



К 85-ЛЕТИЮ ТАТЬЯНЫ ВЯЧЕСЛАВОВНЫ БУЛЫГИНОЙ

© 2014

И.В. Зыкова

**К вопросу о культурной обусловленности фразеологической концептуализации мира
(опыт лингвокультурологического исследования)***

1. Введение

Изучение процесса языковой концептуализации мира относится к числу наиболее актуальных и глобальных задач современной языковедческой науки, обладает особой значимостью для современного развития общей лингвистической теории и методологии. В ходе масштабной научной работы, направленной на познание этого сложнейшего процесса, формируются различные научные школы, в рамках которых закладываются и развиваются свои научные традиции изучения языковой концептуализации, основанные на осмыслении различных ее аспектов на обширном и разнородном языковом материале (см., например, [4], [9], [10], [11]). Накопленный научный опыт позволяет убедиться в том, как многогранен этот процесс и насколько колоссален его исследовательский потенциал, стимулирующий поиск новых методов изучения этого сложнейшего феномена и создание новых лингвистических теорий и концепций на базе расширения эмпирической базы исследования за счет анализа разных языковых средств.

В настоящей статье мы хотели бы, в свою очередь, обратиться к рассмотрению такого вида концептуализации, как фразеологическая концептуализация, которая представляется нам процессом, неотделимым от единого или целостного процесса языковой концеп-

туализации мира и являющимся важнейшей частью последнего. В рамках проводимого исследования нами предпринимается попытка выявления специфики фразеологической концептуализации мира с обоснованием воздействующей роли концептосферы культуры в этом процессе, а также установления и описания факторов культурной обусловленности фразеологической концептуализации.

**2. Фразеологическая концептуализация
с позиции лингвокультурологического подхода**

В своей работе мы следуем основным идеям лингвокультурологической концепции, развиваемой в работах В.Н. Телия и ее научной школы (см., в частности, работы [11], [3], [8]). В основе нашего исследования лежит одно из центральных положений данного подхода к исследованию фразеологии, согласно которому культура и язык – это две разные семиотические системы, между которыми существуют отношения интеракции. В результате этой культурно-языковой интеракции (или благодаря ей) создаются особые языковые знаки – фразеологизмы, отражающие специфику мировосприятия представителей определенной культуры, определенного национального сообщества. Однако то, как культура обуславливает протекание этого процесса или как культура влияет на этот процесс, – вопрос до конца не решенный, требующий создания адекватной теоретическо-методологической базы для его изучения.

Процесс фразеологической концептуализации мира исследуется в настоящей работе в рам-

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №14-28-00130) в Институте языкознания РАН.

ках разрабатываемой нами научной концепции фразеологического значения, ключевыми понятиями в которой выступают понятия «концептосфера культуры», «межсемиотическая транспозиция» и «личность» и в основе которой лежат идеи о стратификации и моделируемости содержания языковых знаков (фразеологических знаков в частности). Остановимся на этом несколько подробнее.

Важнейшим понятием лингвокультурологии, позволяющим осмыслить процесс фразеологической концептуализации мира, процесс образования особой подсистемы языка – фразеологии, является понятие **концептосферы культуры**. В результате проведенного исследования [5; 7] мы разработали трактовку концептосферы культуры, согласно которой она представляет собой совокупность разного рода культурных концептов, воплощенных в знаках различных ее семиотических областей (музыки, архитектуры, спорта, профессиональной и повседневной деятельности, религии и проч.). С опорой на такое понимание концептосферы культуры выдвигается предположение о том, что в основе фразеологической концептуализации мира и образования фразеологизмов лежит «перевод» концептуального содержания знаков этих семиотических областей культуры в знаковое пространство естественного языка посредством **межсемиотической транспозиции**.

Как известно, понятие «межсемиотическая транспозиция» было введено Р. Якобсоном для описания процесса перевода (концептуального) содержания вербальных знаков в невербальные знаковые системы [12]. Поэтому важно подчеркнуть, что мы используем данное понятие в отношении так называемого обратного перевода, рассматривая межсемиотическую транспозицию как процесс, в результате которого происходит формирование особых вербальных знаков – фразеологизмов под воздействием концептосферы культуры, точнее, под воздействием концептуального содержания, стоящего за невербальными средствами ее воплощения. При этом, как представляется, данный процесс осуществляется благодаря работе или деятельности личностного сознания. Это, в свою очередь, ука-

зывает не только на исключительную роль **личности** в процессах межсемиотической транспозиции, но и на опосредованный характер интеракции, происходящей между концептосферой культуры и языком, в результате которой формируются фразеологизмы.

Поскольку, опираясь на идеи о стратификации и моделируемости содержания языковых знаков, мы рассматриваем фразеологическое значение как **моделируемое двухуровневое образование**, в котором выделяются два уровня – поверхностный, или собственно семантический, и глубинный, или концептуальный (см. подробнее в [1]), то представляется возможным говорить о том, что в ходе межсемиотической транспозиции происходит формирование прежде всего концептуального уровня фразеологического значения. Концептуальный уровень – представляет собой, в сущности, культурообусловленное **концептуальное основание**, на базе которого создаются фразеологический образ и фразеологическая семантика (т.е. поверхностный уровень значения фразеологизма). Другими словами, семантика фразеологизмов определяется концептуальным основанием образа фразеологического знака, которое является результатом межсемиотической транспозиции – «перевода» содержания концептосферы культуры, стоящего за ее невербальными знаками, в языковую форму.

Таким образом, согласно разрабатываемой в настоящей работе концепции, фразеологическая концептуализация в общем предстает как комплексный культурно детерминированный процесс, направленный на создание фразеологического значения в результате межсемиотической транспозиции, т.е. в результате опосредованного личностным сознанием воздействия концептосферы культуры, объективируемой разнообразием ее семиотик, на глубинный – концептуальный – субстрат фразеологического знака, и формирования его концептуального основания. Особого внимания в этой связи заслуживает вопрос о том, что представляют собой концептуальные основания, на базе которых создаются фразеологические знаки естественного языка.

3. Концептуальные основания значения

фразеологизмов: Case study

Для исследования специфики фразеологической концептуализации мира, для изучения глубинных (=концептуальных) оснований значения фразеологических знаков нами были отобраны английские фразеологизмы, связанные с различными аспектами вербальной коммуникации, например: *to write home about* (букв. писать домой о) – ‘похвастаться’ [2]; *to find one’s tongue* (букв. найти свой язык) – ‘to speak/reply after being reticent or silent’ [21]; *to paint in black colours* (букв. рисовать красками темных цветов/оттенков) – ‘представлять что-либо в мрачном свете’ [2]; *a slap in the face* (букв. сильный удар по лицу; пощечина) – ‘criticism that is unkind and makes you feel sad or disappointed’ [17]. Применяя интегрированный подход к отбору языкового материала (см. подробнее в [7]), мы составили исследовательский корпус, в который вошло более 2,5 тыс. фразеологизмов английского языка. На базе данного корпуса нами был разработан метод лингвокультурологической реконструкции концептуальных оснований значения фразеологизмов, формирующихся под воздействием концептосферы культуры англоговорящего социума.

Лингвокультурологическая реконструкция представляет собой набор методов и методологических приемов, с помощью которых осуществляется поэтапное воссоздание глубинных (концептуальных) оснований значений отобранных английских фразеологизмов. Это главным образом такие методы и методологические приемы, как соотнесение компонентов фразеологизмов со знаками различных семиотических областей культуры, семиотический анализ, метод концептуального анализа (на базе данных обширного круга лексикографических источников, включая культурологические и энциклопедические словари), а также приемы логического вывода. В результате проведения лингвокультурологической реконструкции было установлено, что концептуальные основания значений фразеологических знаков представляют собой сложные культурообусловленные концептуальные структуры, которые с учетом степени

их сложности и специфики организации могут быть определены как **макрометафорические концептуальные модели** (см. тж. в [6]). Как показал анализ, весь исследовательский корпус фразеологизмов английского языка (т.е. 2,5 тыс. единиц) базируется на 11 макрометафорических концептуальных моделях. Графически все реконструированные макрометафорические концептуальные модели, являющиеся, в сущности, неким концептуальным «ресурсом» культуры англоязычного сообщества, на базе которого осуществляется фразеологическая концептуализация различных аспектов вербальной коммуникации в английском языке, можно представить в виде схемы, изображенной на рис. 1.

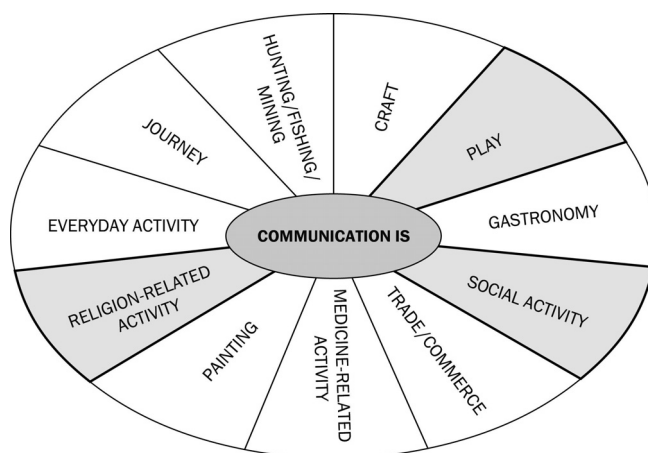


Рис. 1. Макрометафорические концептуальные модели, являющиеся культурно обусловленными основаниями фразеологических образов вербальной коммуникации в английском языке

Так, к примеру, макрометафорическая концептуальная модель **VERBAL COMMUNICATION IS PLAY** (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ИГРА), которая представлена во многих разновидностях, служит источником продуцирования образов и семантики таких английских фразеологизмов, как *to play to the gallery* (букв. играть на галерку/для публики на галерке) – ‘to say what you think people want to hear in order to gain popularity’ [17]; *to dance to someone’s tune* (букв. танцевать под чью-либо мелодию) – ‘to do what someone tells you to do’ [17]; *to play cards close to one’s chest* (букв. играть в карты, держа их около груди) – ‘to not tell anyone what you plan to do’ [15]. В свою очередь, макро-

метафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS SOCIAL ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО СОЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ) служит общим концептуальным основанием для формирования значений таких фразеологических знаков английского языка, как *a man-to-man talk* (букв. разговор от одного мужчины к другому мужчине; разговор между мужчинами) – ‘in a direct and frank way between two men; openly and honestly’ [19]; *they say* (букв. они говорят) – ‘it is rumoured’ [18]; *double Dutch* (букв. двойной голландский (=двойной язык голландцев)) – ‘speech or writing that is impossible to understand’ [17] и др. А макрметафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS RELIGION-RELATED ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С РЕЛИГИЕЙ) лежит в основе значений таких английских фразеологизмов, как, например, *a pious fraud* (букв. праведный, благой обман) – ‘a deception intended to benefit those deceived, especially to strengthen religious belief’ [20]; *to damn with faint praise* (букв. проклинать посредством слабой (неуверенной) похвалы) – ‘to criticize someone or something indirectly by not praising enthusiastically’ [18]; *God’s truth* (букв. правда Бога, божественная правда) – ‘something that is completely true’ [16].

Изучение всего исследовательского корпуса английских фразеологизмов позволяет в итоге прийти к двум важным выводам. Все макрметафорические концептуальные модели характеризуются разным фразеобразовательным потенциалом, иначе говоря, обладают разной **фразеологической креативностью** [7]. А поскольку макрметафорические концептуальные модели представляют собой культурно детерминированные концептуальные основания значений фразеологизмов, то, возможно, с нашей точки зрения, рассматривать **фразеологическую креативность** как таковую в качестве одного из значимых факторов культурной обусловленности процесса фразеологической концептуализации. Кроме того, как было установлено, фразеологическая креативность макрметафорических концептуальных моделей проявляется одновре-

менно в двух планах или аспектах: системном и дискурсном. Данные модели представляют собой не только источник системного продуцирования рассматриваемых английских фразеологизмов, составляя глубинное основание их значения, но и обуславливают дискурсное функционирование исследуемого корпуса фразеологизмов английского языка, позволяя им адаптироваться к созданию определенного прагматически ориентированного дискурса. В рамках настоящей статьи остановимся подробнее на втором, дискурсном, аспекте фразеологической креативности и рассмотрим выявленные в исследовании стратегии коммуникативной адаптации изучаемых английских фразеологизмов к процессу дискурсообразования.

4. Стратегии коммуникативной адаптации английских фразеологизмов к формированию дискурса

При изучении специфики дискурсного функционирования рассматриваемых английских фразеологизмов нами было проанализировано свыше 15 тыс. контекстов их употребления, главным источником которых являлся Британский национальный корпус текстов (два его электронных издания BNC XML и BNC Baby), а также интернет-сайты англоязычных СМИ (The BBC, The Guardian, The Times и др.). Особое внимание уделялось модификациям изучаемых фразеологических знаков английского языка. В результате проведенного анализа были установлены пять основных способов дискурсных модификаций, которые представляют собой, в сущности, **стратегии коммуникативной адаптации фразеологических образов** и, соответственно, **семантики** рассматриваемых английских фразеологизмов к формированию дискурса определенной прагматической направленности. Это такие стратегии, как «Встраивание», «Приращение», «Перекомпозиция», «Разбиение», «Комбинирование».

Стратегия коммуникативной адаптации «Встраивание» представляет собой внутрипозиционное расширение образа фразеологизма, при котором создаются его различные модификации в ходе построения дискурса. Согласно

полученным данным, в базовый фразеологический образ может встраиваться не только один дополнительный компонент, но и несколько дополнительных компонентов, а также целая фраза. Применение этой стратегии можно, в частности, обнаружить в дискурсных модификациях английского фразеологизма *to drop (someone) a hint (about/that)* (букв. бросать намек (на/что)) – ‘to suggest something indirectly to someone’ [14], образ которого порождается макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS HUNTING (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ПРОМЫСЕЛ (ОХОТА)), например:

(1) *he dropped enough hints* (букв. он бросил достаточно намеков) (BNC, K97: 16183);

(2) *she dropped from time to time the odd and flattering hint about* (букв. она бросала время от времени странный и льстивый намек на) (BNC, EFP: 1058).

Стратегия коммуникативной адаптации «Приращение» представляет собой препозиционное и/или постпозиционное расширение образа фразеологизма, при котором создаются его новые модифицированные формы в дискурсе. Так, данная стратегия применяется, в частности, для адаптации к построению дискурса базовой формы образа английского фразеологизма *to come to the point* (букв. доходить до места назначения или до назначенного места) – ‘to stop talking about unimportant details and say what is most important’ [17], который продуцируется макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ПУТЕШЕСТВИЕ), например:

(3) *finally coming to the point* (букв. наконец дойдя до места назначения) (BNC, C8S: 915);

(4) *I'll come to the point as briefly as possible* (букв. я дойду до места назначения настолько быстро, насколько это возможно (= самым коротким путем)) (BNC, BN1: 2247).

Стратегия коммуникативной адаптации «Перекомпозиция» представляет собой намеренное изменение порядка расположения компонентов в базовой форме образа фразеологизмов по отношению друг к другу. Исследование

показало, что изменение порядка расположения компонентов в базовой форме образа английских фразеологизмов обычно сопровождается одновременным добавлением к ней дополнительных компонентов посредством использования других стратегий. О применении стратегии «Перекомпозиция» в процессе дискурсообразования свидетельствуют модификации английского фразеологизма *to pay (someone) a compliment* (букв. платить кому-либо комплиментом) – ‘to express praise or commendation to someone’ [13], образ которого порождается макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ), например:

(5) *too great a compliment to pay* (букв. слишком огромный комплимент, которым можно заплатить) (BNC, FSP: 720);

(6) *the first compliment anyone had ever paid her* (букв. первый комплимент, которым кто-либо когда-либо ей заплатил) (BNC, NH9: 772).

Стратегия коммуникативной адаптации «Разбиение» является намеренным нарушением целостности базовой формы образа фразеологизма, которое, как было установлено, приводит в большинстве случаев к созданию на основе одного базового фразеологического образа двух взаимосвязанных (альтернативных) образов и, соответственно, двух новых фразеологизированных выражений. В качестве демонстрации использования этой стратегии в процессе дискурсообразования можно обратиться к дискурсной модификации английского фразеологизма *to rise to the bait* (букв. подняться на поверхность воды, чтобы поймать крючок с наживкой) – ‘to react to something that someone has said in exactly the way that they wanted you to react, usually by becoming angry’ [15], образ которого продуцируется макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS FISHING (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ПРОМЫСЕЛ (РЫБОЛОВСТВО)), а именно:

(7) *to rise to the bait > to bait someone* (букв. ловить кого-либо на крючок с наживкой) и

someone rises nicely (букв. кто-либо сразу поднимается на поверхность воды) (BNC, JY2: 2017).

Как следует из приведенного примера, в дискурсе посредством разбиения базовой формы образа данного английского фразеологизма создаются два альтернативных взаимообусловленных образа и на их основе – два новых взаимосвязанных фразеологизированных выражения.

Стратегия коммуникативной адаптации «Комбинирование» – это интегрирование нескольких фразеологических образов в процессе построения дискурса. При этом, согласно полученным данным, интегрированию подлежат фразеологические образы, которые порождаются как одной и той же макрометафорической концептуальной моделью, так и разными макрометафорическими концептуальными моделями, например:

(8) *to talk around* (букв. говорить по кругу, вокруг) + *to come to the point* (букв. доходить до места назначения):

Why was she conspiring with him to talk around the subject rather than come to the point? (BNC, G15: 2234) – Почему она вынуждала его говорить не по сути, а ходить вокруг да около?

(9) *until one is blue in the face* (букв. до тех пор, пока чье-либо лицо не станет синим) + *to hammer something home* (букв. забивать/вбивать кузнечным молотом что-либо до отказа/до конца):

<...> and we're gonna keep saying these things until we're blue in the face, as well as keep on hammering that message home Mr Mayor <...> (BNC, JT8: 64) – *<...>* и мы должны продолжать говорить эти вещи до полного изнеможения, так же как и продолжать упорно убеждать в этом мэра *<...>*.

В первом случае оба фразеологических образа продуцируются одной и той же моделью, а именно VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ПУТЕШЕСТВИЕ). Во втором случае фразеологические образы порождаются разными моделями – VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬ-

НОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С МЕДИЦИНОЙ) и VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО РЕМЕСЛО), соответственно.

Итак, изучение различных стратегий коммуникативной адаптации английских фразеологизмов к построению определенного прагматически ориентированного дискурса в целом показало, что все созданные посредством описанных стратегий дискурсные модификации изучаемых фразеологизмов напрямую обусловлены теми макрометафорическими концептуальными моделями, которые являются источниками порождения их базовых форм и которые представляют собой культурно обусловленные концептуальные основания их значений. Это служит, в сущности, одним из подтверждений культурно обусловленного характера фразеологической концептуализации, обладающей определенной динамикой.

5. Выводы

Как показало предпринятое на материале английского языка исследование, во фразеологической концептуализации мира ключевую роль играет концептосфера культуры. В ходе проведенного анализа находит подтверждение положение о том, что фразеологическая концептуализация базируется на процессе межсемиотической транспозиции, состоящем в «перевод» концептуального содержания разнообразных невербальных средств воплощения концептосферы культуры в знаковые «тела» фразеологизмов. В ходе межсемиотической транспозиции образуются сложные концептуальные структуры – макрометафорические концептуальные модели, на основе которых создаются образы и семантика фразеологизмов, т.е. глубинный и поверхностный уровни их значения. Макрометафорические концептуальные модели, согласно полученным данным, обладают разной степенью фразеологической креативности, которую можно считать одним из значимых факторов проявления культурной обусловленности фразеологической концептуализации мира, процесса фразеобразования. Анализ английских фразеологизмов, связанных с различными аспектами вербальной коммуникации (свыше 2,5 тыс. единиц), позволяет убедить-

ся в том, что созданные на базе концептосферы культуры макрометафорические концептуальные модели обуславливают как системное формирование фразеологических знаков, так и их дискурсивное функционирование. В последнем случае они обеспечивают создание новых модификаций образов английских фразеологизмов в дискурсе посредством определенных стратегий, что свидетельствует о свойственной процессу фразеологической концептуализации динамике.

Литература

1. *Беляевская Е.Г.* Концептуальный анализ: модифицированная версия методов структурной лингвистики? // Когнитивные исследования языка. 2009. Вып. 1.
2. Большой англо-русский фразеологический словарь. М., 1998.
3. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий. М., 2006.
4. *Булыгина Т.В., Шмелев А.Д.* Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М., 1997.
5. *Зыкова И.В.* Культура как информационная система: духовное, ментальное, материально-знаковое. М, 2011.
6. *Зыкова И.В.* Фразеологические образы ЯЗЫКА как танца в речевом общении (лингвокультурологический аспект) // Вопросы филологии. 2012. № 2 (41).
7. *Зыкова И.В.* Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков: Дисс.... докт. филол. наук. М., 2014.
8. *Ковшова М.Л.* Семантика и прагматика фразеологизмов (лингвокультурологический аспект): Дисс. ... докт. филол. наук. М., 2009.
9. *Кубрякова Е.С.* Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М., 2004.
10. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. М., 1997.
11. *Телия В.Н.* Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996.
12. *Якобсон Р.О.* О лингвистических аспектах перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М., 1978.
13. American Heritage Dictionary of Idioms. US, 2003
14. Cambridge Dictionary of American Idioms. UK, 2003.
15. Cambridge International Dictionary of Idioms. UK, 1999.
16. Longman Dictionary of Contemporary English. UK, 2003.
17. Macmillan English Dictionary. Online dictionary. <http://www.macmillandictionaries.com>.
18. McGraw-Hill Dictionary of American Idioms and Phrasal Verbs. US, 2002.
19. Oxford American Dictionary. М, 2005.
20. Oxford Dictionary of English. UK, 2005.
21. Oxford Dictionary of English Idioms. UK, 2002.

ON CULTURAL DEPENDENCY OF THE PHRASEOLOGICAL CONCEPTUALIZATION (SOME EMPIRICAL RESULTS OF THE LINGUOCULTUROLOGICAL RESEARCH)

I.V. ZYKOVA

Summary. The paper is devoted to some theoretical aspects of the phraseological conceptualization elaborated in the course of the linguoculturological research on phraseologisms selected from modern dictionaries and corpora of the English language. The investigation conducted is aimed at establishing the ways the conceptosphere of culture influences the formation and functioning of phraseologisms. Special attention is paid to the specifics of constructing conceptual foundations of phraseological meaning as well as to the issue about their phraseological creativity. The analysis of discursive modifications of the phraseologisms under consideration provides the data about particular dynamics of the phraseological conceptualization which is determined by the conceptosphere of culture.