

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КВАНТИТАТИВНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ: ЭТНОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Людмила Белоусова (Ставрополь, Россия)

У статті проаналізовано деякі аспекти національної своєрідності фразеологічних одиниць із квантитативним значенням у російській та англійській мовах. Фразеологізми розглядаються як елементи мовної поведінки.

Some aspects of national identity of Russian and English phraseological units with quantitative meaning are analyzed in this article. Phraseologisms are considered as elements of language behavior.

В настоящее время среди направлений, активно разрабатываемых во фразеологии, большое внимание уделяется исследованиям фразеологических единиц (ФЕ), объединенных общим компонентом. Широко известны исследования, описывающие ФЕ с компонентами антропонимами [1: 45], соматизмами [2: 12], космонимами [3: 87], наименованиями цвета и так далее. Но при этом, нельзя сказать об интенсивном исследовании фразеологизмов с квантитативным значением.

В своих работах фразеологи выявляют символическое содержание ключевых компонентов, воссоздают языковую картину мира, выявляют межъязыковые параллели, комментируют лингвокультуроведческую ценность ФЕ.

Интенсивно развивающимся направлением является сопоставительная фразеология, в рамках которой анализируются как родственные так и неродственные языки. В рамках сопоставительного анализа описываются и интерпретируются в культурологическом ключе ФЕ разных языков. Именно этот аспект и определяет актуальность нашего исследования.

Задачей нашей статьи является анализ фразеологических единиц с квантитативным значением в английском языке и сравнение их с аналогами в русском языке. Именно образные средства языка, передавая знания человека о мире в творчески переосмысленной форме, определяют национальное лицо языковой картины мира. Система образов, закрепленных во фразеологическом составе языка, служит своего рода «нишей» для кумуляции мировидения, и так или иначе, связана с материальной, социальной или духовной культурой данной языковой общности, а потому может свидетельствовать о ее национально-культурном опыте и традициях [4: 96].

Итак, национальное своеобразие ФЕ складывается из трех составляющих:

во-первых, фразеологизмы отражают национальную культуру расчлененно, единицами своего состава. Некоторые из таких слов принадлежат к числу безэквивалентных;

во-вторых, английские фразеологизмы отражают национальную культуру нерасчлененно, комплексно, всеми своими элементами, взятыми вместе, то есть своими фразеологическими значениями;

в-третьих, фразеологизмы отражают национальную культуру своими прототипами, поскольку генетически свободные словосочетания описывали определенные обычаи, традиции, особенности быта и культуры, исторические события и многое другое.

Сравнив русские и английские ФЕ с квантитативным значением, можно выделить следующие тематические группы ФЕ с числительными 7, 9: 1) характеристика эмоционального, душевного состояния человека (*быть на седьмом небе от счастья, in the seventh heaven (seventh heaven), up the nines (to crack smb up to the nines), on cloud nine*); 2) характеристика интеллектуальных способностей, характер и нрав человека (*семь пядей во лбу, семь шкур спустить, семь пятниц на неделе*); 3) характеристика родственных связей – единственный фразеологизм – (*седьмая вода на киселе*); 4) работа (*до седьмого пота, работать за семерых nine-to-five (nine-to-fiver)*); 5) ФЕ библейского происхождения (*книга (тайна) за семью печатями; семь смертных грехов, the seven deadly sins*) 6) характеристика действия (степень полноты действия) (*за семь верст киселя хлебать, at sixes and sevens, nine tenths, nine time out of ten, the whole nine yards, seven-league boots.*)

Первая тематическая группа представлена как фразеологизмами английского, так и русского языков, причем, в связи с общей историей происхождения и семантикой, ФЕ *быть на седьмом небе от счастья* и *in the seventh heaven (seventh heaven)* можно назвать эквивалентами. Велика роль концепта «девять» в английских фразеологизмах в связи с тем,

что во всех германских языках, кроме английского, число *девять* в своих особых знаковых функциях было вытеснено числом 7. Вторая и третья группы представлены фразеологизмами только русского языка. Тема работы также шире отражена в русской фразеологии, хотя есть один английский фразеологизм в данной категории. На примерах шестой группы прослеживаются характерные особенности английских квантитативных фразеологизмов, а именно краткость, отсутствие описания создавшегося положения и экспликация вывода.

Несмотря на характерные особенности квантитативных фразеологизмов с компонентом-числительное 7, 9 английского и русского языков, общим для них является семантическая гиперболизация.

Вопрос о теме фразеологизмов напрямую связан со спецификой значений фразеологизмов, а значит, и с особенностями коммуникативного поведения. Для значений русских фразеологизмов характерны описание сложившейся ситуации и имплицитный вывод, подразумевающийся из описания, что свидетельствует об общительности, любви к общению русских. Стремление все описать, оценить – неотъемлемое свойство русского менталитета, отражающееся в языковом сознании и коммуникативном поведении.

В английских ФЕ отражается такое свойство английского коммуникативного поведения, как немногословие в ответах, эмоциональная сдержанность. Язык англичан и американцев более экономичен по средствам, оперирует со стандартными деталями и блоками, более функционален.

Хотя для обоих языков характерно стремление оценить ситуацию, приписать всему определенное качество, характер этой оценки у американцев существенно отличается. Так как главные американские ценности – это умение действовать самостоятельно и в собственных интересах, внимание к успеху в собственной карьере, то оценивают они ситуацию с проекцией на себя. Доказывает этот факт преобладание в английских фразеологизмах меры превосходства, качественности (*like a thousand of bricks, one in a million, feel like a million dollars, the 64 dollars question* и др.) И если в русском сознании значительная роль отводится интеллектуальным способностям человека, то в американском обществе интеллектуальность ценится меньше, так как здесь мериллом прогресса являются деньги.

Национальное своеобразие английских квантитативных фразеологизмов в ряде случаев подчеркивается и специфическими маркерами, в качестве которых в большинстве случаев выступают деньги – доллар [5: 320].

Как показывает анализ материала, в России деньги и время не имели такой большой ценности. В качестве национальных маркеров в большинстве русских квантитативных фразеологизмов используются меры измерения расстояния (верста, пядь) (*за семь верст киселя хлебать, семь верст до небес и все лесом*). Этим подчеркивается, прежде всего, «национальное», географическое своеобразие России – бесконечный простор. Отсюда открытость, мышление с размахом, коллективное поведение (*все как один, в один голос*), загадочность русского народа.

БИБЛИОГРАФИЯ:

- 1.Алейникова Т.В.Фразеологизмы с компонентами – антропонимами в современном русском языке. // Динамика фразеологического состава языка. – Курган, 1999.
2. Ратушная Е.Р. Семантические свойства фразеологизмов, обозначающих человека по внешним признакам //Сергеевские чтения, выпуск 3. – Курган, 1999. – С.86-89.
3. Сафина Г.М. Фразеологизмы с компонентами – космонимами в русском, татарском, английском и турецком языках.
- 4.Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996. – 288 с.
- 5.Уфимцева Н.В. Доминанты образа мира современных русских //XII Межд. Симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации «Языковое сознание и образ мира». М., 1997. – 459 с.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Людмила Белоусова – кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и лингводидактики Ставропольского государственного университета, Россия.

Научные интересы: лингвистика текста, этнолингвистика.