

Н. В. Разумкова, г. Тюмень, г. Цюйфу

ФИКСИРОВАННЫЕ АЛЛЮЗИИ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Цель исследования — дополнить содержательными признаками концептуальную диаду «свой — чужой» в языковой картине. Предметом рассмотрения послужили устойчивые словосочетания (УС) с прилагательными, формально обозначающими цветовой признак, а также признак национальной принадлежности. Данные единицы являются одним из наиболее интересных средств формирования языковой картины мира (ЯКМ), посредством изучения которых можно определить особенности культурного, социального, исторического, психологического опыта народа. Семантика УС обладает определенной «культурной памятью» [6: 58-70].

Как известно, концептуальная оппозиция «свой — чужой» относится к базисным мифологемам ценностной картины мира, пронизывает всю культуру и является одним из главных концептов коллективного, массового, народного мироощущения, поэтому служит универсальным принципом концептуализации реальности. Исследования данной диады в русле лингвокультурологической проблематики позволяют сделать наиболее обобщенные выводы об ее универсальных или обусловленных национальной спецификой свойствах и статусе в различных культурах. Одним из объяснений может быть метафорический перенос от конкретного физического мира к миру более абстрактному (И. Свитсер). Существует когнитивно-семантическая категория динамики сил, которая обобщает традиционные языковые категории (Л. Талми). Квалификационные категории являются основными понятиями в человеческой концептуализации и составляют центральные измерения в концептуальной системе для хранения и обработки знаний о мире (Я. Ньютс). Языковая картина мира (ЯКМ) рассматривается как «заклоченная в языке интерпретация действительности» в виде многогранной когнитивной структуры, которая отображается в сознании человека при помощи слов, фразеологизмов, синтаксических конструкций, словообразовательных моделей, определяющих восприятие окружающей носителя языка действительности [1:88]. Картина мира, отображенная в сознании человека, представляет собой вторичное существование объективной действительности, реализованное в языковых единицах. Пословицы и поговорки, идиомы и фразеологизмы выражают многовековую мудрость народа, сберегают его традиции, репрезентируют менталитет нации. В УС коррелятами выступают лексемы, представляющие собой определенную социальную значимость на конкретном этапе развития общества, что делает их в равной мере культурно мотивированными. Интерпретация, как правило, осуществляется на основе общих и ситуативных фоновых знаний. При восприятии УС возникают существенные трудности в связи с недостаточным уровнем лингвистических и экстралингвистических знаний реципиента. Однако существует ряд УС, которые относятся к общему лингвокультурологическому фонду: *белый билет* (освобождение от воинской службы), *черный рынок* (незаконные экономические операции), *французское окно* (окно, которое доходит до пола) и др. Основу культуры любого общества (к слову — всегда полиморфной) составляют универсалии, а выделение национально-культурной коннотации всегда относительно. УС представляет собой тесно спаянную единицу, в которой второй компонент может употребляться в свободном синтаксическом сочетании. Нередко одно и то же слово вступает в сочетание с различными постоянными минимумами, каждый из которых реализует особое, фразеологически связанное значение данного слова.

В любом языке немало устойчивых словосочетаний с цветообозначением (ЦО). Символика цвета весьма значима в контексте личностной сферы человека. В цветоидеоматике выступают в качестве основных моделей ахроматические обозначения, из хроматического ряда повышенная частотность употребления характерна для красного и зеленого цветов.

Сопоставление разных языков дает интересные результаты в выявлении универсального и этнически специфического, несмотря на то, что физические закономерности всеобщие и возможности познания мира одинаковы, тем не менее, восприятие цвета у каждого народа имеет особенности. На примере русской цветоидеоматики явственно стремление к обобщению, в других языках — к конкретизации, детализации цветосемантики (подробнее см. [5]). Иноязычная единица, принятая народом, затем инкорпорированная в национальную ЯКМ, закрепляет в этой единице концептуализацию действительности [3:142] в соответствии представлениями народа о цвете в мире вещей и в мире идей.

Подобно цветовым идиомам фиксированную аллюзию содержит прилагательное-этноним, входящее в УС: *German silver* (фальшивое / немецкое серебро), *Scotch broth* (шотландский / перловый суп), *French chop* (французская / отбивная котлета), *French horn* (французская булочка, форма которой напоминает рожок).

В русской ЯКМ стрелевыми компонентами-этнонимами в УС являются татарин, немец, цыган, хохол, француз, еврей. Наличие данных единиц свидетельствует об их значимости в языке и культуре. Как показал анализ УС, источником для выявления характерных черт чужого этноса с точки зрения носителя языка служат коннотации, отражающие устойчивые признаки, которые зафиксированы в словарях [7].

Стереотипы сознания, закодированные в структуре языка, проявляются при его обыденном употреблении, при этом самими носителями языка могут и не осознаваться [4]. Ксенономинии вызывают в этническом сознании определенные представления, связанные с характером происхождения и среды обитания, социальными характеристиками, влиянием другой культуры. Например, в русскоязычной культуре американец воспринимается как изобретательный, изворотливый человек, цыган — обманщик, еврей — хитрец. В английском языке этноним *Tartar* (татарин) обозначает человека дикого, необузданного нрава, *Greek* (грек) — мошенника и шулера.

Причины образования определенных коннотаций носят экстралингвистический характер, который дает толчок формированию коннотаций этноединице, что закрепляется в узусе, становится самостоятельным ядром УС [2]. В интерпретации этнонимов выделяют положительную, нейтральную и отрицательную оценку, в основе которой лежат одобряющие, осуждающие или нейтральные коннотации. Например, в английском языке большая нагрузка приходится на образ француза, впрочем, часто имеющий нейтральную оценку. В русской ЯКМ лидером является образ еврея, умеющего вести дела, сообразительного, коммуникабельного: *убить жида* (разбогатеть), *еврейский ответ* (в форме вопроса); *за компанию еврей удавился*.

В русской ЯКМ ведущее положение по частотности функционирования в УС занимают следующие этнонимы (в порядке убывания): татары, немцы, цыгане, украинцы, французы, греки. Наличие или отсутствие определенного этноса в русском народном творчестве свидетельствует о его значимости в языковой картине мира.

Представления о чужом народе отражают, безусловно, вторичный мотив, существующий в сознании носителя языка. Причины мотивации зачастую остаются до конца неясными. Черты характера иного народа могут иметь мифологическую основу. Отличительными признаками «чужого» являются его внешность, одежда, бытовое и речевое поведение, даже запах (*русский дух*).

Любому народу свойственно рассматривать нормы и ценности родной культуры как основу для оценки о других культурах. *Русская рулетка* — экстремальная игра, русская по происхождению. Две версии: 1) русские офицеры придумали способ проверить себя на храбрость и показать удаль; 2) охранники заставляли арестантов стрелять по очереди в себя и делали ставки, кому достанется патрон. Игру, похожую на русскую рулетку, описал Лермонтов в «Герое нашего времени» («Фаталист»). Метафорическое значение данного УС — нечто смертельно опасное. *Русский стол (Russian Style)* — распространенный способ подачи еды в ресторанах Европы: приборы стоят на столе, а блюда приносят по очереди, начиная с закусок и заканчивая десертом. Это новшество во Францию принес Александр Куракин. В сервировке по-французски, когда блюда подают все сразу, гости накладывают себе по желанию, блюда успевают остыть. *Русский чай* — травяной напиток с Иван-чаем в Англии. Сейчас называют русским чаем — чай с лимоном. *Русский салат* — салат «Оливье», который подал французский повар впервые в ресторане «Эрмитаж» в 1860 году. *Русские горки* — в Париже в 1812 году в Belleville были устроены *Les Montagnes Russes*. В 1884 году американец Джон Тейлор построил наклонную железную дорогу. В России русские горки называют американские горки. *Нищий русский* — коктейль, в который добавляют вареную гущенку вместо сливок.

Национально-культурная специфика концептуальной диады «свой — чужой» наиболее ярко иллюстрируется в УС, образованных по модели «этноним + ЦО». Внутренние истоки подобного моделирования черпаются из социально-психологического опыта взаимодействия народов. Более подробно остановимся на УС, в котором фигурирует этноним «русский» в паре с другими словами, образуя устойчивые выражения. *Русский красный* — так за границей называют ярко-красный оттенок губной помады, который, полагают иностранцы, любят русские девушки. Красный цвет имеет множество ассоциаций с Россией: коммунизм, советский флаг, пионерский галстук, Кремль, Красная площадь, пома-

да. *Черный русский* — крепкий коктейль, содержащий 7 частей водки и 3 части кофейного ликера «Калуа» и мед. *Белый русский* — коктейль, который содержит те же ингредиенты, но разбавлен сливками. Варианты коктейля — *Бледный русский* (водка заменена самогоном), *Голубой русский* — алкогольный напиток, в который вместо ликера «Калуа» добавляется вишневый ликер.

Таким образом, фиксированные аллюзии находят цветовое, вкусовое, ольфакторное осмысление в ЯКМ, располагают широкой ассоциативной направленностью, зависимой от национальной принадлежности представителя лингвокультуры, транслируются в другой язык описательными средствами. Структура аллюзий в разных языках не всегда совпадает, поэтому очень важно изучение таких единиц, которые ведут к познанию не только иностранного языка, но и мировоззрения, менталитета народа другой страны.

Литература

1. Бартминский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. М., 2005. 528 с.
2. Березович Е. Л., Гулик Д. П. Ономаσιологический портрет человека этнического: принципы построения и интерпретации // Встречи культур в сопоставительном лингвокультурологическом аспекте. М.: Наука, 2002.
3. Иванова Е. В. О гнездах, коровах и крае земли (О реконструкции языковой картины мира) // Вестник СПбГУ. 2014. Сер. 9. Вып. 1. С. 136-143.
4. Кобозева И. М. Немец, англичанин, француз и русский: выявление стереотипов национальных характеров через анализ коннотаций этнонимов // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 1995. №3. С. 102-116.
5. Разумкова Н. В. Симвоико-семантическая парадигма цвета как этнолингвистический феномен // Universum: филология и искусствоведение. 2013. №1 (1). 21.11.13.290 // URL://www/7universum.com
6. Черданцева Т. З. Идиоматика и культура (постановка вопроса) // Вопросы языкознания. 1996. №1. С. 58-70.
7. URL: <https://yandex.slovary> (дата обращения: 7.08.2016).

Тэн Чжаобао, г. Цюйфу

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОМАТИЧЕСКИХ ЯЗЫКОВ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРАХ

浅析俄汉身势语的文化差异

1.引言

语言是人类交际的最重要的工具，但并不是唯一的工具。除了语言之外，人们在交流思想、传递感情时，还经常甚至有时只能使用非言语语言。身势语就是非言语语言的一种。身势语是先于语言和文字产生的。《现代人类学家和语言学家的研究成果表明，人类最早创造的符号是手势符号或身势符号，通常称之为手势语或身势语，它们属于非语言交际符号的范畴》（吴国华 2000：10）。

2.身势语与身势语词

2.1身势语的定义、特点、功能与分类

何谓身势语呢？身势语也被称为体态语。《体态语指的是传递交际信息的表情和动作》（毕继万 1999：13）。我们认为，身势语是交际过程中任何有意义的人的身体各部位的动作和姿态。身势语具有多义性、同义性、反义性、模糊性、民族性和修辞上的品性等特点，此外，身势语还具有地区性、行业性、个人性等不同层次的差异特点。在交际中身势语可以伴随言语语言，也可以独立使用，具有补充、否定、重复、调节、强调、替代、表露或掩饰内心状态、展示社会关系等功能。

根据俄语语言国情学创始人Е.В.Верещагин和В.Г.Костомаров在《Язык и культура》（《语言和文化》）一书中的界定，身势语（соматический язык）包括如下五大组成要素：