на свадьбе дарятся в конвертах красного цвета), 送礼 (сон ли – подношение подарков);

2) свадебные обряды (3,5%): 拜天地 (бай тянь ди – поклонение небу и земле), 闹洞房 – (нао дун фан, период шуточных смотрин молодой жены), 敬酒 (цзин цю – преподнести вино кому-либо с уважением), 仪式 (и ши – обряд).

В проведенном нами дефиниционном опросе в 2007 – 2008 гг. информантами выступили по 100 носителей китайской и русской лингвокультур. Каждый из респондентов получал задание по дефинированию слова *свадьба* или 婚礼 (хунь ли – свадьба). Результаты данного опроса позволяют сделать вывод о том, что на понятийном уровне и в русской, и в китайской лингвокультурах свадьба интерпретируется следующим образом:

1) свадьба как торжественный праздник (39% русских респондентов, 6% китайских);

2) свадьба как создание новой семьи (27% русских респондентов, 13% китайских);

3) свадьба как своеобразный ритуал, обряд, событие (13% русских респондентов, 20% китайских);

4) свадьба как застолье (9% русских респондентов, 21% китайских);

5) свадьба как регистрация брака (3% русских респондентов, 15% китайских);

6) свадьба как продолжение рода (1% русских респондентов, 3% китайских).

Специфическими признаками, характерными только для одной из рассматриваемых лингвокультур и отсутствующими в понятийном компоненте концепта «свадьба» в другой, являются следующие:

- 1) свадьба как доказательство любви (8% русских респондентов);
- 2) свадьба как исполнение родительского желания и потеря надежды на любовь (4% китайских респондентов);
- 3) свадьба как начало новой жизни (17% китайских респондентов),
- 4) свадьба как демонстрация богатства (1% китайских респондентов).

Для исследования **уровня текстовой реализации** концепта «свадьба» были электронные базы данных, содержащие тексты одиннадцати русских и десяти китайских газет. Частотность упоминания имени исследуемого концепта в русских газетах составляет 3000 раз, в китайских – 5938 раз.

Был проведен анализ сочетаемости русских и китайских лексических единиц с эпитетами. Обнаруженные эпитеты классифицируются следующим образом:

1. Эпитеты, характеризующие степень изобилия свадьбы (145 употреблений в русских и 342 в китайских текстах), например, *пышная* (72), *большая* (37), *隆重的* (*лон чжон дэ*, торжественная свадьба) (106), *豪华的* (*хао хуа дэ*, пышная свадьба) (85).

*Президент Таджикистана запретил пышные свадьбы* (Новая газета, 24.07.2007).

*Впереди ехали три роскошные джипа, один из которых стоил более одного миллиона юаней, за ними следовали 2 белых Лимузина и 1 красный Ferrari, а за ними еще более 70-ти Мерседесов-600. Это пышное свадебное шествие появилось на дорогах города Даляни, и его длина составляла почти километр. Все прохожие обращали внимание и были очень удивлены. Подсчитали, что стоимость этих машин составила 80 миллионов юаней* (扬子晚报, 20. 05. 2007).

2. Эпитеты, обозначающие юбилей свадьбы (92 употребления в русских и 5 в китайских текстах), например, *золотая свадьба* (48), *серебряная свадьба* (37), *бриллиантовая свадьба* (7), *金婚* (*цзинь хунь* – золотая свадьба) (3), *银婚* (*инь хинь* – серебряная свадьба) (2).

3. Эпитеты, указывающие на время проведения свадьбы (54 употребления в русских и 7 в китайских текстах), например, *предстоящая свадьба* (12), *五一婚礼* (*у и хунь ли* – свадьба во время Майских праздников) (2).

4. Эпитеты, характеризующие атмосферу свадьбы (30 упо-



треблений в русских и 144 в китайских текстах), например, *красивая свадьба* (12), 热闹的婚礼(жэ нао дэ хунь ли – праздничная, шумная свадьба) (29).

5. Эпитеты, характеризующие последовательность и количество свадеб в жизни новобрачных (22 употребления в русских и 2 в китайских текстах), например, *скорая свадьба* (17), 第一次的婚礼(ди и цы дэ хунь ли, первая свадьба) (1).

*Певица Катя Лель, недавно заявившая о скорой свадьбе, решила немного повременить. В данный момент девушка мечтает только работать, работать и еще раз работать (...)* (Московский комсомолец, 17.06.2007).

*Он заявил: «это моя первая свадьба, и будет единственной». Она ответила: «Я согласна»* (上海青年报, 02.02.2007).

6. Эпитеты, содержащие в себе оценку свадьбы (21 употребление в русских и 32 в китайских текстах), например, *особенная свадьба* (4), 特别的婚礼(тэ бе дэ хунь ли – особенная свадьба) (22).

7. Эпитеты, дающие национальную идентификацию свадебного ритуала (9 употреблений в русских и 51 в китайских текстах), например, *традиционная свадьба* (2), 传统婚礼(чуань тон дэ хунь ли – традиционная свадьба) (21).

8. Эпитеты, обозначающие место проведения свадьбы (5 употреблений в русских и 6 в китайских текстах), например, *сельская свадьба* (3), 病房里的婚礼(бин фан ли дэ хунь ли, т.е. свадьба в больничной палате) (3).

*Это оказались офицеры Абвера. Всех наших обезоружили и повели в деревню Лампово. Пленные готовились к допросам и пыткам. Но Абвер работал тоньше. Их привели на деревенскую свадьбу. Шнапс, самогон...* (Известия, 04. 10. 2006).

*Свадьба в больничной палате. Семнадцатого января в провинции Шаньдуне в палате циндаоской больницы играли особенную свадьбу. Пациентка в белом свадебном платье – шаньдунская девушка Гао Цзюньфэн, которая болеет лейкозом и ее любимый человек Сун Бин играли свадьбу* (北京晨报, 02.02.2007).

9. Эпитеты, характеризующие свадьбу по ее участникам (4 употребления в русских и 67 в китайских текстах), например, *студенческая свадьба* (3), 集体的婚礼(цзи ти хунь ли – коллективная свадьба) (43).

Кроме того, в русских текстах представлены эпитеты, указывающие на длительность ожидания свадьбы (2 употребления): *долгожданная свадьба* (1), *долгожданное бракосочетание* (1).

Резюмируем.

1. Набор основных ценностей, реализующихся в китайской и

русской свадебной коммуникации, идентичен – семейное счастье, любовь, продолжение рода. Различны средства апелляции к данным ценностям. Для русской лингвокультуры характерно более интенсивное использование вербальных знаков в жанрах тоста и поздравления. Тексты тостов и поздравлений носят развернутый характер, обладают повышенной экспрессивностью, стилистической насыщенностью, часто облачаются в стихотворную форму. В китайской лингвокультуре тосты и поздравления лаконичны, клишированы, стилистически бедны. Для китайской свадебной коммуникации в большей степени, чем для русской, характерно использование семиотически маркированных предметов и пищевых знаков, а также апелляция к семиотике цвета.

2. Как китайский, так и русский концепты «свадьба» обладают значительным системным потенциалом. Лексическая интразона китайского концепта развита в большей степени, чем у его русского аналога. Во внутренней форме китайских лексем закреплены такие ассоциации, как «форма свадьбы», «статус участников свадьбы», «время заключения брака», «оценка свадьбы», а также исторические аллюзии.

3. Фразеологическая и паремиологическая интразона русского и китайского концептов «свадьба» включает ряд общих элементов: свадебные пожелания, условия выбора невесты и жениха. Уникальными для русской лингвокультуры являются следующие элементы: отражение свадебных примет, описание свадебных обрядов. Для китайской лингвокультуры уникальны единицы, апеллирующие к брачному контракту, описывающие свадебную атмосферу, отражающие благоприятное время для заключения брака, связанные с отношением к браку.

4. В экстразону русского концепта «свадьба» входят следующие ассоциации: «хлопотное событие», «переходный этап, после которого начинается новая более сложная жизнь», «событие, к которому следует заранее подготовиться, продумывая все», «событие, которое бывает у людей разного достатка, но на организацию которого в любом случае найдутся средства», «чужая свадьба – не всегда радость для других», «решение, принятое без участия задействованного лица», «важное событие, которое следует провести торжественно, парадно». Экстразону китайского концепта «свадьба» формируют менее сложные ассоциации, а именно «радость», «справедливость», «осуществление мечты, грез», «корысть», «свадьба как возможность дать другим заработать».

5. На уровне субъектного потенциала китайский и русский концепты «свадьба» включают следующие общие ассоциативные группы: «место регистрации брака и проведения свадьбы», «сва-

дебная атмосфера», «причина свадьбы», «участники свадьбы», «свадебные украшения и символы свадьбы», «свадебное застолье», «позитивное или негативное событие в жизни». Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие ассоциативные группы: «подарки» и «свадебные обряды». На понятийном уровне, выявленном в ходе дефиниционного эксперимента, и в русской, и в китайской лингвокультуре свадьба понимается как «торжественный праздник», «создание новой семьи», «своеобразный ритуал, обряд», «событие», «застолье», «регистрация брака», «продолжение рода». Уникальными для китайской лингвокультуры стали определения свадьбы как «начала новой жизни», «исполнения желания родителей», «потери надежды на любовь», «демонстрации богатства». Единственным уникальным для русской лингвокультуры определением – «доказательство любви».

6. На уровне текстовой реализации концепта «свадьба» проявляется значимость для представителей как русской, так и китайской лингвокультур следующих характеристик свадебного ритуала: «степень изобилия», «юбилей», «время проведения», «атмосфера проведения», «последовательность и количество свадеб в жизни новобрачных», «оценка свадьбы», «национальная идентификация», «место проведения», «участники».

### Литература

Дун Жань. Концепт «свадьба» в китайской и русской лингвокультурах (на материале дефиниционного эксперимента) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». – 2009. – № 2 (36). – С. 178–181.

Дун Жань. Концепт «свадьба» в русской и китайской лингвокультурах: уровень субъектного потенциала // Единицы языка и их функционирование: Межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во ГОУ ВПО «Саратовская государственная академия права», 2007. – Вып. 13. – С. 91–95.

Дун Жань. Ритуал «нао дун фан» в китайской свадебной коммуникации // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире: сб. статей / отв. ред. Г.Г. Слышкин. – Волгоград: ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы». – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2007. – С. 219–220.

Дун Жань. Структура концепта «свадьба» в китайской лингвокультуре (на фразеологическом и паремиологическом материале) // Аксиологическая лингвистика: проблемы лингвоконцептологии и лингвокультурных типов / под ред. Н.А. Красавского. Сб. науч. тр. – Волгоград: «Колледж», 2007. – С. 168–174.

Дун Жань. Концепт «свадьба» в русской и китайской лингвокультурах: уровень текстовой реализации / Дун Жань // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 2: сб. статей / отв. ред. Г.Г. Слышкин. – Т. 2. – Волгоград: Изд-во ВАГС, 2008. – С. 209–212.

Дун Жань. Русская и китайская свадебная коммуникация: предсвадебные ритуалы // Антропологическая лингвистика. – Вып. 9: Сб. науч. тр. / под ред. Н.А. Красавского. – Волгоград: «Колледж», 2008. – С.123–128.

**З.С. Мержоева  
(Саратов)**

## **РОДСТВО**

Настоящее исследование посвящено анализу концептов родства в русском и ингушском языковом сознании.

Объектом данного исследования является молодежное языковое сознание русских и ингушей. В качестве предмета изучения выступают *концепты родства* в молодежном языковом сознании русских и ингушей, их содержание и структура.

Целью исследования является комплексная характеристика концептов родства, их сопоставительный анализ, выявление степени их взаимосвязи в языковом сознании носителей русского и ингушского языков.

Материалом исследования послужили результаты ассоциативных и рецептивных экспериментов, проведенных с носителями русского и ингушского языков. Эксперименты проводились в устной и письменной форме в присутствии экспериментатора, который ограничивал время ответов на вопросы. Во всех экспериментах принимали участие студенты Саратовской государственной академии права (носители русского языка) и студенты Ингушского государственного университета (носители ингушского языка). Всего в эксперименте приняло участие 184 испытуемых. Задания для носителей русского языка составлялись на русском языке, задания для носителей ингушского языка – на ингушском. В качестве дополнительного материала использовались данные Ассоциативного тезауруса русского языка под ред. Ю.Н. Караулова, а также данные толковых и переводных ингушско-русских словарей.

Нами была проведена серия психолингвистических экспериментов с носителями ингушского и русского языков, которая включала в себя три этапа. На первом этапе проводился свободный ассоциативный эксперимент с группами по 30 испытуемых, на втором этапе – направленный ассоциативный эксперимент с группами по 50 человек; на третьем этапе – рецептивный эксперимент и направленный ассоциативный эксперимент с группами

по 12 испытуемых. Анализ результатов экспериментов происходил с применением методик, предложенных З.Д. Поповой и И.А. Стерниным (Попова, Стернин 2006):

1. Построение ассоциативного поля концептов родства, которое представляет собой совокупность реакций (ассоциатов) на стимул и формируется через перечисление ассоциатов, располагаемых по убыванию числа испытуемых.

2. Анализ ассоциативного поля концепта с помощью прямой когнитивной интерпретации результатов ассоциативного эксперимента, то есть с помощью мысленного обобщения ассоциатов в когнитивные признаки.

3. Моделирование концепта, то есть описание его макроструктуры – отнесение выявленных когнитивных признаков к образному, информационному компонентам и интерпретационному полю и установление их соотношения в структуре концепта.

Изучение подверглись 36 концептов родства. Исследовались концепты, обозначающие степени родства (*муж, жена, отец, мать, дедушка, бабушка, сын, дочь, брат, сестра, дядя, тетя, жених, невеста, свекор, свекровь, тесть, теща, зять, сноха, шурин, свояченица, деверь, золовка*), концепты, являющиеся общими обозначениями родственников (*родня, родственники, родственный, семья, семейный*), названиями семейных праздников и важных для семьи событий (*день рождения, именины, свадьба, жениться, выходить замуж*), а также концепты *дом и домашний*.

Конечно же, это не все концепты родства, существующие в ингушской и русской лингвокультурах. Однако данные концепты были исследованы с различных сторон, с помощью различных экспериментальных методов. Все это позволило сделать достаточно обоснованные выводы об общих и национально специфических чертах концептов родства в русской и ингушской лингвокультурах.

Анализ ассоциаций, данных носителями русского и ингушского языков, показал, что в целом реакции первых более разговорны, несерьезны, эмоциональны. Этим они существенно отличаются от реакций, данных носителями ингушского языка. Можно сказать, что внимание русскоязычных испытуемых акцентировано не на долге, а на удовольствии (например, **семья – секс, свадьба – пьянь, выходить замуж – пьянка, жениться – не хочу!**).

Анализ ассоциативных полей, построенных по результатам первого этапа эксперимента, показал, что концепты родства связаны между собой как в русском, так и в ингушском языках. Так, например, носители русского языка на стимул **семья** дают реакции *мама, дом*, на стимул **родня** – реакции *семья, мама*, на сти-

мул **дом** – реакции *семья, мама*, на стимул **мать** – реакцию *дом* и т.п. Носители ингушского языка на стимул **семья (дезал)** дают реакцию *дом (ц1енош)*, на стимул **дом (ц1енош)** – реакции *семья (дезал), тепло (й1овхал)*, на стимул **мать (нана)** – реакцию *тепло (й1овхал)*, на стимул **родня (гаргаранах)** – реакции *помощь (г1о), уважение (ларх1ар)*, на стимул **отец (да)** – реакцию *уважение (ларх1ар)*, на стимул **бабушка (даь наьна, наьна нана)** – реакцию *тепло (й1овхал)*, на стимул **дядя (даь воша, наьна воша)** – реакции *помощь (г1о), опора (г1орттор)*, на стимул **брат (воша)** – реакцию *опора (г1орттор)* и т.д.

Кроме того, носители как русского, так и ингушского языков достаточно часто дают реакции, в которых отражается оппозиционный характер мышления. Например: **мать – отец, сын – дочь, жених – невеста, сестра – брат, дядя – тетя** и т.д. Такие реакции можно назвать оппозитивными.

Прямая когнитивная интерпретация результатов ассоциативного эксперимента (обобщение ассоциатов в когнитивные признаки) позволила выявить национальную специфику концептов родства. Исследование показало, что ингушские и русские концепты родства имеют как сходные, так и различные когнитивные признаки. При этом в одних концептах практически все когнитивные признаки совпадают (например, концепты «день рождения» и «именины»), в других концептах не содержится ни одного общего когнитивного признака (например, концепты «тесть», «теща», «свекровь»).

Национальная специфика рассмотренных концептов родства проявляется в следующем: для ингушского языкового сознания очень важными когнитивными признаками концептов родства являются такие, как уважение, опора, поддержка, забота, мудрость, защита, доверие, понимание. В ингушской лингвокультуре присутствует крайне уважительное отношение ко всем старшим родственникам. Они рассматриваются как члены семьи, на которых можно опереться, которые могут всегда поддержать, помочь, дать мудрый совет. С другой стороны, отмечается, что дети должны поддерживать родителей, так как они являются наследниками, продолжателями рода.

Уважительное отношение распространяется не только на старших родственников, но и на других членов семьи. Сестра, брат, шурин, деверь, золовка, свояченица – это друзья и подруги, которые также могут защитить, помочь, поддержать в трудную минуту. В ингушском языковом сознании присутствует положительная оценка практически всех родственников, не зависимо от степени родства или старшинства. При этом создание семьи рас-

сма­три­ва­ет­ся как сер­ьез­ный, от­вет­ствен­ный шаг, ко­то­рый тре­бу­ет оп­ре­де­лен­ных ус­и­лий. А са­ма се­мья, дом по­ни­ма­ют­ся как без­опас­ное ме­сто, убе­жи­ще, в ко­то­ром мож­но ук­рыть­ся от внеш­не­го ми­ра.

В рус­ском язы­ко­вом соз­на­нии от­ме­ча­ет­ся бо­лее фа­ми­льяр­ное, ме­нее ува­жи­тель­ное от­но­ше­ние к стар­шим род­ствен­ни­кам. Ба­буш­ка и де­душ­ка, ро­ди­те­ли, дядя и тетя не яв­ля­ют­ся для но­си­те­лей рус­ско­го язы­ка не­пре­ре­кае­мы­ми ав­то­ри­те­та­ми, хра­ни­те­ля­ми му­д­ро­сти, опы­т­ны­ми со­вет­чи­ка­ми. Мно­гие род­ствен­ни­ки, на­при­мер, се­стра, те­ща, оце­ни­ва­ют­ся не толь­ко по­ло­жи­тель­но, но и от­ри­ца­тель­но. За­час­тую при­сут­ствует ам­би­ва­лен­тная оце­нка род­ствен­ни­ков.

Для но­си­те­лей рус­ско­го язы­ка го­раз­до бо­лее важ­ную роль иг­ра­ют внеш­ние атри­бу­ты тех или иных лиц или со­бы­тий. Так, на­при­мер, же­них и не­веста для ис­пы­туе­мых – это муж­чина в чер­ном ко­сто­ме и де­вуш­ка в бе­лом пла­тье, дом – это не толь­ко се­мья, но и стро­е­ние, у ко­то­ро­го есть кры­ша, тру­ба и дру­гие внеш­ние при­зна­ки.

Мо­де­ли­ро­ва­ние кон­цеп­тов род­ства, то есть опи­са­ние их мак­ро­струк­ту­ры, по­ка­за­ло, что **об­раз­ный ком­по­нент** вы­де­ля­ет­ся в ос­нов­ном у кон­цеп­тов род­ства на рус­ско­языч­ном ма­те­ри­а­ле. Он при­сут­ствует у 28 из 36 рус­ских кон­цеп­тов род­ства, куда вхо­дят на­зва­ния род­ствен­ни­ков, се­мей­ных празд­ни­ков, кон­цеп­ты «се­мья» и «дом» («се­мья», «дом», «же­нить­ся», «вы­хо­дить за­муж», «свадь­ба», «не­веста», «же­них», «ма­ть», «отец», «де­душ­ка», «ба­буш­ка», «сын», «дочь», «тетя», «дядя», «муж», «же­на», «се­стра», «брат», «све­к­ровь», «те­ща», «те­сть», «сно­ха», «шу­рин», «зять», «зо­лов­ка», «име­ни­ны», «день ро­ж­де­ния»). В ос­нов­ном это ли­бо об­ще­при­ня­тые зри­тель­ные об­ра­зы (же­них – *че­ло­век в ко­сто­ме, чер­ный ко­стюм, ко­стюм, в ко­сто­ме, смо­кинг, цвет­ок, ба­боч­ка, ба­боч­ка на ше­е*; не­веста – *фа­та, бе­лое пла­тье, сва­деб­ное пла­тье, бе­лое пят­но, бе­лое, в бе­лом, красота*), ли­бо ин­ди­ви­ду­аль­ные об­ра­зы (ба­буш­ка – *Лю­ба, моя*; брат – *Ле­ха, мой*; же­них – *Ко­стя, Ар­сен, мой*). Ре­зуль­та­ты на­ше­го ис­сле­до­ва­ния под­твер­жда­ют тот факт, что с на­зва­ния­ми лиц по род­ствен­ным от­но­ше­ни­ям у но­си­те­лей рус­ско­го язы­ка свя­за­ны яр­кие об­ра­зы.

Не воз­ни­ка­ет ни­ка­ких об­ра­зов в соз­на­нии но­си­те­лей рус­ско­го язы­ка, ко­гда речь идет о кон­цеп­тах «род­ня», «род­ствен­ни­ки», «домаш­ний», «се­мей­ный», «род­ствен­ный», «сво­яче­ни­ца», «све­кор», «де­верь». Это кон­цеп­ты, вы­ра­жен­ные аб­стракт­ны­ми при­ла­гатель­ны­ми, свя­зан­ные с аб­стракт­ным по­ня­ти­ем род­ства, а так­же с ред­ко упо­треб­ляе­мы­ми на­зва­ния­ми род­ствен­ни­ков.

В струк­ту­ре ин­гуш­ских кон­цеп­тов род­ства об­раз­ная со­став­ля-

ющая выражена гораздо менее ярко. Всего 14 концептов из 36 имеют в своем составе образный компонент. Это концепты «семья», «дом», «свадьба», «невеста», «мать», «бабушка», «жена», «сестра», «брат», «сноха», «зять», «теща», «именины», «день рождения». Интересно то, что у носителей ингушского языка образы возникают только в содержании концептов, которые обозначают родственников женского пола: у концептов «невеста», «жена», «мать», «бабушка» образный компонент выявляется, а у концептов «жених», «отец», «муж», «дедушка» – нет.

Возможно, внимание к внешним деталям, образам, является характерной чертой русского языкового сознания. Так, исследование образов мужчины и женщины в ассоциативном ядре языкового сознания русских и англичан, проведенное Н.В. Уфимцевой, показало, что русские отдают большее предпочтение внешним, физическим качествам мужчины и женщины (сила, красота) и значительно меньшее – внутренним. Англичане же, наоборот, большее внимание уделяют внутренним качествам (Уфимцева 1996).

**Информативный компонент** преобладает опять же в русскоязычных концептах родства. В русскоязычном материале он присутствует во всех концептах родства, в ингушском – в 30 из 36 концептов. Информативный компонент отсутствует в ингушских концептах «сестра», «свекровь», «теща», «золовка», «дом», «свадьба», то есть для некоторых концептов, обозначающих родственниц женского пола, данная составляющая оказывается неактуальной.

В русскоязычном материале наиболее ярко данный компонент выражен в концептах, репрезентированных теми терминами родства, которые редко употребляются в коммуникации и значение которых плохо знакомо или практически не знакомо носителям русского языка. Достаточно часто в качестве реакции выступает толкование понятия, причем не всегда верное. В данном случае носители языка пытаются «объяснить» трудное для себя понятие через простые толкования: **свекровь** – *мама мужа, мама мужа, мать Арсена, мать, мама*, **деверь** – *брат, родственник, родственник мужского пола, мужик, мужчина*, **сноха** – *жена брата, дочь свояченицы, невестка, родственница, женщина*.

Исследование показало, что разные концепты родства представляют собой разные типы концептов. Такие концепты, как «бабушка», «жена», «жених», «невеста» можно отнести к представлениям или мыслительным картинкам, поскольку основное содержание данных концептов составляет чувственно-наглядный образ человека. Концепты «зять», «шурин», «деверь» (в русско-



язычном материале) представляют собой понятия, поскольку на первый план в содержании данных концептов выходят существенные признаки человека. Выделяются также концепты-гештальты, в которых совмещается чувственное и рациональное содержание, например, концепты «именины» и «день рождения».

**Интерпретационный компонент** выделяется во всех концептах, как ингушских, так и русских. В рассматриваемом материале широко представлены оценочная, энциклопедическая и социально-культурная зоны данного компонента. Регулятивная и утилитарная зоны представлены лишь несколькими реакциями, паремиологическая зона в рассматриваемых концептах родства практически не выделяется.

*Оценочная зона* интерпретационного компонента очень широко представлена в концептах на материале ингушского языка. Оценочные реакции выделяются абсолютно во всех концептах, причем во многих случаях они составляют основное содержание концепта (например, в структуре концепта «золовка» все реакции относятся к оценочной зоне). Кроме того, в реакциях испытуемых преобладают положительные оценки. Это говорит о том, что носители ингушского языка все, связанное с семьей, домом, родственными отношениями, оценивают в основном положительно.

Что касается русских концептов родства, то в них оценочная зона представлена гораздо меньшим количеством реакций и выделяется не во всех концептах (в 31 концепте из 36). При этом оценка может быть как положительной, так и отрицательной. Оценочная зона не выделяется в структуре концептов «семья», «родственники», «шурин», «дедушка», «деверь».

*Энциклопедическая зона* представлена как в ингушских, так и в русских концептах родства, однако в русских гораздо шире. В ингушском материале энциклопедическая зона выделяется в 16 концептов из 36, в русском материале – в 27 из 36.

*Социально-культурная зона* выделяется только в русскоязычном материале. В ингушских концептах родства всего в двух случаях можно говорить о наличии данной зоны: в концепте «тесть» она представлена реакцией *избегание* (по ингушской традиции жених до свадьбы не должен видаться с родителями невесты); в концепте «свадьба» — реакцией *лезгинка* (национальный танец, исполняемый на свадьбе).

В русскоязычном материале социально-культурная зона выделяется в структуре 15 концептов. В основном эта зона представлена либо единичными реакциями, либо реакциями с небольшой частотой (2-3): например, **теща** – *анекдоты*, **свадьба** – *чужая*.

В русскоязычном материале встречаются ассоциации прецедентного характера, цитаты из рекламы, прецедентные имена и названия из произведений художественной литературы, современных песен и мультфильмов, а также устойчивые фразы и словосочетания. В ингушском материале подобного рода реакций практически не встретилось.

Анализ макроструктуры ингушских и русских концептов родства позволил сделать следующие выводы: русские концепты родства имеют более сложную структуру, чем ингушские. Многие концепты родства, построенные на ингушском материале, содержат всего два компонента – информативный и оценочный. Образный компонент, а также энциклопедическая зона интерпретационного компонента представлены менее чем в половине рассматриваемых концептов. Социально-культурная зона интерпретационного компонента в ингушских концептах родства практически не представлена.

Практически все концепты родства, построенные на русскоязычном материале, содержат как образный, так и информативный и интерпретационный компоненты. При этом интерпретационный компонент составлен тремя зонами – оценочной, энциклопедической и социально-культурной. Однако в отличие от ингушских концептов родства, оценочная зона представлена не только положительно, но и отрицательно-оценочными реакциями.

Выявляются также интересные гендерные различия внутри рассматриваемых концептов родства. Исследование показало, что образный компонент в ингушском материале присутствует в основном в тех случаях, когда речь идет о родственниках женского пола. Обозначения родственников мужского пола не вызывают у носителей ингушского языка каких-либо образов в сознании. С другой стороны, обозначения лиц мужского пола содержат информативный компонент, отсутствующий в «женских» концептах. То есть «женские» концепты существуют в сознании носителей ингушского языка в виде образов, а «мужские» — в виде информативного описания. Возможно, это связано с тем, что ингушский язык отражает «мужскую» точку зрения в патриархальном обществе.

Что касается оценочного компонента, то и в ингушском, и в русском материале оцениваются в основном опять же «женские» концепты, то есть концепты, содержанием которых являются обозначения родственников женского пола. Таким образом, женское начало подвергается более ярко выраженной оценке, чем мужское.

Целью второго этапа экспериментального исследования явля-

лось более подробное описание интерпретационного компонента макроструктуры восьми из исследуемых концептов родства (исследовались концепты «женитьба/замужество», «муж», «жена», «тетя», «теща», «зять», «сноха (невестка)», «брат»).

Задания были составлены таким образом, чтобы актуализировать в сознании испытуемых именно интерпретационный компонент структуры изучаемых концептов. Как показали результаты первого этапа эксперимента, в ингушских и русских концептах родства выделяются три зоны интерпретационного компонента: оценочная, энциклопедическая и социально-культурная. Соответственно различные типы предложений были составлены так, чтобы актуализировать одну из этих зон. Например, задание «Без брата, как...» предполагало реакции социально-культурной или паремиологической зоны, задание «Женитьба – это...» — реакции энциклопедической зоны, задание «Муж достоин уважения, если...» — реакции оценочной зоны и т.п.

На данном этапе исследования не ставилась задача описать все концепты родства в полном объеме. Описывалось лишь интерпретационное поле некоторых концептов. Однако, учитывая то, что концепты постоянно меняются, очень важным является их изучение не только на лексикографическом материале, но и на материале, полученном экспериментальным путем. Это позволяет увидеть, как меняется отношение к тем или иным концептам, их оценка. Так, в частности, наш материал показал, что для носителей русского языка институт семьи по-прежнему остается очень ценным, и заметно стремление к идеальному образу семьи, однако налицо отражение распада патриархальных отношений, распространение материалистического взгляда на жизнь. Благополучная семья – это не только и не столько счастливая семья, сколько обеспеченная семья. Материальное благополучие становится основой семейной жизни. Брак по расчету оценивается не только отрицательно, но и положительно. Это модно и современно.

Для носителей ингушского языка благополучная семья – это, прежде всего, большая, уважаемая всеми семья, но некоторые испытуемые также считают, что благополучие – это достаток. Брак по расчету также может оцениваться как нечто положительное. В целом в представлениях носителей ингушского языка по-прежнему господствуют патриархальные взгляды на семью, здесь не наблюдается столь явного распада семейных ценностей, который мы видим на русском материале.

Испытуемым было предложено развернуто ответить на вопрос «Что такое семья?» и принять участие в направленном ассоциа-

тивном эксперименте, где они должны были закончить несколько предложений.

Экспериментальное изучение концепта «семья» показало, что в представлениях русских и ингушских испытуемых о семье есть много общего: обе группы испытуемых понимают под семьей ячейку общества, некий общественный институт, считают, что это очень важная часть жизни людей, смысл жизни человека. И в ингушском, и в русском языковом сознании существует представление о том, что в семье должны быть взаимопонимание, взаимопомощь, любовь, уважение.

Обе группы испытуемых согласны в том, что если в семье есть взаимопонимание, она будет счастливой; рождение ребенка – это большая радость и счастье для всех членов семьи; покой родителей зависит от детей, от их благополучия и счастья; основная обязанность главы семьи – это обеспечение материального благополучия; родственные отношения необходимо поддерживать для того, чтобы в трудную минуту опереться на родственников, принять их помощь.

Однако между представлениями о семье и семейной жизни в сознании носителей русского и ингушского языков существуют определенные различия. Так, носители русского языка определяют семью как союз двух людей, а носители ингушского языка – как группу близких родственников, людей, понимающих и любящих тебя, то есть для них семья – это не только муж и жена (и их дети), но и все остальные родственники. Это подтверждает мнение многих исследователей о том, что в современной русской культуре формируется понятие нуклеарной семьи, то есть семьи, состоящей только из родителей и их детей.

Для носителей русского языка самым важным условием семейного благополучия, счастья является взаимопонимание между членами семьи. Для носителей ингушского языка на первом месте стоит уважение, и, прежде всего, уважение к старшим членам семьи. Носители русского языка указывают, что одним из важнейших условий успешного брака является материальное благополучие. В ответах ингушских испытуемых не встретилось такого рода позиции. Здесь ценится, прежде всего, духовное благополучие семьи.

Многие носители русского языка осознают, что описывают некую идеальную семью, а в реальности часто приходится сталкиваться с неполными семьями, распадом семьи. Поэтому они хотели бы, чтобы их семья была идеальной, но не уверены в том, что это осуществимо. Отсюда неоднозначное отношение к неполным семьям: с одной стороны, это плохо, а с другой стороны, та-

кие семьи очень часто встречаются, и не стоит относиться к этому как к такой уж большой трагедии.

Для носителей ингушского языка поддержание родственных отношений является обязательным, некоторые носители русского языка отмечают, что поддерживать родственные отношения с неблизкими родственниками вовсе не обязательно.

Таким образом, мы видим, что в ответах испытуемых достаточно ярко проявляются особенности менталитета русского и ингушского народов. Для носителей русского языка институт семьи по-прежнему остается очень ценным, и заметно стремление к идеальному образу семьи, однако налицо отражение распада патриархальных отношений, распространение материалистического взгляда на жизнь. Семья понимается уже не как род, семейный клан, а как родители + дети. Поэтому основой семейного благополучия становится взаимопонимание между мужем и женой, между родителями и детьми, а также материальное благополучие. Соответственно поддерживать родственные отношения с неблизкими родственниками не так уж необходимо.

Для носителей ингушского языка семья – это род, в основе семьи лежит уважение к старшим, к родителям, любовь всех членов семьи друг к другу. Подчеркивается, что семья должна быть сплоченной, единой, все члены семьи должны помогать друг другу. Все родственники, и близкие, и неблизкие, являются членами одной большой семьи, семья понимается как «микромир», уменьшенная модель общества. Результаты третьего этапа эксперимента еще раз подтверждают, что в представлениях носителей ингушского языка по-прежнему господствуют патриархальные взгляды на семью, здесь не наблюдается распада семейных ценностей.

Подведем основные итоги.

Все концепты родства тесно взаимосвязаны в языковом сознании носителей ингушского и русского языка, центральное место среди них занимает концепт «семья».

Рассматриваемые концепты национально специфичны, и это отражается в языке: в ингушской лингвокультуре гораздо сильнее проявляется уважительное отношение к отцу, матери, бабушке, дедушке и к старшим людям вообще, а также ко всем родственникам; присутствует безусловно положительное отношение к брату, сестре, мужу, жене, другим родственникам, которые рассматриваются как члены семьи, на которых можно опереться, которые могут всегда поддержать, помочь, дать мудрый совет; создание семьи рассматривается как серьезный, ответственный шаг, который требует определенных усилий, сама семья, дом по-

нимаются как безопасное место, убежище, в котором можно укрыться от внешнего мира. В русской лингвокультуре отмечается более фамильярное, менее уважительное отношение к старшим родственникам, которые не являются для носителей русского языка непререкаемыми авторитетами; многие родственники оцениваются амбивалентно; для носителей русского языка гораздо более важную роль играют внешние атрибуты родственников и дома как строения (*жених – в черном костюме, невеста – в белом платье; дом – крыша, труба*); в отличие от носителей ингушского языка, для носителей русского языка значения редко употребляемых терминов родства (деверь, золовка, шури и т.п.) оказываются мало освоенными или практически не знакомыми.

Соотношение образного, информативного и интерпретационного полей в структуре концептов родства национально специфично: большая часть ингушских концептов содержит всего два компонента – информативный и оценочный. Образный компонент, а также энциклопедическая зона интерпретационного компонента представлены менее чем в половине рассматриваемых концептов. Социально-культурная зона интерпретационного компонента в ингушских концептах родства практически не представлена. Практически все концепты родства, построенные на русскоязычном материале, содержат как образный, так и информативный и интерпретационный компоненты. При этом интерпретационный компонент представлен тремя зонами – оценочной, энциклопедической и социально-культурной. Однако, в отличие от ингушских концептов родства, оценочная зона представлена не только положительно, но и отрицательно-оценочными реакциями.

Гендерные различия внутри рассматриваемых концептов родства заключаются в следующем: в отличие от русскоязычных концептов, в сознании носителей ингушского языка только «женские» концепты могут существовать в виде образов, «мужские» же существуют в основном в виде информативного описания; и в ингушском, и в русском материале оцениваются в основном «женские» концепты, то есть концепты, содержанием которых являются обозначения родственников женского пола.

У носителей ингушского и русского языков существует различное отношение к семье и семейным ценностям: для носителей ингушского языка семья – это род, в основе семьи лежит уважение к старшим, к родителям, любовь всех членов семьи друг к другу; семья понимается как «микромир», уменьшенная модель общества. Для носителей русского языка институт семьи по-прежнему остается очень ценным, и заметно стремление к иде-

альному образу семьи, однако семья понимается уже не как род, семейный клан, а как родители + дети.

### Литература

Мержоева З.С. Русские и ингушские концепты родства: описание интерпретационного поля. // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. «Аспирантские тетради»: научный журнал – СПб., 2008. – С. 179-183.

Мержоева З.С. Концепт «семья» в русском и ингушском языковом сознании // «Ефремовские чтения: Концепция современного мировоззрения»: сб. науч. ст. – СПб., 2008. – С. 78-80.

Мержоева З.С. Интерпретационное поле концептов родства (на материале русского и ингушского языков) // Рефлексия: сб. науч. ст. – Назрань, 2008. – С.45-47.

Мержоева З.С. Концепты родства в русском и ингушском языковом сознании // Язык и национальное сознание: сб. науч. ст. – Воронеж, 2007. – С.115-119.

Мержоева З.С. Сопоставительное изучение русских и ингушских концептов родства.// Язык и межкультурная коммуникация: сб. науч. ст. – Астрахань 2008. – С.100-102.

**А.С. Трущинская  
(Воронеж)**

### СЕМЬЯ

Объектом данного исследования выступают языковые средства объективации концепта *семья* в русском и английском языках. Предметом исследования является национальная специфика содержания и структуры концепта *семья* как элемента русской и английской концептосфер.

Языковой материал исследования делится на две группы:

Лексико-фразеологический материал русского и английского языков, полученный методом сплошной выборки из лексикографических источников (толковые, синонимические, фразеологические, ассоциативные, паремиологические словари): 63 лексико-фразеологические единицы, 880 паремиологических единиц русского языка и 61 лексико-фразеологическая единица, 89 паремиологических единиц английского языка.

Лексико-фразеологический материал, полученный методом сплошной выборки из художественных текстов (18 произведений русских писателей 1970 – 2005 гг.; 11 произведений англоязычных писателей 1977 – 2006 гг., объем выборки из русских и английских текстов по 1 млн. словоупотреблений). Зафиксировано 1242 примера объективации концепта *семья* в русских художе-

ственных текстах и 783 примера – в английских художественных текстах.

Теоретической основой работы послужили семантические и когнитивные концепции, представленные в работах Аскольдова С.А. (1997), Бабушкина А.П. (1996, 2001), В.Н. Базылева (2005), Богдановой С.Ю. (2006), Болдырева Н.Н. (2001, 2004, 2005), Вежбицкой А. (1997, 2001), Воркачева С.Г. (2001-2005), Воробьева В.В. (1997), Демьянкова В.З. (1992, 1994, 2005), Залевской А.А. (1996, 2001, 2005), Карасика В.И. (2001, 2002, 2005), Кубряковой Е.С. (1997, 2004, 2006), Лихачева Д.С. (1993), Никитина М.В. (2004), Пименовой М.В. (2003, 2006), Поповой З.Д. (1999-2008), Рахилиной Е.В. (1998, 2000), Степанова Ю.С. (1997), Стернина И.А. (1999-2008), Слышкина Г.Г. (2001), Уфимцевой Н.В. (1988, 1995, 2000, 2006), Фрумкиной Р.М. (1992), Хохловой Н.В. (2003) и др.

Лексико-фразеологический состав номинативного поля концепта *семья* в русском языке представлен 11 лексемами и 52 фразеосочетаниями: *брак, брачный союз, быть (находиться) под башмаком, гнездо, дом, домашние, дражайшая (дорогая) половина, кость от кости, одной крови, семейный круг, семейство, семьища, супруг и повелитель, фамилия, чада и домочадцы и др.*

Когнитивная интерпретация результатов семантического описания лексических единиц и фразеосочетаний номинативного поля позволила выявить 26 когнитивных признаков исследуемого концепта: члены семьи связаны брачными отношениями (0,44)<sup>1</sup>, семья – группа людей (0,43), членов семьи связывает кровное родство (0,25), семья проживает совместно (0,21), муж может находиться в абсолютном подчинении у жены (0,11), семья может быть официально зарегистрирована государственными органами (0,05), семья ведет совместное хозяйство (0,03) и др.

Паремиологическая объективация концепта *семья* в русском языке (880 паремий) позволила с помощью метода когнитивной интерпретации выделить 111 когнитивных признаков:

1. Могут быть конфликты, ссоры, вражда между членами семьи – 0,09. *Кому от чужих, а нам от своих. Деревенская родня как зубная боль.*

---

<sup>1</sup> Индекс яркости (термин И.А. Стернина – Вопросы когнитивной лингвистики. – №1. – 2004. С. 65-69) отдельных когнитивных признаков вычисляется как отношение количества единиц, объективирующих тот или иной когнитивный признак в исследуемом материале к общему числу объективирующих концепт единиц (в случае экспериментального исследования – к числу испытуемых).



2. Семейная пара может быть несчастлива в браке – 0,05. *Женишься раз, а плачешься век. Замуж идет – песни поет, а вышла – слезы льет.*

3. Семья обеспечивает внутрисемейную заботу и взаимопомощь – 0,05. *Как Бог до людей, так отец до детей. Без жены, что без кошки, а без мужа, что без собаки (т. е. некому оберегать).*

4. Жена выполняет основную работу по дому – 0,03. *Жена мелет, а муж спит. Жена прядет, а муж пляшет.*

5. Хорошую жену найти сложно – 0,03. *Хороших не отдают, а плохую взять не хочется. Бился, колотился, а доброй жены не добился.*

6. Жену нужно держать в строгости, применять к ней физическую силу – 0,02. (устар.) *Бей жену к обеду, а к ужину опять (без боя за стол не сядь). Бил жену денечек, сам плакал годочек.*

7. Жене нельзя доверять – 0,006. *Не верь ветру в поле (в море), а жене в воле (в доме). Лучше в утлой ладье по морю ездить, чем жене тайну поверить и др.*

Были также описаны когнитивные признаки, выделенные в результате когнитивной интерпретации семантики языковых единиц, объективирующихся исследуемый концепт в художественных текстах. Длина проанализированного текста составляет более 1 000 000 словоупотреблений. Зафиксировано 1242 примера объективации концепта *семья* в русских художественных текстах. Всего выделено 213 когнитивных признаков:

1. Могут быть конфликты, ссоры, вражда между членами семьи – 0,04. *Это как в нормальной семье, – любовь любовью, а грызняя грызней (Дина Рубина Двойная фамилия); Чего это родственники тихо лаются? Наследство делят? (Галина Щербакова Лизонька и все остальные).*

2. Семья эмоционально переживает за своих членов – 0,04. *А как же иначе – живут вместе, друг за дружку переживают – кто же как не мать... (Дина Рубина На верхней Масловке); – Ну а твои родители, их что, не беспокоит? Подумай, что с ними будет, если они об этом узнают? – пытается зайти Женя с другой стороны (Людмила Улицкая Сквозная линия).*

3. Семья – главное в жизни человека – 0,03. *Семья – это все (Виктория Токарева Телохранитель); С появлением внучонка дом помолодел, живи себе и умирать не надо (Виктория Токарева Хэппи Энд).*

4. Семья помогает устроиться в жизни – 0,02. – *Да по пятнадцать получает, кого папа на место определил! А больше никто таких бабок... (Татьяна Устинова Закон обратного волшебства); Муж – это материальная поддержка, положение в обществе, статус, может быть – отец ребенка (Виктория Токарева Лавина).*

5. Члены семьи обеспечивают свою семью – 0,02. *Крепил мощь своей страны и мощь семьи (Виктория Токарева Телохранитель); А как вы выкручиваетесь? – Жена работает (Виктория Токарева Северный приют).*

6. Семья воспитывает детей – 0,03. – *Видите ли, Миша Корвин – вроде как бы плод нашей педагогической недоработки. Конечно, тут виновата и семья, и двойная мораль брежневской эпохи...* (Юрий Поляков *Замыслил я побег...*); *Мы в ту субботу с отцом приедем, он с ней разберется, с паршивкой... врать... врать моду взяла!* (Людмила Улицкая *Сквозная линия*).

7. Муж подчиняется жене, боится ее – 0,006. *Сам понимаешь, жена увидит – на шнурки меня порежет!* (Юрий Поляков *Козленок в молоке*); *Ты весь трусишься, когда ее видишь, можно подумать, она тебе жена* (Галина Щербакова ... *Все это следует шить*) и др.

В итоге в совокупности было выявлено 303 когнитивных признака исследуемого концепта. Вычислялся средний индекс яркости признака. Для этого выявлялось общее число объективирующих номинативных единиц (суммировались все виды объективации: лексико-фразеологическая, паремиологическая и художественная). Затем количество единиц, объективирующих тот или иной когнитивный признак, делилось на полученное число. Например, когнитивный признак *в семье обычно дружеские отношения и взаимопонимание*, объективированный 192 номинативными единицами из 2185, имеет средний уровень яркости 0,09.

Полевая организация концепта *семью* имеет следующую структуру: ядро 2,3%, ближняя периферия 16,5%, дальняя периферия 18,2%, крайняя периферия 63%. Ядро незначительно, абсолютно преобладает крайняя периферия.

Макроструктура русского концепта *семья* включает следующие структурные компоненты концепта: образный компонент (26,4% от общего числа когнитивных признаков), энциклопедическое поле (46,1%) и интерпретационное поле (27,5%).

Среди перцептивных образов преобладают зрительные (46,4% от всех образных признаков концепта): альбом с семейными фотографиями (6 объективаций); коробка с семейными документами (1 объективация), жена, хватаящая мужа за руку, в которой рюмка спиртного (1 объективация); потрепанная семейная книжка с телефонами (1 объективация); чулан бабушки, наполненный старыми, сломанными, ненужными вещами (1 объективация).

Звуковой образ составляет 22% образного содержания концепта: громкий крик ребенка (5 объективаций); крики, ругань жены (2 объективации); злой, раздраженный шепот родителей (1 объективация); песни во время семейного застолья (1 объективация); свист ремня, которым отец наказывает детей (1 объективация).

Наименьшую представленность имеют тактильный образ (2,4%): нежные прикосновения отца (1 объективация), теплые объятия родственников (1 объективация) и обонятельный образ

(2,4%): запах перегара (1 объективация), запах спиртного (1 объективация).

Когнитивный образ составляет 26,8% образного содержания концепта: дети – главное в жизни родителей (4 объективации): *кость от кости, кровь от крови, плоть и кровь, плоть от плоти*; дети беспомощны (3 объективации): *И еще она подалась всем своим тощим телом к кроватке – закрыть, защитить от меня своего **птенца**, будто я мог причинить ему какой-то вред* (Дина Рубина *Двойная фамилия*); семья ограничивает свободу своих членов (1 объективация): *Не хочу всю жизнь быть к чему-то привязанным: к месту работы, к такой-то квартире по такому-то адресу, к такой-то женщине, записанной в моем паспорте. Это, по сути дела, **крепостное право**...* (Дина Рубина *Двойная фамилия*) и др.

В составе образного компонента доминируют перцептивные образы (73,2% от всех образов концепта).

Энциклопедическое поле русского концепта имеет следующие особенности.

Категориальная зона – 0,6% от общего количества когнитивных признаков: семья – группа людей; семья – элемент общественной организации.

Дифференциальная зона – 2,6%: семья проживает совместно; семья предполагает ответственность всех членов друг перед другом; члены семьи связаны брачными отношениями; членов семьи связывает кровное родство; у семьи есть собственность и др.

Описательная зона – 41,9%: в семье обычно дружеские отношения и взаимопонимание; могут быть конфликты, ссоры, вражда между членами семьи; семья хранит семейные традиции; семья эмоционально переживает за своих членов; между членами семьи есть внешнее сходство и сходство характеров и др.

Мифологическая зона – 1%: создание семьи предопределено судьбой; дети – дар Божий; детей оберегает Бог; семья – это святое.

Таким образом, наиболее заметной в энциклопедическом поле является описательная зона.

В интерпретационном поле вычленяются следующие зоны.

Оценочная зона – 1%: семья приносит человеку счастье; семья – главное в жизни человека; семья – предмет гордости человека.

Утилитарная зона – 9%: семья обеспечивает внутрисемейную заботу и взаимопомощь; семья воспитывает детей; семья помогает устроиться в жизни; члены семьи обеспечивают свою семью; забота о детях требует много сил и др.

Регулятивная зона – 17,5%: членам семьи нужно прощать несовершенство; супруги должны быть верны друг другу; членам

семьи нельзя причинять зло; жена должна быть хорошей хозяйкой; дети должны слушаться родителей и др.

Наиболее заметной в интерпретационном поле является регулятивная зона. Достаточно обширная регулятивная зона концепта свидетельствует о том, что концепт *семья* имеет морально-этическую акцентуацию.

Далее в работе описаны когнитивные слои исследуемого концепта. Отмечается, что в концепте *семья* современные когнитивные признаки (0,95) преобладают над историческими (0,05), неоченочные (0,77) над оценочными (0,23), диспозициональные (0,76) над ассертивными (0,24).

В концепте выделяются 44 когнитивных классификационных признака (когнитивных классификатора). Наиболее яркими являются следующие признаки: характер отношений между родителями и детьми (14,5% – процентная доля признаков, объединяемых данным классификатором, от общего числа когнитивных признаков), характер отношений между супругами (9,2%), функции семьи (7,9%).

Лексико-фразеологические единицы номинативного поля английского концепта: *be pinned (tied) to one's mother's apron strings, broken home, double harness, extended family, family, folks, home, household, kin, kindred, marriage, name, nuclear family, one's better half, union*. Всего – 15 лексем и 46 фразеосочетаний.

Когнитивная интерпретация результатов семантического описания лексических единиц и фразеосочетаний номинативного поля позволила выявить 37 когнитивных признаков исследуемого концепта: члены семьи связаны брачными отношениями (0,30), семья проживает совместно (0,28), семья – группа людей (0,18), семья может быть официально зарегистрирована государственными органами (0,08), возможен брак по расчету (0,07), муж в своих действиях зависит от жены (0,07), семья может состоять из одного родителя и детей (0,07) и др.

Выделено 37 когнитивных признаков, объективированных 89 паремиями:

1. В семьях могут быть проблемы, конфликты – 0,12. *Accidents will (may, can) happen in the best regulated families. Children are certain cares, but uncertain comforts.*

2. Муж и жена должны быть равными по социальному положению – 0,06. *Marry a wife of thine own degree. Marry with your match.*

3. Родители должны наказывать детей – 0,06. *Spare the rod and spoil the child. Give a child his will and he'll turn ill.*

4. Семья обеспечивает внутрисемейную заботу и взаимопомощь – 0,04. *Charity begins at home. Let them learn first to show piety at home.*

5. Создание семьи предопределено судьбой – 0,04. *Marriage comes by destiny. Marriages are made in heaven.*

6. Родственников могут заменить друзья – 0,02. *A good friend is worth more than a hundred relatives. A good friend is my nearest relation.*

7. Члены семьи должны обеспечивать свою семью – 0,02. *Who marrieth for love without money hath good nights and sorry days. First thrive and then wife u др.*

Проанализированы художественные тексты общей длиной более 1 000 000 словоупотреблений. Зафиксировано 783 примера объективации концепта *семья* в английских художественных текстах. Всего выделено 149 когнитивных признаков:

1. Семья обеспечивает внутрисемейную заботу и взаимопомощь – 0,16. *Love and concern and the rest of it, the things that only a **mother** can provide...* (Nick Hornby *A long way down*). *“There gets to be more to be done. It wouldn’t hurt to have someone standing sharp at my back. **Family** is good for that. Good for backing you up.”* (Edward P. Jones *The Known World*).

2. Могут быть конфликты между членами семьи – 0,05. *No one had to take my word, anyone could see it in their own lives: **parents** battering **children**, shouting how they love them; **wives** and **husbands** who murder each other verbally, physically in knife-edge arguments, loving each other* (Richard Bach *Bridge across forever*). *David is highly skilled in the art of **marital warfare**, and for a moment I can step outside myself and admire his vicious quick-wittedness* (Nick Hornby *How to be good*).

3. Семья воспитывает детей – 0,01. *There was even a place for him to fish, a good place to teach a **son** how to be patient and silent and appreciate what God had done for them* (Edward P. Jones *The Known World*). *“That **mother** of yours never taught you to talk with a potato in your mouth, did she?”* (Joanne Harris *Chocolat*).

4. В семье можно получить совет – 0,005. *“Maybe you ought to have a talk with **Mama** before you make up your mind about sending me away?”* (Julie Garwood *Mercy*). *Now I realize that there are all sorts of suggestions a **husband** might make to a **wife**, and not all of them are worthy of respect* (Nick Hornby *How to be good*).

5. В присутствии детей нужно вести себя образцово и быть для них примером – 0,005. *“I’m sorry I swore in front of the **kids**.”* (Julie Garwood *Mercy*). *“That’s enough,” said Maureen. “In my house. In front of my **son**.”* (Nick Hornby *A long way down*) и др.

Всего в совокупности для английского концепта *семья* выделено 189 когнитивных признаков с указанием их индекса яркости.

Полевая организация английского концепта *семья* имеет следующую структуру: ядро 2,6%, ближняя периферия 13,8%, дальняя периферия 12,2%, крайняя периферия 71,4%. Ядро незначительно, абсолютно преобладает крайняя периферия.

Макроструктура английского концепта *семья*: образный компонент (38,9% от общего числа когнитивных признаков), энцикло-

педическое поле (40,4%) и интерпретационное поле (20,7%).

Среди перцептивных образов преобладают зрительные (57% от всех образных признаков): завтрак, ужин, обед с семьей (8 объективаций); семейные пикники (3 объективации); большая семейная Библия (1 объективация); нежный взгляд матери на своего ребенка (1 объективация); улыбка спящей жены (1 объективация) и др.

Звуковой образ составляет 18,9% образного содержания концепта: плач, крик ребенка (2 объективации); взаимные оскорбления жены и мужа (1 объективация); громкий крик матери на своего ребенка (1 объективация); командный голос родителей (1 объективация); предупреждающий голос матери (1 объективация) и др.

Наименьшую представленность имеет тактильный образ – 1,3%: приятные прикосновения к жене (1 объективация).

Когнитивный образ составляет 22,8% образного содержания концепта: семья предполагает ответственность всех членов друг перед другом (2 объективации): *double harness, run in double harness*; муж – глава семьи (1 объективация): *lord and master*; дети – самое главное в жизни родителей (1 объективация): *He and his father had not been close for more than ten years, but his father was a man strong enough to put aside disappointment in his son when he knew his **flesh and blood** was sick* (Edward P. Jones *The Known World*).

В составе образного компонента исследуемого концепта доминируют перцептивные образы (77,2% от всех образов концепта).

Энциклопедическое поле английского концепта *семья* включает следующие зоны.

Категориальная зона – 1%: семья – группа людей; семья – элемент социальной организации общества.

Дифференциальная зона – 4,4%: семья проживает совместно; семья предполагает ответственность всех членов друг перед другом; члены семьи связаны брачными отношениями; членов семьи связывает кровное родство; у семьи есть собственность и др.

Описательная зона – 33,5%: в семье обычно дружеские отношения и взаимопонимание; могут быть конфликты между членами семьи; семья эмоционально переживает за своих членов; семья хранит семейные традиции; в семье устанавливаются свои порядки, нормы поведения и др.

Мифологическая зона – 1,5%: создание семьи предопределено судьбой; жена всегда виновата; только тот, кто имеет детей, знает, что такое любовь.

Таким образом, наиболее заметной в энциклопедическом поле является описательная зона.

Интерпретационное поле имеет следующие особенности.

Оценочная зона – 1,5%: семья приносит человеку счастье; семья – предмет гордости человека; семья – ценность для человека.

Утилитарная зона – 6,4%: семья обеспечивает внутрисемейную заботу и взаимопомощь; забота о семье требует много сил, времени; члены семьи обеспечивают свою семью; семья воспитывает детей; семья помогает устроиться в жизни и др.

Регулятивная зона – 12,8%: члены семьи должны осознавать ответственность друг перед другом; нужно уважать членов своей семьи; с женой нужно советоваться; супруги должны быть верны друг другу; дети должны слушаться родителей.

Наиболее заметной в интерпретационном поле является регулятивная зона.

Далее в работе рассматриваются когнитивные слои английского концепта *семья*. Делается вывод о том, что в исследуемом концепте современные когнитивные признаки (0,95) преобладают над историческими (0,05), неоценочные (0,77) над оценочными (0,23), диспозициональные (0,75) над ассертивными (0,25).

Концепт образован 32 когнитивными классификационными признаками. Наиболее яркими являются следующие признаки: характер отношений между родителями и детьми (22,2% – процентная доля признаков, объединяемых данным классификатором, от общего числа когнитивных признаков), характер отношений между супругами (10,5%), функции семьи (7,4%).

Сопоставлению когнитивных признаков русского и английского концепта *семья* показывает следующее.

В русском концепте *семья* было выявлено 303 когнитивных признака, в английском концепте – 189 когнитивных признаков. Таким образом, индекс когнитивного разнообразия русского концепта *семья* относительно английского составляет величину 1,60. При этом 15,2% признаков совпадают, 84,8% отличаются. Это означает, что в содержательном отношении в исследуемых концептах больше национально-специфических различий, чем сходств, и исследуемые концепты следует признать национально-специфическими.

Зрительный образ сравниваемых концептов имеет один общий признак *альбом с семейными фотографиями*. Это самый частотный образный признак русского концепта. Самым частотным образным признаком английского концепта является признак *завтрак, ужин, обед с семьей*. Обращают на себя внимание следующие признаки английского концепта: *завтрак, ужин, обед с семьей; семейные пикники; поход с семьей по магазинам; члены*

*семьи вместе смотрят телевизор.* В русском концепте было отмечено 2 признака, свидетельствующие о совместном времяпрепровождении членов семьи: *песни, танцы во время семейного застолья; совместные чаепития.* Что касается дорогих для семьи предметов, то в английском концепте были выделены следующие образы: *машина для всей семьи; большая семейная Библия;* в русском концепте присутствуют несколько другие образы: *книга, скрипка как семейная реликвия; коробка с семейными документами; потрепанная семейная книжка с телефонами; семейное хранилище для денег (хлебница); чулан бабушки, наполненный старыми, сломанными, ненужными вещами.*

Зрительные образы русского и английского концепта характеризуют отношения между родителями и детьми, мужем и женой, описывают поведение супругов в семье. В русском концепте выделены образы, раскрывающие характер отношений между дедушкой, бабушкой и внуками: *внук, сидящий на коленях у бабушки; дедушка, сидящий за обеденным столом и бьющий половником по лбу внуков; играющие во дворе дома дети, внуки.* Также в русском концепте присутствуют образы, связанные с употреблением спиртного: *жена, хватаящая мужа за руку, в которой рюмка спиртного; муж выпивает сто граммов.* В английском концепте подобные образы отсутствуют.

Самый частотный звуковой образный признак русского и английского концепта совпадает – *плач, крик ребенка.* Звуковые образные признаки раскрывают характер отношений между родителями и детьми.

Обонятельный образ русского концепта представлен двумя признаками: *запах перегара; запах спиртного.* В английском концепте эти признаки отсутствуют.

Когнитивный образ в русском и английском национальном сознании имеет один общий признак *дети – главное в жизни родителей.*

Категориальная и дифференциальная зоны английского и русского концепта практически совпадают. Национальной спецификой обладают признаки, характеризующие различные стороны и проявления исследуемого денотата, т.е. признаки, входящие в описательную зону.

Совпадающие признаки описательной зоны русского и английского концепта характеризуют преимущественно особенности отношений членов семьи между собой.

Специфическими для русского концепта являются следующие признаки: *родители стараются отдать замуж дочь недалеко от своего дома; приданое может быть небольшим; родители рано начинают*



*собирает приданое дочери; семья пополняется новыми людьми; у русского человека много родственников; зять много ест у тестя и у тещи; невестку в семье эксплуатируют; родне жены – самый большой почет; родственники получают семейное наследство; наследство достается не сестре, а брату; бабушка большого наследства семье не оставит; муж бьет жену, чтобы добиться своего; жена, добиваясь своей цели, может хитрить; жене нельзя доверять; жену невозможно изменить; жены бывают настырными; семейная жизнь не предполагает пьянства; в семье могут злоупотреблять спиртным; родители благословляют детей; положение членов семьи может отрицательно влиять на жизнь родственников; проблемы, с которыми сталкиваются семьи, касаются общества.*

Специфические признаки описательной зоны английского концепта семья раскрывают преимущественно характер отношений между родителями и детьми: *благополучие родителей зависит от благополучия их детей; родители могут иметь любимчиков; мать активно вмешивается в жизнь детей; мать может преувеличивать достоинства детей; родители могут относиться к себе критически и др.*

Обращают на себя внимание яркие национальные специфические признаки русского концепта, входящие в регулятивную зону: *жену нужно держать в строгости, применять к ней физическую силу; жена не должна мешать мужу пить спиртное; невестка должна быть работающая.* Последний признак указывает на то, что жена входит в семью мужа, участвует в хозяйстве семьи и к ней предъявляются высокие требования. Специфическим национальным признаком английского концепта является признак *муж и жена должны быть равными по социальному положению.* Данный признак свидетельствует о том, что при выборе мужа или жены для английского сознания важен их социальный статус.

Общеоценочная зона русского и английского концепта представлена тремя признаками. Два признака *семья приносит человеку счастье, семья – предмет гордости человека* совпадают. *Семья – главное в жизни человека* – третий признак, входящий в оценочную зону русского концепта, *семья – ценность для человека* – третий признак, входящий в оценочную зону английского концепта.

Мифологическая зона русского и английского концепта имеет один общий признак *создание семьи предопределено судьбой.* Специфическими признаками русского концепта являются *дети – дар Божий; детей оберегает Бог; семья – это святое.* Специфические признаки английского концепта – *жена всегда виновата; только тот, кто имеет детей, знает, что такое любовь.*

Сопоставление классификационных признаков сравниваемых концептов показывает, что в целом 63% классификаторов совпа-

дают, 37% отличаются. Значительное количество совпадающих признаков можно объяснить тем, что многие классификационные признаки семьи как общественного института универсальны: *характер отношений между родителями и детьми; характер отношений между супругами; функции семьи; состав семьи; вид (тип) родства* и др. Специфические признаки русского концепта: *возрастные требования к членам семьи, продолжительность жизни членов семьи, трудность создания семьи, характер поведения внуков в семье, характер отношений между невесткой и семьей мужа, наличие в семье документов, моральные требования к родственникам, моральные требования к невестке, характер отношений между зятем и тещей, характер поведения родственников в семье, история семьи*. Специфические когнитивные классификационные признаки английского концепта: *отношение членов семьи к той или иной культуре, вероисповедание членов семьи*.

Ядро русского и английского концепта различаются незначительно – 2,3% и 2,6% (от общего количества когнитивных признаков). Ближняя периферия русского и английского концепта также незначительна – 16,5% и 13,8%. Дальняя периферия русского концепта *семья* составляет 18,2%, дальняя периферия английского концепта – 12,2%. В обоих концептах абсолютно преобладает крайняя периферия – 63% и 71,4%, что свидетельствует о высокой субъективности исследуемого концепта как ментального образования.

### Литература

Лебедева (Трущинская) А.С. Концепты *семья* и *family* в русской и английской концептосферах // Культура общения и ее формирование. – 2004. – Вып. 13. – С. 196-198.

Трущинская А.С. Актуализация концепта *мать* в русском и английском художественном тексте // Коммуникативные исследования. – Воронеж: Истоки, 2006. – С.36-39

Трущинская А.С. Концепт *семья* в произведениях В. Токаревой // Текст – дискурс – картина мира. – Воронеж: Истоки, 2006. – Вып.4. – С.151-155.

Трущинская А.С. Лексико-фразеологическое поле *семья* в русском и английском языках // Русский язык как иностранный: Теория. Исследования. Практика. – Санкт-Петербург: Сударыня, 2006. – С.117-124.

Трущинская А.С. Репрезентация концепта *семья* в русских пословицах и поговорках / А.С. Трущинская // Русское и финское коммуникативное поведение. – Воронеж: Истоки, 2006. – Вып.23. – С.142-147.

Трущинская А.С. Фразеологическая объективация концепта *семья* в русском языке // Язык и национальное сознание. – Воронеж: Истоки, 2006. – Вып.8. – С.153-159.

Трущинская А.С. Актуализация концепта *жена* в русском и английском художественном тексте // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2007. – Вып. 2. – С. 123-129.

Трущинская А.С. Образный компонент концепта *ребенок* // Культура общения и ее формирование. – 2007. – Вып. 18. – С. 168-172.

Трущинская А.С. Образный компонент концепта *семья* // Studia methodologica: альманах. Вип. 22: Наукове видання – Тернопіль: «Підручники та посібники» – Севастополь: Рибэст, 2007. – С. 177 – 182.

Трущинская А.С. Актуализация компонентов композитивного концепта *семья* в русском и английском художественном тексте // Текст – дискурс – картина мира. – Воронеж: Истоки, 2007. – Вып.4. – С.163-171.

Трущинская А.С. Актуализация концепта *родители* в русском и английском художественном тексте // Текст – дискурс – картина мира. – Воронеж: Истоки, 2007. – Вып.3. – С.66-73.

Трущинская А.С. Коммуникативное поведение в русском концепте *семья* // Коммуникативное поведение славянских народов. – Варшава, 2007. – Вып.28. – С.159-163.

Трущинская А.С. Образный компонент концепта *жена* // Лингвистика XXI века: актуальные направления: сб. научных трудов. – Воронеж: ВГПУ, 2007. – С.221-225.

Трущинская А.С. Регулятивная зона концептов *семья* и *family* // Язык и национальное сознание. – Воронеж: Истоки, 2009. – Вып. 13. – С 99 – 195.

Трущинская А.С. Национальная специфика концепта *семья* // Культура общения и ее формирование. – 2009. – Вып. 21. – С. 150-153.

**Н.В. Киреева  
(Екатеринбург)**

#### **КНИГА**

Книга как социокультурный феномен является предметом изучения нескольких наук: полиграфии, библиотековедения, библиографии, семиотики, литературоведения, книговедения. Комплексное когнитивно-семантическое описание концепта *книга* как одного из ценностных фрагментов языковой картины мира — главное содержание настоящего исследования.

Полноту предпринятого описания обеспечивают следующие аспекты исследования:

когнитивно-семантический, предполагающий анализ значений (главных и частных, первичных и вторичных, нейтральных и оценочных, прямых и метафорических) языковых единиц с выделением базовых когнитивных признаков, лежащих в основе типовых фрейм-пропозиций, которые отражают ситуации взаимодействия человека с артефактом книга;

лингвокультурологический, ориентированный на выявление

национально-специфического компонента в представлениях носителей русского языка о книге, отражающегося в единицах языка и речи, а также в стереотипах, которые в стандартной форме хранят коммуникативно релевантные представления лингвокультурной общности;

прагмастилистический, направленный на изучение функционирования языковых единиц в речи, в дискурсе, где происходит актуализация тех или иных сторон изучаемого концепта в соответствии с функционально-прагматическим значением.

Объект исследования — совокупность языковых и речевых репрезентаций концепта *книга*, которые отображают материальные и идеальные свойства книги, ее разнообразные отношения и связи с человеком и действительностью в современном русском языке.

Предмет исследования — основные черты языкового отображения концепта *книга* с объективной и субъективной точки зрения человека как творца языка, репрезентируемые лексико-семантическими, семантико-синтаксическими, прагматическими значениями, в которых закреплены коммуникативно релевантные для русской лингвокультурной общности представления о книге.

Цели исследования — представить концептуальное содержание книги в русской языковой картине мира в виде когнитивно-семантической модели.

Материал исследования составляют данные лексикографических источников, паремиологических справочников, сборников афоризмов (около 1700 слов, фразеологизмов, пословиц, афоризмов), тексты разных стилей и жанров (около 2000 текстовых фрагментов), репрезентирующие фрагмент русской языковой картины мира книга. В процессе сбора и систематизации основного языкового материала применялись семасиологический и ономазиологический подходы, т.е. фиксировались все языковые единицы, в семантике которых эксплицитно или имплицитно присутствует сема книга. Текстовый материал получен в результате сплошной выборки из художественных, публицистических, научных, учебных, философских и разговорно-бытовых текстов.

Обобщая размышления исследователей о сущности языковой картины мира (работы Ю.Д.Апресяна, Б.А.Серебренникова, Г.А.Брутяна, Г.В.Колшанского, В.И.Постоваловой, Н.Д.Арутюновой, Ю.С.Степанова, Т.В.Булыгиной, А.Д.Шмелева, Е.С.Кубряковой, В.Н.Телии, М.В.Пименовой, М.П.Одинцовой и др.), можно сформулировать содержание этого понятия следующим образом: языковая картина мира — это закодированные в семантике языка образы мира, имеющие национальную специфику. Основными

чертами языковой концептуализации действительности являются ее несовпадение с научным знанием о мире, прагматичность и гибкость, соответствующие творческому характеру человеческого мышления, сочетание универсального и национально-специфического, образность и антропоцентричность.

Характерной чертой языкового образа человека является его многоаспектность, репрезентация в языке в виде множества частных ипостасей: «внешний человек», «внутренний человек», «средний человек», «*homo sapiens*», «моральный человек» и т.д. В настоящем исследовании рассматривается «человек пишущий» и «человек читающий», человек как творец и объект воздействия артефакта *книга*.

Имеющиеся в лингвистике различные подходы к пониманию концепта и его различные трактовки позволяют все же сформулировать определение, отражающее общие положения: концепт — это целостное ментальное и семантическое образование, являющееся основной единицей сознания и языковой картины мира и аккумулирующее ценностные и функционально значимые для данной культуры представления об определенном фрагменте действительности, которое репрезентируется языковыми и речевыми средствами.

Концепт представляет собой сложную структуру, выраженную разными группами признаков. Образная сторона концепта включает воспринимаемые органами чувств характеристики предметов, явлений и событий, а также метафорический образ, стремящийся выразить новый опыт в терминах уже сложившихся структур знания. В понятийный слой концепта включается минимум дефиниционных признаков, отражающих составные части обозначаемого фрагмента действительности, его место в ряду других предметов и явлений, основную функцию. Ценностная сторона — это культурная значимость социопсихических образований для коллективного и индивидуального сознания. Эта зона включает в себя общие оценки, выраженные в языке предикатами «хорошо/плохо»; стереотипы, обобщающие социальный опыт носителей языка и обеспечивающие его трансляцию последующим поколениям; нормы, регулирующие поведение членов лингвокультурной общности. Упорядоченная совокупность концептов народа составляет концептосферу языка и культуры (Д.С.Лихачев). Последовательное изучение вербализованной части концепта как фрагмента концептосферы позволяет познать культуру народа.

Фрагмент объективной действительности *книга* отражается в сознании носителей языка в совокупности речевых и языковых

средств и подвергается концептуализации, основанием для которой служит ценность книги в русской культуре. Функционально-значимые представления о книге закрепляются в виде стереотипов, которые реализуются в языке и речи в традиционных образах, сравнениях, оценках, диктующих члену русской лингвокультурной общности типичное отношение к книге и способы взаимодействия с ней.

Содержание концепта может быть развернуто в поле или во фрейм. Фрейм — это «структура данных, предназначенная для представления стереотипной ситуации» (М. Минский). Исследователи (Ч. Филлмор, И.А. Тарасова, В.В. Красных, В.З. Демьянков, Ж.В. Никонова, С.А. Жаботинская и др.) отмечают, что фреймовые и полевые структуры разграничиваются по степени типичности/индивидуальности ассоциаций, их рациональному / эмоциональному характеру, предсказуемости / непредсказуемости связей. Поле концепта позволяет исследователю увидеть ядерность / периферийность смысловых элементов содержания концепта, задаваемых национально-специфическим мировидением языка, увидеть многообразные ассоциативные связи и систему ценностей, лежащую в основе культуры; в свою очередь, фрейм, обладая более четкой структурой, позволяет создавать модель, легко поддающуюся смысловому анализу.

В настоящем исследовании структурирование концепта осуществляется с опорой на фрейм-пропозицию, в понятии которой соединились термины когнитивной лингвистики и семантического синтаксиса, обозначающие разные стороны единой сущности — ситуации. Теоретически мы опираемся, с одной стороны, на работы Ю.Д. Апресяна, утверждавшего, что «всякое лексическое значение обладает определенной синтаксической структурой», с другой стороны — на работы представителей семантического синтаксиса Н.Д. Арутюновой, Г.А. Золотовой, Т.В. Шмелевой, З.Д. Поповой, М.П. Одинцовой и др., описавших модусно-пропозициональную структуру высказывания и отмечавших существование изосемичных лексических и синтаксических средств. Термин фрейм-пропозиция подчеркивает соединение в процессе речевой деятельности структур сознания с соответствующими семантическими структурами языка, актуализирующими и воплощающими образы внеязыковых ситуаций как на парадигматическом уровне (выбор слова из соответствующей тематической группы), так и на синтагматическом уровне (реализация пропозиции).

Очевидна необходимость изучения концепта в функциональном плане, в речевых жанрах и дискурсе. В речевых жанрах ак-

центрируется коммуникативная ценность концепта, обусловившая создание типичной формы высказывания для выражения релевантных для данной лингвокультурной общности смыслов. Жанроведческий подход к изучению позволяет увидеть концепт в действии, в совокупности с ценностными установками, выражающими «потребности носителя культуры, ради удовлетворения которых создается данный жанр» (Г.Г.Слышкин). Дискурс — это совокупность текстов с учетом их экстралингвистических параметров. Анализ дискурса чрезвычайно важен, поскольку именно концепты, функционирующие в том или ином дискурсе, формируют его как особый мир, при этом в дискурсе выявляется весь объем смыслов, потенциально заложенных в концепте.

С опорой на данные словарей литературного языка, а также с привлечением специальных изданий по книговедению нами осуществлена попытка типизировать многообразные ситуации взаимодействия человека с книгой в объективной действительности, представив их в виде базовых фрейм-пропозиций.

Анализ материала и его структурирование осуществлялось в соответствии со следующими положениями. Фрейм-пропозиция — это когнитивная структура знаний для представления стереотипной ситуации в виде сложившихся в данной лингвокультурной общности языковых единиц, вступающих в синтагматические и парадигматические отношения. Ядерная, инвариантная информация заключена в типовой пропозиции, создающей семантическую модель события, и включает в себя смысловые позиции (субъект, объект действия, действие, признак и т. п.) и набор смысловых компонентов, заполняющих позиции лексической информацией. Языковые единицы, являющиеся «наполнителями» позиций, функционируют в составе тематических групп. Языковые единицы в группе объединяются интегральной функциональной гиперсемой, определяющей сочетаемостные возможности единиц парадигматической группы, и денотативной гиперсемой, составляющей семантическую основу группы, члены которой различаются дифференциально-семантическими признаками. В центре фрейм-пропозиции находится предикат, в котором заложены потенциальные возможности разворачивания фрейма.

В современном русском языке слово *книга* является обозначением конкретного артефакта и имеет описанное число прямых значений: 1) *n*-ное количество переплетенных листов бумаги с текстом (тяжелая, толстая книга); 2) произведение печати (иллюстрированная книга); 3) информация, изложенная на переплетенных листах бумаги (интересная книга); 4) книга для систематических записей о событиях или действиях У, происходящих в учре-

ждении или коллективе X или имеющих к X непосредственное отношение (расчетная книга); 5) часть обширного письменного сочинения (поэма «Энеида» разделена на 12 книг).

В настоящем исследовании рассматривается наивно-языковое представление о книге как материально-идеальной сущности, представляющей единство переплетенных листов бумаги и информации, текста, напечатанных на ней. Можно выделить три ипостаси изучаемого явления: книга как предмет, книга как результат издательской деятельности и книга как информация, текст, определенным образом оформленный. Книга — это созданный человеком в утилитарных целях предмет определенной формы (сшитые листы бумаги), который имеет вес (тяжелая) и размер (толстая), т. е. физические характеристики.

Ситуация предметного фрейма включает конститuenty, репрезентирующие бытие книги в мире других вещей в качестве одного из фактов материальной культуры и вне ценностных характеристик: «бытующий объект» (например, книга 1, том); «атрибутивная позиция, объективная характеристика предмета» (например, толстая, тонкая, дешевая); «бытийные предикаты» (быть, лежать, стоять); «акциональные предикаты, обозначающие действие с книгой как объектом» (например, брать, купить, порвать); «локативы, место бытия книги» (например, книжная полка, шкаф, стеллаж). Атрибутивные характеристики и оценки, сопровождающие предмет *книга*, объективны и основаны на эмпирических данных. При этом бытие книги в реальном мире всегда предполагает участие человека — каузатора/ликвидатора бытия и изменения местоположения книги и субъекта оценки. Например, положение дел - *Книга лежит на столе* - в пресуппозиции содержит смысл *Кто-то взял книгу, принес и положил на стол*.

Издательский фрейм. Ситуация «бытие книги в результате издательского дела» включает предикаты созидания и актанты: каузатора бытия книги и объект действия — книгу как совокупность листов с печатным текстом. Типовая пропозиция: *Издательство печатает книгу*. В число элементов, структурирующих ситуацию, входят «объект действия, произведение печати» (например, книга 2, экземпляр); «партитивы» (например, книжный блок, переплет); «атрибутивная позиция, издательская характеристика предмета» (например, печатная, в твердом переплете); «предикаты созидания» (например, издавать, редактировать); «способ и качество печати» (например, офсетная, высокая); «каузатор бытия книги» (например, издательство, редактор, печатник); «инструмент созидания книги» (например, печатный станок, наборный автомат, ризограф).



Информационный фрейм состоит из двух взаимосвязанных субфреймов: «созидание информационного поля книги» и «восприятие информации, изложенной на листах бумаги». Можно схематично представить книгу как объект воздействия писателя, создающего текст, и объект восприятия этого текста читателем, как взаимодействие читателя и писателя, опосредованное книгой: ПИСАТЬ — КНИГА — ЧИТАТЬ.

Ядерным компонентом, организующим ситуации информационного фрейма, является «каузируемый объект — объект восприятия, книга как единство материальной формы и текста» (например, книга 3, сочинение, произведение), другие элементы служат характеристиками объекта по тому или иному параметру: «вид книги по назначению» (например, учебник, энциклопедия); «обозначение книги через жанровую и родовую принадлежность» (например, проза, поэзия, детектив); «партитивы» (например, глава, предисловие, комментарии); «атрибутивная позиция, субъективные характеристики книги» (например, интересная, познавательная); «атрибутивная позиция, объективные характеристики книги» (например, художественная, научная, по истории, о любви). Объект *книга* в совокупности со всеми признаками входит в качестве конститутивного элемента сразу в два взаимосвязанных субфрейма: «созидание книги» и «восприятие книги».

СУБФРЕЙМ I «созидание информационного поля книги» включает в свой состав предикаты созидания — это, с одной стороны, акциональные глаголы, обозначающие активное действие одушевленного субъекта (писать - производить некоторые действия для материальной фиксации мыслей в виде графических знаков), а с другой — глаголы ментального действия (писать - обдумывать, производить некие мыслительные операции); субъекта активного действия — творца информационной составляющей книги (например, писатель, художник слова); атрибутивную позицию, характеристику автора по его текстам (например, талантливый, бездарный); инструмент созидания (например, ручка, перо, чернила) и создаваемый объект.

В СУБФРЕЙМ II «восприятие информации, изложенной на листах бумаги» входят предикаты восприятия — глаголы ментального действия (например, читать); качественные характеристики восприятия (например, внимательно, поверхностно); активный субъект, являющийся одновременно адресатом, к которому обращена информация (например, читатель), при этом выделяется несколько разновидностей субъекта: «субъект эмоционального отношения» (например, книголюб, библиофоб); «человек, профессионально работающий с книгой» (например, библиотекарь,

критик); «характеристика человека по отношению к книге» (например, начитанный, книжный червь, ходячая энциклопедия); «локатив, место для хранения и чтения книг» (например, библиотека, читальный зал) и книга, выполняющая несколько основных функций: 1) делибирует восприятия (графические знаки, которые распознаются в процессе чтения); 2) сурсив, источник информации; 3) объект оценки — каузатор эмоционального и оценочного отношения (книга вызывает положительную или отрицательную реакцию, воздействуя на интеллектуальную и эмоциональную сферы).

Информационный фрейм в соотнесенности ситуаций созидания и восприятия книги как интеллектуального продукта составляет ядро поля концепта *книга*. Об этом свидетельствует номинативная плотность обозначаемого фрагмента действительности и частотность употребления входящих в информационный фрейм семантико-синтаксических единиц в речи (по данным «Лексических минимумов современного русского языка»).

Для верификации фрейм-пропозициональной модели, построенной «от внеязыковой действительности», использовались данные ассоциативного эксперимента, в котором участвовало 556 информантов (201 мужчина и 355 женщин). Получено 1346 первых реакций, 7 испытуемых не дали реакций на стимул *книга*.

Был проведен анализ реакций с распределением их в группы на основании смысловой отнесенности к определенному фрейму. Наибольшее количество ответов входит в информационный фрейм (79,3 % от общего числа), самые распространенные реакции *знание* (11,9%), *информация* (4,4%), на втором месте по частотности отмечены лексемы, входящие в издательский фрейм (7,6%), наименьшее число реакций входит в предметный фрейм (7,2%). В построенном на основе экспериментальных данных информационном поле концепта *книга* обнаружено 6 дифференциальных признаков: знание, текст, восприятие, место бытия, созидание, характеристика человека по его отношению к книге. В ходе эксперимента было выявлено, что в сознании носителей языка существует представление о двух основных типах книг: полезных (нужных) и интересных, что отражено в противопоставлениях «что-то обучающее» / «что-то интересное», «обучение» / «развлечение», наблюдаемых в ответах информантов.

Таким образом, в результате анализа значений лексемы *книга* были выделены базовые фрейм-пропозиции, представленные в виде семантически и синтаксически закрепленных позиций, заполняемых словами изосемичных тематических групп. В своей совокупности фрейм-пропозиции моделируют конвенциональную

часть сложной ментальной сущности мегаконцепта книга в русской языковой картине мира. Перечисление участников типовой ситуации дополняется перечислением важных для русской лингвокультурной общности и репрезентируемых языковыми средствами когнитивных признаков, выявленных в результате ассоциативного эксперимента.

Для понятийного слоя концепта оказываются релевантными когнитивные признаки «предмет печати»/«текст», что согласуется с логикой обыденного языкового сознания, которому свойственно воспринимать и интерпретировать мир в виде бинарных оппозиций. Понятийный слой также включает в себя образ человека как субъекта созидания (писатель) и объекта эмоционально-волевого воздействия текста книги (читатель).

Понятийная составляющая концепта *книга* активно взаимодействует с оценочной. Объективные характеристики, основанные на эмпирических данных, сопровождают как предметную (толстая, в мягком переплете), так и содержательную (по физике, эпическая, о природе) ипостаси книги. Базирующиеся на объективной информации субъективные характеристики выражаются в форме общих и частных оценок, при этом очевидной становится взаимосвязь внешнего и внутреннего. С одной стороны, хорошо изданная большим тиражом книга получает позитивную оценку, но, с другой стороны, текст массовой книги может не соответствовать эталонному представлению о высокой литературе и оцениваться негативно: *Дешевые книги — это некультурность. Книги должны быть дороги. Это не водка* (В. В. Розанов). Это зависит от оценивающего субъекта, однако в языковом сознании русских есть стереотипное представление о превалировании внутренних характеристик над внешними: *Про книги можно сказать то же, что и про людей. Их также по платью встречают, а по уму провожают*.

Ценностное отношение к книге как к предмету первостепенной важности в жизни человека и человечества свойственно всем культурам (как современным, так и древним), в которых есть книги. Книга в контексте мировой культуры не просто предмет, а вместилище знаний, накопленных поколениями людей и, благодаря книге, продолжающих жить в веках, средоточие духовных ценностей, квинтэссенция мировой работы духа человеческого (М. Горький). Общая оценка хорошая/плохая книга опирается на комплекс утилитарных, психологических, эстетических, этических, нормативных признаков содержательного аспекта книги, которые отражают соответствие/несоответствие текста книги основным функциям: транслировать знания и воздействовать на эмоцио-

нальную сферу человека. Полюс положительной оценки занимает полезная и интересная книга, а негативной — неинформативная и скучная.

Субъективные оценки книги антропоморфны, здесь наблюдается параллелизм в употреблении языковых средств, характеризующих текст книги и внутренний мир человека (умная, талантливая / пустая, бездарная книга). В целом ценностный слой характеризуется положительной оценочной составляющей. При этом язык интерпретирует положительные свойства книги в виде генерализованных высказываний о данном артефакте. В языковом сознании происходит укрупнение объекта оценки, и в аксиологическое поле попадает не отдельный материально-идеальный предмет, а книга как социокультурный феномен, как класс предметов. Отсюда дидактизм высказываний о книге, апелляция к высшим ценностям культуры через значимость обобщенного денотата — книги — в жизни и эволюции всего человечества. Образная составляющая концепта отражает, во-первых, взаимосвязь внешнего и внутреннего в образе книги, а во-вторых, изоморфизм языкового образа человека, мира и книги.

Благодаря соотнесенности в языковом образе книги внешнего и внутреннего возможна актуализация «целостной» книги через фиксацию внешне материального или, напротив, внутреннего аспекта. Поэтому для репрезентации книги в языке широко используются метонимические переносы: *сказки стоят на полке* (= книга со сказками), *зачитать до дыр* (предметная сторона актуализируется посредством предиката восприятия текста), *переиздать книгу* (= текст книги) и т. п.

Образный слой включает ряд метафорических фреймов, среди которых важнейшими для русской культуры являются: 1) книга — источник знаний, информации (*Золото добывают из земли, а знания — из книги*); 2) книга — пища для души (*Да, книга, ради бога, книга!.. Это пища для души*. А.С. Пушкин). Первый фрейм распадается на ряд метафорических моделей: книга — инструмент познания (*Не отправляется охотник / без ружья стрелять гусей. / Не оставит дома плотник / Молотка или гвоздей. / Ты не должен оставлять / Дома книжку и тетрадь*. С.Я. Маршак); книга — опыт (*Опыт, написанный и брошенный в общее употребление, есть книга. Книга — это духовное завещание одного поколения другому, совет умирающего старца юноше, начинающему жить*. А.И. Герцен); книга — память (*Книга преобразила мир. В ней память человеческого рода, она рупор человеческой мысли*. Н.А. Морозов); книга — бессмертие (*Великие и добрые люди не умирают... их бессмертный дух воплощается в книгах и живет вечно*. Смайлс). Образ книги как источника удовольствия породил модели: книга — ключ к сердцу (*Обложка или переплет —*

*Как маленькая дверца, / Приоткрывающая вход / И доступ в область сердца.* Е.А. Долматовский), книга — транспортное средство (*Нет такого корабля и нет такого самолета, которые могли бы унести человека туда, куда уносит его книга. Книга может перенести тебя в такую страну, которой никогда не было...* М.Ильин). Обратимые метафоры книга — мир и мир — книга отражают соразмерность этого творения человека естественному миру природы, их изоморфизм.

Двуединство книги как продукта развития культуры осмысливается во взаимосвязи с семантическим пространством человека. Точкой соприкосновения этих семантических пространств становится их материально-идеальная сущность: две ипостаси книги (предмет печати и текст) и две ипостаси человека («внешний человек» и «внутренний человек»). Это взаимодействие нашло отражение в языке в означивании, с одной стороны, человеком себя и своей жизни с помощью образов книги (жизнь — книга, человек — книга), а с другой стороны, книга в пространстве человека наделяется собственной жизнью, персонифицируется.

Персонифицированная книга может выполнять разнообразные социально значимые функции: друга, учителя, спутника, собеседника, что репрезентируется предикатами, обозначающими самостоятельные действия одушевленного субъекта: книга учит, воспитывает, помогает, отвечает на вопросы. Книга удовлетворяет одну из главных потребностей человека — потребность в интимно-личностном общении, что воплотилось в языке в метафорических моделях книга — собеседник (*Нет умного соседа — с книгой беседуй.* Пословица); книга — друг (*Кто ж этот друг души моей?! Кем я избавлен был от ига / Суровой тьмы с рассвета дней? / Друг этот: избранных людей / Ковчег великих мыслей — книга* (Е. Е. Нечаев).

В метафорической модели жизнь-книга оказываются соотносительными содержательный и предметный аспект книги, каждый из которых приводит в движение определенный фрейм семантического пространства концепта книга. Метафоризирующий фрейм *книга* включает две линии субъектно-объектных отношений: «некто пишет книгу» и «некто читает книгу». Соответственно человек, проживающий жизнь, метафорически интерпретируется либо как автор текста (книга жизни пишется в процессе проживания): *«Потом я опять пытался погрузиться в обдумывание того, с чего надо начать писать жизнь»* (И.А. Бунин); либо как ее читатель (книга жизни читается в процессе проживания): *«Но книга жизни подошла к странице, / Которая дороже всех святынь. / Сейчас должно написанное сбыться, / Пускай же сбудется оно. Аминь»* (Б. Пастернак). При этом отдельные моменты жизни человека репрезентируются посредством предметных партитивов (страницы, листы) или частей кни-

ги по содержанию (главы, эпизоды). Образ перечитываемой /перелистываемой книги позволяет создать образ обратимости времени жизни в воспоминаниях: *«Моряки умерли мгновенно, не подумав о боли, не перелистав перед глазами свою жизнь, не почувствовав обиды за такой конец...»* (из газеты).

В метафорической модели человек — книга обложка, листы с нанесенными графическими знаками уподобляются «внешнему человеку», а текст, доступный в процессе чтения, является репрезентантом «внутреннего человека». Элементы внешнего облика и невербальные средства дают основания судить о внутреннем человеке так же, как и отдельные печатные знаки складываются в текст. Это породило фразеологизмы читать в душе, читать в сердце, читать в глазах, читать человека как открытую книгу, в которых подчеркивается ценность умения распознавать и читать паралингвистические знаки для успешной коммуникации: *«...и все лицо его, желтое, стянутое глубокими морщинами к седой щетинистой бороде, похоже было на старый пергамент, на котором не всем понятную, но печальную повесть начертала жестокая жизнь»* (Л. Андреев).

Концепт *книга* также рассматривается нами в функциональном аспекте.

Анализируется репрезентации концепта *книга* в речевом жанре «дневник писателя». Использование образа книги в дневниковых записях является материализацией метафорической модели жизнь человека — книга, которая развивается в двух направлениях: человек читает книгу жизни и одновременно фиксирует, пишет свою жизнь в дневнике. В основу описания речевого жанра «дневник писателя» положена концепция модели речевого жанра Т. В. Шмелевой. Теоретические положения исследования иллюстрируются примером анализа концепта «книга» в дневниках М. М. Пришвина, Л.Н. Толстого и З.Н. Гиппиус.

«Дневник» является информативно-аналитическим жанром, которому, помимо ведущего замысла — информативного, свойствен аналитизм в виде философских и оценочных размышлений. Разнообразные по замыслу и языковому воплощению высказывания объединяет форма датированных записей, а также то, что все входящее в пространство «дневника» мыслится в актуальном хронотопе, в ближайшем настоящем. Такая форма очень удобна для писателя: она позволяет не потерять важных событий, впечатлений, которые в дальнейшем могут стать хорошим подспорьем в создании произведений, и она же (дневниковая форма) позволяет работать над писательским языком. Информативная интенция автора дневника выражается в однотипных коротких записях, фиксирующих происходящее. Концепт *книга* в записях-

сообщениях репрезентируется в следующих типовых формах: 1) дневник читателя (книга — объект восприятия), 2) дневник работы писателя над своими произведениями (книга — создаваемый мир), 3) дневник автора в его взаимоотношениях с издателями. Аналитическая интенция реализуется в записях-размышлениях оценочного характера, поводом для которых становятся описываемые события.

Семантическое пространство книги является связующим звеном дневниковых записей писателей. Для М.М. Пришвина «Дневники» становятся в буквальном смысле книгой жизни, в которой он, с одной стороны, является читателем великой книги природы и книг — творений рук человеческих, а с другой стороны, он творец книг и в некотором смысле творец своей жизни. В записи от 19 января 1952 г.: *«Думаю, что если очистить его (дневник) от неудач, и так бы сделать лет за десять, и очищенное собрать в один том, то и получится та книга, для которой родился Михаил Пришвин»* — общеязыковая метафорическая модель жизнь — это книга трансформируется в пришвинское жизнь — это дневник. Ощущение дневниковых записей как единой книги жизни отражено и в дневниках А. А. Ахматовой, которая назвала свою самую толстую записную книжку большого формата «Книга жизни». Л. Н. Толстой на основе своих дневниковых записей писал произведение «Моя жизнь».

Таким образом, концепт *книга* организует целостность речевого жанра «дневник писателя», сложившегося в культуре с целью закрепить в естественной форме в актуальном хронотопе фактографические и эмоционально-оценочные грани бытия человека. Актуализация образа книги в данном жанре обусловлена объективным осмыслением человека себя как читателя и как писателя, а также возможностью метафорически представить жизнь человека в образе реально существующей и передаваемой будущим поколениям книги жизни.

Анализировалась также репрезентация концепта книга в учебно-просветительском дискурсе, который рассматривается в качестве источника формирования стереотипных представлений о книге. Обращение к педагогическому дискурсу обусловлено тем, что на данный момент развития общества книга остается базовым инструментом осуществления дидактических задач, и именно здесь книга представлена как артефакт во всем многообразии своих проявлений.

Чтобы выявить функционально значимые для русского народа признаки концепта книга, закрепленные в речевых стереотипах, был проведен эксперимент. Участникам эксперимента предлага-

лось написать любое известное выражение со словом *книга*. В опросе участвовало 480 информантов. Получено 433 высказывания о книге, 47 информантов не дали ответа. Результаты опроса показали, что многие представления о книге носят стереотипный характер и функционируют в языке в готовом виде: книга - источник знания (33 %); книга -лучший подарок (13,2%); книга - лучший друг (9 %); смотришь в книгу — видишь фигу (5,5 %); красная книга (2,5 %); книжный магазин (1,6%); книга жизни (1,4%); книга — источник мудрости и опыта (1,4 %); береги книгу — она твой друг (1,4 %); книга — кладезь знаний (1,2 %); любимая книга (1,2 %); настольная книга (0,9 %); читаешь человека, как книгу (0,7 %); жена — это прочитанная книга (0,7 %); книга дает нам много знаний (0,7 %); кто книги читает, тот много знает (0,5 %); книга всему голова (0,5 %); книжный мир (0,5 %).

В ходе исследования мы пришли к мысли, что активное использование стереотипов с образом книги объясняется традициями учебно-просветительского дискурса, одной из ценностей которого является принятое в качестве аксиомы положение: «Познание есть благо, поэтому следует учиться. Следствия: следует с почтением относиться к учителю, к источникам знания, прежде всего — книгам, к процессу обучения и месту обучения» (В.И. Карасик). Умение пользоваться книгой, ее справочным аппаратом, умение найти нужную книгу и извлечь из нее полезную информацию необходимо при изучении всех школьных предметов, поэтому является междисциплинарным требованием к школьнику. Дидактическая цель — привить учащимся любовь к книге и чтению — осуществляется посредством планомерного использования в учебниках стереотипов с образом книги в виде справочной информации, тренировочных упражнений, посредством анализа паремий и прецедентных текстов русской культуры, в результате чего у школьников закладывается ценностное отношение к книге.

Результатом исследования является описание содержания концепта *книга* в виде когнитивно-семантической модели, которая структурируется в соответствии со следующими когнитивными категориями: 1) оппозитивность — представление о книге как о двуединой сущности в соотносительности внешнего (листов бумаги с напечатанным текстом) и внутреннего (содержания, текста); 2) нормативность — представление о типичном единстве содержания / текста, которое может называться книгой, представление о мере чтения и о мере любви к книге, отклонение от которых оценивается негативно; 3) оценочность — представление о ценности данного фрагмента действительности для человека, которое выражается в виде объективных и субъективных общеоце-



ночных и частнооценочных значений; 4) генерализация — представление в языке объекта оценки — книги — как класса предметов, как социокультурного феномена в отвлечении от характеристик конкретного предмета в виде обобщенных высказываний; 5) образность — отражение изоморфизма книги и мира, книги и человека в метафорических моделях; 6) стереотипизация — представление о книге связано с рядом устойчивых ассоциаций, необходимых для вхождения в русское лингвокультурное пространство.

### **Литература**

Киреева Н.В. Проблема квалификации дневника как книги определенного речевого жанра (на примере «Дневников» М.М. Пришвина) // Омский научный вестник. — 2006. — № 9 (47). — С. 231-234.

Киреева Н.В. Специфика репрезентации концепта «книга» в учебно-просветительском дискурсе // Вестник Читинского государственного университета. — 2008. — №2(47). — С. 44-49.

Киреева Н.В. Книга и человек в национально-культурной ментальности и языковой картине мира // Язык и коммуникация : научный альманах. — Омск, 2005. — Вып. 1. — С. 89-93.

Киреева Н. В. Концепт «книга» в семантическом пространстве человека: метафоры персонифицированной семантики // Вестник Омского университета. — 2006. — Вып. 4(42). — С. 85-88.

Киреева Н.В. Специфика репрезентации концепта «книга» в речевом жанре «дневник» // Гуманитарные исследования : межвузовский сборник научных трудов : ежегодник. — Омск, 2006. — Вып. 11.-С. 135-139.

Киреева Н. В. Прагматилистический анализ концепта «книга» в речевом жанре «дневник» (на примере «Дневников» М.М.Пришвина) // Славянские языки и культура : материалы Междунар. науч. конф. — Тула, 2007. — С. 139-142.

Киреева Н.В. Специфика репрезентации концепта «книга» в просветительском дискурсе (на материале школьных учебников) // Материалы Первой регион. науч.-практ. конф. «Лингвистика. Коммуникация. Культура». — Омск, 2007. — С.11-17.

Киреева Н. В. Книга как объект любви в русской языковой картине мира // Вестник Омского университета. — 2007. — №2. — С.77-82.

**Цзоу Сюэцян  
(Санкт-Петербург)**

### **ЧАЙ**

Концепт «чай», возникновение которого было predeterminedено заимствованием из Китая самого феномена, а затем обозначающего его слова, прошел в русской культуре «собственный путь», создал неповторимое лингвокультурное пространство и потому

относится к ярким и значимым фрагментам русской концептосферы. Аккумулируя знания из различных научных и предметных областей (истории, философии, эстетики, медицины, культуры повседневности, кулинарии, психологии, агротехники, художественного творчества и т.д.), концепт «чай» представляет национальную культуру и ментальность в концентрированном виде и имеет высокую ценностную маркированность, ср.: *«Чай попал в Россию из Китая в 1638 году, то есть за сто лет до того, как о нем узнали, скажем, в Англии. С тех пор он стал символом, а иногда и сутью русского застолья. Самовар превратился в образ жизни. Без него невозможно представить пьесу Островского или Чехова. Чаепитие сформировало особый русский быт — долгие разговоры о смысле жизни, дача, соловьи... Странное действие чая, не правда ли? В Англии пристрастие к нему позволило создать вселенскую империю, а в России — «долгие разговоры о смысле жизни»* (П. Вайль, А. Генис).

Концепт «чай» широко репрезентирован в русском языке (так, например, по данным «Частотного словаря русского языка» под ред. Л.Н. Засориной, лексема «чай» характеризуется самой высокой частотностью среди наименований кушаний и напитков (ср.: чай (224), хлеб (186), каша (25), щи, борщ (18), суп (12), а в «Русском словообразовательном словаре» А.Н. Тихонова зафиксировано 47 дериватов этой лексемы).

Несмотря на культурологическую и лингвистическую значимость концепта «чай», его выраженную национально-культурную специфику (например, по сравнению с китайской лингвокультурой), в рамках лингвокультурологического направления отсутствуют исследования, посвященные его описанию.

Материалом исследования послужил корпус лексико-семантических репрезентантов концепта «чай» в русском языке, выявленный методом сплошной выборки из словарей различного типа (около 400 единиц), а также из текстов художественной литературы (более 800 употреблений). Были использованы следующие источники: толковые словари современного русского литературного языка; толковые словари китайского языка; словообразовательные словари; словарь сочетаемости, фразеологические словари, словарь устойчивых сравнений, ассоциативный словарь; частотный словарь; двуязычные словари (русско-китайский и китайско-русский); тексты художественной и публицистической литературы; результаты свободного ассоциативного эксперимента, проведенного в 2005-2006 гг. среди китайских и русских студентов.

Концепт «чай», являющийся предметом данного исследования, с одной стороны, может быть определен как концепт универсального характера, поскольку является общекультурной состав-

ляющей культуры повседневности, а с другой стороны, обладает значительной национальной спецификой, в том числе — в России и в Китае. Необходимо также учитывать, что китайский и русский этносы относятся к достаточно далеким группам в историческом, религиозном, социальном, бытовом и других аспектах культуры, что предопределяет особенности формирования коррелирующих концептов «чай» / «cha».

Ввиду того, что «национальное можно постичь только в сравнении с другим национальным» (В.В. Воробьев), основным направлением нашего анализа избран сопоставительный подход, предполагающий лингвосопоставительные и культуросопоставительные процедуры, позволяющие определить особенности концепта «чай» в русской и китайской лингвокультурах.

Культурно-исторические предпосылки формирования концепта «чай» в русской и китайской культурах определяют комплекс основных знаний об обозначаемом феномене и позволяют выявить универсальную и национально-обусловленные составляющие концепта.

Анализ исследований культуроведческого характера (работы Е.В. Барыбина, Ю.С. Давыдовой, И.И. Дубровина, Ю. Иванова, В.В. Похлебкина, А.В. Савельевских, В.М. Семенова, Чжуан Ваньфан, Яо Гокунь, Фань Цзэнпин, Цао Цзяньминь и др., посвященные истории и различным аспектам чайной культуры России и Китая) позволил заключить, что в чайной культуре в целом можно выделить четыре основных уровня, отражающих общий, универсальный «путь чая»: *культуру выращивания и разведения чайного растения; культуру обработки его листьев; культуру приготовления напитка из высушенных листьев растения и культуру чайного застолья*, что позволяет говорить о существовании в структуре концепта «чай» четырех универсальных содержательных компонентов или «микрконцептов»: «растение», «высушенные листья чайного растения», «напиток» и «чаепитие».

С целью максимально полного описания содержания концептов «чай» и «cha» в русской и китайской культурах были выявлены их основные «культурные слои» или основные культуроинформативные аспекты содержания, отражающие ценностные предпочтения представителей сравниваемых культур.

Сопоставительный анализ содержания «культурных слоев» коррелирующих концептов позволяет говорить о существенных различиях на уровне количества содержательных аспектов, их соотношения и ценностной значимости. Так, например, в концепте «cha» по данным китайской культуры были выделены следую-

щие наиболее значимые содержательные аспекты: *исторический, мифологический, производственно-технологический, бытовой, медицинский, ритуальный и литературный*, а по данным русской культуры: *исторический, бытовой, литературный*, что определяет ценностное содержание и специфику структуры «культурного пространства» коррелирующих концептов.

Специфика «культурного пространства» концептов «чай» и «cha» обусловлена многими факторами:

*историческим аспектом* (чай известен в Китае несколько тысяч лет, что предопределило богатство его мифологической составляющей, а в России — только несколько столетий);

*традициями чаеводства и чаепроизводства* (которые принципиально различны в Китае и в России и, поскольку в Китае имеют очень давнюю традицию, то включены в мифологическое и литературное пространство культуры, что отсутствует в содержании русского концепта);

*принципами классификации* и различиями в названиях сортов чая (большая часть сортов чая в русской и китайской «чайных культурах» являются безэквивалентными);

*медицинской ценностью* чайного напитка (с момента появления чай воспринимается в Китае, прежде всего, как лечебное средство, ввиду чего его называют «лекарством от ста болезней», в то время как в России медицинский аспект чайной культуры выражен гораздо слабее);

*самобытностью бытового аспекта* чаепития (особенности «чайного стола» в России и в Китае принципиально различны, что проявляется в богатстве и разнообразии различных закусок и добавок к чаю в русском застолье и в их полном отсутствии в китайском, а также в принципиальных (функциональных и эстетических) различиях чайной посуды (ср.: известную китайскую пятицветную «исинскую» керамику и знаменитые сервизы Ленинградского фарфорового завода);

*уникальностью исторически сложившихся «чайных субкультур»* (например, «дворянская», «купеческая», «московская» субкультуры в России и «Сычуаньская», «Пекинская» и др. в Китае);

*своеобразием национальных традиций чаепития* (например, «самоварное», «дачное» чаепития и чаепитие «на свежем воздухе» в русской культуре и чаепитие из гайваней в китайской культуре);

*значимостью ритуальной составляющей* культуры чаепития (всемирно известная чайная церемония в Китае (гун-фу-ча (буквально — «высокое искусство чаепития») — очень сложное и,

нередко, почти ритуальное действие, связанное с основами китайской философии, китайского мировидения и народной мудрости);

*характером представленности в национальной литературе* (в русской и китайской литературе процесс чаепития обуславливает различные устойчивые мотивы: в китайской литературе процесс чаепития доставляет человеку божественное наслаждение, очищает, укрепляет и «выстраивает структуру личности», уносит душу человека из мира повседневности в сакральную область и делает его почти бессмертным, а в произведениях русской литературы чаем, как правило, отогревается, смягчается человеческая душа, а также широко представлена уникальная атмосфера русского чайного застолья: теплая, искренняя, сердечная, объединяющая, располагающая к неторопливой беседе и долгому «сердечному» общению).

Различия в содержании и значимости выделенных аспектов «чайной культуры» свидетельствуют о своеобразии исторического «пути чая» и предопределяют уникальность культурно-исторического и ценностного содержания соответствующих концептов и составляющих их микроконцептов.

Таким образом, концепт «чай» в русской и китайской культурах представляет собой уникальные конфигурации знаний агротехнического, технологического, кулинарного, медицинского, исторического, мифологического, эстетического, философского и литературного характера, отражая тем самым специфику бытового уклада нации и ценностные представления народа.

Предметом исследования явилась лексическая репрезентация концепта «чай» в русском языке на фоне китайского языка, поскольку именно лексический уровень является основным транслятором содержания культурных концептов (Е.И. Зиновьева, Н.Е. Сулименко и др.). Основным предметом анализа явилось имя концепта, представляющее собой языковую или речевую единицу, с помощью которой актуализируется центральная точка концепта (С.Г. Воркачев). Поскольку концепт может соотноситься более чем с одной лексической единицей и может быть вербализирован не только отдельными словами, но и словосочетаниями, фразеологическими единицами и целыми текстами, т.е. «в сознании своего носителя концепт актуализируется при помощи множества «входов» (Г.Г. Слышкин), т.е. единиц языка и речи, то для реконструкции концепта «чай» были привлечены комплексные лексикографические данные, а также контексты употребления соответствующей лексемы и ее производных.

С целью последовательной реконструкции содержания основного имени концепта и описания соответствующего ему лексико-

семантического поля (включающего семантические, синтагматические, парадигматические и ассоциативные связи) были проанализированы различные типы словарей, а также тексты художественной литературы (с учетом данных Национального корпуса русского языка).

Материалы проанализированных словарей свидетельствуют о высокой степени «лакунарности» и культурной маркированности всех уровней лексической объективации концепта «чай» в русском и китайском языках.

Лексема «чай», заимствованная из китайского языка, приобрела в русском языке лингвокультурную специфику. Данные толковых словарей русского и китайского языков свидетельствуют о существенных различиях в семантическом объеме основных имен концепта «чай» и «cha». Большинство толковых словарей русского языка выделяют четыре основных значения слова «чай» («растение», «высушенные листья чайного растения», «напиток, приготовленный из листьев чайного растения», «чаепитие»), которые соответствуют основным этапам формирования чайной культуры и вербализируют соответствующие микроконцепты.

Толковые словари русского языка отражают и определенную динамику семантической структуры данной лексемы. Так, в словаре Д.Н. Ушакова значение «травяной настой» сопровождается пометой «уст.», в последующих толковых словарях оно не выделяется, а в «Толковом словаре русского языка начала XXI века (актуальная лексика)» под ред. Г.Н.Скляревской значение «травяной чай» отмечено как актуальное.

Толковые словари китайского языка выделяют значительно большее число значений лексемы «cha». Так, в «Словаре современного китайского языка» (2001) зафиксированы следующие значения: «растение», «напиток», «подарок невесте при помолвке», «название некоторых (не собственно чайных) напитков», «чайное масло» (или масло из семян чайного дерева), «чайный цветок», «темно-бурый цвет». Необходимо отметить, что в содержании слова «cha» отсутствует значение «чаепитие», которое в китайском языке обозначается самостоятельной единицей, т.е. русское «чай — чаепитие» является для китайских студентов семантической лакуной.

Помимо несовпадения семантических объемов лексем «чай» и «cha» отмечены различия в интерпретации коррелирующих значений. Ср., например, толкование значения «чай-растение» в «Словаре русского языка» 1984 г. (МАС) — (Чай — вечнозеленое дерево или кустарник сем. чайных, из высушенных листьев кото-

рого готовится ароматный напиток) и в «Толковом словаре современного китайского языка» 2001 г. (Чай — вечнозеленое дерево с длинными листьями эллипсоидной формы, имеющее цветы белого цвета и семена с твердой скорлупой. Является ценной культурой, распространенной в южных районах страны. После обработки нежных листьев этого растения получают чай). Неактуальность данного значения лексемы «чай» обусловила в сознании носителей русского языка отнесенность многих производных понятий к «специальной» картине мира (ср.: чаеуборочный, «сезон сбора чая», «чайные побеги» и др.).

Различия в семантических объемах основных имен концепта «чай» и интерпретации коррелирующих значений обусловлены не только системными различиями языков, но, в значительной мере, различиями в содержании «культурного пространства» коррелирующих концептов.

В «Русском словообразовательном словаре» А.Н. Тихонова зафиксировано 47 дериватов лексемы «чай», однако далеко не все они входят в активный словарный запас носителей русского языка (ср.: «чаепийца», «чайханщик» и др.); некоторые из них можно отнести к специальной лексике («чаепрессовочный», «чаеразвеска», «чаесушильный» и мн. др.). Многие из приведенных в словаре слов актуальны для китайских студентов, изучающих русский язык. К таким единицам относятся, например, существительные с суффиксами субъективной оценки, например: «чаек», «чаечек», «чайничек» и др., не включенные в русско-китайские словари и представляющие собой лакунарное явление для носителей китайского языка.

Среди словообразовательных дериватов лексемы «cha» можно отметить те, которые невозможно передать словообразовательными средствами русского языка, например, *chaxiu* (накись от чая), *chaji* (чайный столик), *chajing* (дымчатый топаз), *chake* (посетитель чайной), *chaqingse* (оливковый цвет), *chajing* (темные очки) и др.

Сравнение данных словарей сочетаемости свидетельствует о том, что при наличии ряда эквивалентных единиц (ср.: «черный чай» — «hong cha», «зеленый чай» — «lü cha», «душистый чай» — «fang xiang de cha», «холодный чай» — «liang cha», «напоить кого-либо чаем» — «gei...he cha», «чашка чая» — «cha wan» и т. д.) значительное число типичных для современного русского языка словосочетаний не имеет точных соответствий в китайском языке (ср.: «грузинский чай», «краснодарский чай», «чай с лимоном», «прихлебывать чай», «запивать что-либо чаем» и др.). Наиболее типичные культуромаркированные несоответствия, выявленные

по данным словарей сочетаемости, можно условно объединить в следующие группы:

- «чай с» (так как в соответствии с китайской традицией чаепития чай употребляется в «чистом» виде, т.е. в него ничего не добавляется, такие словосочетания как «чай с вареньем», «чай с медом» и т.п. являются для носителей китайского языка лингвокультурологическими лакунами);

- «в чай» (по той же причине для китайской языковой картины мира не характерна модель «в чай» (добавлять что-либо в чай), типичная для русского языка);

- «к чаю» (в связи с другой традицией китайского чаепития, в соответствии с которой чай пьется «просто так», «без всего», т.е. является «самостоятельным» блюдом, в китайском языке не употребительны словосочетания, построенные по модели — «к чаю» (купить, подать, принести что-либо к чаю), а также конструкция «запивать что-либо чаем».

Сопоставление фразеологических словарей, а также словарей пословиц и поговорок позволяет заключить, что идиоматические поля концепта «чай» в русском и китайском языках имеют значительные различия и потому оказывают интерферирующее влияние на языковое сознание китайских студентов, изучающих русских язык.

Во «Фразеологическом словаре русского языка» под ред. А.И. Молоткова зафиксированы три единицы с лексемой «чай» («на чай», «за чай», «чай да сахар»), в то время как в китайском языке их насчитывается более 30. Фразеологизм «давать на чай» в значении «вознаградить за мелкие услуги», чрезвычайно употребительный в русском языке (что подтверждается многочисленными примерами из русской литературы), не имеет соответствия в китайском языке и требует лингвокультурологического комментария для китайских студентов, изучающих русский язык.

Пословицы и поговорки со словом «чай» в русском языке также немногочисленны (10 единиц по общим данным различных словарей, причем их содержание отражает в основном бытовой аспект чайной культуры, ср.: «Чай пить — не дрова рубить»; «Чай — малый неглупый, но без сахару и он дурак», «Покупецки чай пьет, не по-купецки расплачивается», «Чай — аж Москву через него видать», «Такой чай, что Кронштадт видно» и др.).

В китайском языке зафиксировано несколько десятков пословиц и поговорок с лексемой «cha», которые отражают не только бытовой, но и медицинский, ритуальный и другие аспекты чайной традиции, ср.: «Лучше день без пищи, чем день без чая»; «После чашки чая высокого сорта не нужно вызывать врача»; «Днём кожа



обёртывает воду, а вечером вода обёртывает кожу» (Чай чаще пьют вечером, так как это полезнее); «Без чая не существует церемониала»; «Сигареты и водка могут быть вместе, а сигареты и чай — враги» и мн. др.).

Материалы «Русского ассоциативного словаря» под ред. Ю.Н. Караулова (РАС) и данные ассоциативного эксперимента, проведенного на филологическом факультете РГПУ им. А.И.Герцена в 2005-2006 гг., свидетельствуют о том, что ассоциативные поля понятия «чай» у носителей русской и китайской лингвокультур содержат определенную инвариантную составляющую (ср. реакции: «зеленый», «чашка», «чайник», «пить», «свободное время» и др., отражающие определенную общность бытовых деталей чаепития). Однако подавляющее число реакций демонстрируют существенные различия в сознании представителей русской и китайской культур.

Безэквивалентные реакции русских участников эксперимента обусловлены спецификой содержания «культурных слоев» концепта, ср. реакции: «грузинский» (в Китае такой сорт чая неизвестен); «самовар» (в Китае такая посуда для приготовления чая не используется) «сахар», «лимон», «торт», «пирожное», «молоко», «пирог», «варенье» (в китайском чайном застолье, как уже отмечалось, отсутствуют какие бы то ни было «добавки» и закуски к чаю); «друзья», «беседа» (традиции китайского чайного застолья не связаны с долгими дружескими беседами, как это принято в России). Некоторые реакции русских участников эксперимента требуют особого развернутого страноведческого комментария для китайских студентов, например, «купчиха», «беседка» или «баня».

Типичными только для китайской аудитории оказались следующие реакции: «дерево», «юг Китая» (для большинства представителей русской культуры не актуальны представления о чае-растении и особенностях его произрастания (ср. толкования значения «чай-растение» в русском и китайском толковых словарях); «желтый», «белый» (в России малоизвестны эти сорта чая); «рецепт», «лекарство», «медицина» (в русской культуре менее значим медицинский аспект чайной культуры); «жизнь», «путь чая», «любовь», «душа» (в русской культуре не столь актуален философский аспект отношения к чаю); «церемония», «чайный мастер» (в русской культуре чаепитие представляет собой традицию, а не церемонию, как в Китае) и др. Таким образом, несовпадения в ассоциативном фоне понятий «чай» и «cha» во многом обусловлены различиями «культурных слоев», составляющих национальные чайные традиции.

Анализ словарей различного типа (словообразовательных, сочетаемости, фразеологических и ассоциативных словарей) позволил не только выявить лакунарные явления различного уровня, но и заключить, что каждому из четырех микроконцептов, составляющих концепт «чай», соответствует лексико-семантическое поле (микрополе), отражающее специфику семантических, синтагматических и парадигматических характеристик каждого из четырех значений имени концепта.

Лексико-семантическая объективация концепта «чай» в русском языке свидетельствует о вербально выраженной *культурной неравнозначности* составляющих его микроконцептов. Так, в русской лингвокультуре микроконцепты «растение» и «высушенные листья», не имеющие значительной культурологической ценности, не получают широкого лексического выражения, что сказывается, например, в отсутствии идиоматических и ассоциативных полей, малочисленности и невыразительности примеров употребления в текстах художественной литературы. Однако эти микроконцепты имеют значительную ценность для китайской культуры, поскольку включают исторические, мифологические, эстетические, поэтические, художественно-изобразительные аспекты содержания.

Микроконцепты «напиток» и «чаепитие» обладают значительной ценностью для представителей русской культуры. Культурная значимость этих аспектов чайной традиции объективируется не только в наличии обширных идиоматических и ассоциативных полей и значительных «сочетаемых» возможностях соответствующих лексем — значений, но и в их широкой представленности в текстах художественной литературы (так, из 800 проанализированных примеров употребления слова «чай» в текстах русской литературы только 2 были связаны с микроконцептом «растение» и 18 — с микроконцептом «сухие листья»: остальные репрезентировали актуальные для русской картины мира феномены «напиток» и «чаепитие»).

Многие русские поэты и писатели (например, А.С. Пушкин, А.П. Чехов, Н.В. Гоголь, Н.С. Лесков, А.Н. Островский и др.), описывая русский уклад жизни, не раз обращались к теме чаепития. В этих описаниях чай (прежде всего, в значениях «напиток» и «чайное застолье») выступает как очень важная составляющая повседневной жизни русского человека независимо от его сословия и возраста. Исследователь русской чайной культуры В.В.Похлебкин отмечает, что «Русская драматургия довольно убедительно отвечает на такой извечно спорный и щекотливый для национального достоинства вопрос — что считать русским

национальным напитком — чай (причем китайский чай ...) или водку — свою, родную, собственного производства и изобретения? Ответ однозначен — чай. Почему? Да потому, что чай пьют во всех русских пьесах, начиная с XVIII века и до наших дней... Чай пьют не только непрерывно, не только в течение всей истории развития русской драматургии, но и пьют одно за другим все сословия России, превращая в конце концов чай во всенародный, «бесклассовый» напиток. Именно в этом качестве чай представляет собой уникальное и, разумеется, общенациональное явление».

Материалы русской классической и современной литературы свидетельствуют не только о культурной значимости именно этих аспектов чайной культуры, но и значительно расширяют их «культурное пространство», лакунарное для китайских студентов. Так, из 500 употреблений лексемы «чай» (в значении «напиток») 279 реализуют модели «чай с чем-нибудь» и «подать (принести) что-либо к чаю», что отражает сложившуюся традицию русского чаепития, согласно которой чай «просто так, ни с чем» обычно не пьют, к чаю всегда что-нибудь подается.

Метод сплошной выборки (по материалам Национального корпуса русского языка) позволил определить круг наиболее популярных «добавок» и закусок к чаю, упоминающихся в текстах художественной литературы. Приведем их в порядке частотности: сахар — «Юноши из кафе «Бом» читали там стихи за небольшое вознаграждение (...) Там можно было получить чай с сахаром и пирожными» (А.Н. Толстой. Похождения Невзорова, или Ибикус); хлеб (различные виды) — «Только выпил две чашки чаю с хлебом и маслом, ... Потом пошел в школу» (В.Драгунский. Денискины рассказы), «Богато живут. Чай с белой булкой; ... Богато живут» (А.П. Чехов. В овраге), «По вечерам напьются чаю с ситником и чайной колбасой» (А.Н. Толстой. Гиперболоид инженера Гарина); варенье — «Вечером подала к чаю варенье и сдобный хлеб» (А.П. Чехов. Исповедь); мед — «Вскипел чайник. Сели пить чай с медом» (В. Шукшин. Двое на телеге); лимон — «Он не спеша встал, не спеша умылся, поднял занавески, позвонил и спросил самовар и счет, долго пил чай с лимоном» (И.А. Бунин. Солнечный удар); водка — «Что касается до самой хозяйки, то она кушала чай с водкой весьма охотно» (О.М. Сомов. Сватовство); ром — «Окруженный дамами, сажусь пить чай с ромом» (А.Н. Толстой. Похождения Невзорова, или Ибикус); печенье — «Потом пили чай с вареньем, с медом, с конфетами и очень вкусными печеньями» (А.П. Чехов. Ионыч); бублики — «Кабы я был царем. Встал бы я утречком, умылся, чаю с бубликом напился» (Саша Черный, Солдатские сказки), пирожные — «Там можно было получать чай с сахаром и пирожными» (А.Н. Толстой, Похождения Невзорова, или Ибикус); сливки — «...он вспомнил о

Москве, где жила в старом особняке его единственная родственница, у которой он гимназистом бывал по воскресеньям и пил чай с булочками и жирными топлеными сливками» (Г.И. Чулков. Шурочка).

Русская литература не только «расширяет» бытовой аспект микрополя «чай-напиток», но и включает в его пространство ментальные аспекты, показывая влияние чая на душевное состояние человека. Ср. строки А. Блока: *На улице — дождик и слякоть, / Не знаешь, о чём горевать. / И скушно и хочется плакать, / И некуда силы девать. / Глухая тоска без причины, / И дум неотвязный угар. / Давай-ка наколем лучины, / Раздуюм себе самовар! / Авось, хоть за чайным похмельем / Ворчливые речи мои / Затеплят случайным весельем / Сонливые очи твои. / За верность старинному чину! / За то, чтобы жить не спеша! / Авось и распарит кручину / Хлебнувшая чаю душа!*

В стихотворении А.Блока и других произведениях русских писателей и поэтов звучит культуроспецифичный мотив, отражающий важную особенность чая — его способность согреть человеческую душу, именно согреть, не возвысить, укрепить и «выстроить» (как в китайской литературе), а именно согреть и смягчить.

В русской литературе очень широко представлен и микроконцепт «чай-чаепитие», передающий, в первую очередь, атмосферу русского чайного застолья. По мнению исследователей, классическим образцом русского чаепития является «пушкинское описание вечернего чая» (Ф.Д. Бесценная): *Смеркалось, на столе, блистая, / Шипел вечерний самовар, / Китайский чайник нагревая; / Над ним клубился легкий пар. / Разлитый Ольгиной рукою, / По чашкам темною струею / Уже душистый чай бежал, / И сливки мальчик подавал...* (Пушкин, Евгений Онегин). Атмосфера «пушкинского чаепития», передающая чувство уюта, покоя, постоянства, счастливой семейной близости стала «сквозным мотивом» русской литературы, ср.: *«Все будет точно таким, как неразвращенная мечта, а именно тем, что и представлялось в детстве под словом «стол», «чай», «варенье», словно его сварили Ларины за кулисами...- все не разойдется с таким представлением, а подтвердит его, и вы вспомните, как с самого начала должно было быть так, прежде чем вы забыли как, прежде чем стало не так»* (А. Битов. Вы приходите — вас не ждали). Б.Л. Пастернак в стихотворении «Рассвет» говорит о чае и уюте как о вещах не только связанных, но и взаимообусловленных: *Везде встают, огни, уют, / Пьют чай, торопятся к травам, / В течение нескольких минут / Вид города неузнаваем.*

Другим частым мотивом русской литературы, расширяющим пространство микроконцепта «чаепитие», является почти обязательная связанность чайного застолья с дружеской, искренней, душевной, неторопливой беседой. Ср.: *«Между тем комната наполнилась проезжающими... Делать было нечего. Василий Иванович,*

*как человек бывалый и распорядительный, не терял времени. Уж кипящий самовар бурлил в кругу стаканов и чайных орудий. По сделанному приглашению гости столпились около стола, началась беседа, лица оживились, одежды распахнулись, и чай — благовонный чай, отрада русского человека во всех случаях его жизни — начал переходить из рук в руки в чашках, блюдечках и стаканах. Знакомство мало-помалу устроилось* (В.Соллогуб, Тарантас). Исследователи традиций чаепития отмечают, что каким-либо образом регламентировать тематику застольных самоварных бесед совершенно бессмысленно — на какую бы тему вы не говорили, все будет душевно (Е.В. Барыбин).

Произведения русской литературы различных жанров, содержащие мотивы семейного уюта, покоя и постоянства, а также «согревающего действия» чая на душу русского человека, располагающего его к сближению и искреннему, душевному, продолжительному общению, чрезвычайно расширяют культурную значимость и выразительность лексической объективации микроконцептов «чай-напиток» и «чай-чаепитие» и создают дополнительные культуромаркированные зоны в концепте

### **Литература**

Цзоу Сюэцян. Учет национально-культурной специфики слова «чай» в обучении китайских студентов русскому языку // Русский язык и литература как отражение национально-культурного развития. Материалы междунар. науч.-метод. конф. — СПб.: СПГУ ДТ, 2004. — С. 271-273.

Цзоу Сюэцян. Национально-культурная специфика слова «чай» в русском и китайском языках // Язык, культура, менталитет: проблемы изучения в иностранной аудитории. Материалы междунар. практ. конф. — СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2004. — С. 198-199.

Цзоу Сюэцян. Лексема «чай» в диалоге русской и китайской культур // Русский язык как иностранный: теория, исследования, практика. Вып. 7. - СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2004. — С. 80-83.

Цзоу Сюэцян. Особенности концепта «чай» в русской и китайской культурах // Русский язык как иностранный: теория, исследования, практика. Вып. 8. — СПб., РГПУ им. А.И. Герцена, 2006. — С. 80-83.

Цзоу Сюэцян. Взаимодействие языка и культуры в аспекте русского языка как иностранного // Язык. Дискурс. Текст. Материалы III Междунар. науч. конф. — Ростов-на-Дону, 2007. — С. 76-79.

Цзоу Сюэцян. Национально-культурная специфика концепта «чай» и ее учет в обучении русскому языку как иностранному китайских студентов // Известия РГПУ. № 19 (45). — СПб., 2007. — С. 437-442.

**Антология концептов**

Том 7

Научное издание

Подписано к печати 18.06.09. Формат 60x84x16.

Печать офс. Бум. офс. Усл. печ. л. 19,7. Уч.-изд.л. 20,5. Тираж 200 экз. Заказ 146.

Издательство «Парадигма»

400006, Волгоград, ул. Академическая, 22.

Типография «Светокопия»

400001, Волгоград, ул. Академическая, 22