

3. Мордкович, Э.М. Семантико-тематические группы соматических фразеологизмов / Э.М. Мордкович // Актуальные проблемы фразеологии. – Новосибирск, 1971. – С. 244-245.

ОБРАЗ ЛИЧНОСТИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА ЧЕРЕЗ ПРОЕКЦИЮ ЗООНИМИЧЕСКОГО КУЛЬТУРНОГО КОДА

PERSONALITY PROFILE IN THE NATIONAL LINGUISTIC WORLD-IMAGE THROUGH ZOONYMIC CULTURAL CODE

О. И. Уланович

O. I. Ulanovich

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь

Belarusian State University
Minsk, Belarus

e-mail: UlanovA@bsu.by

В статье представлены результаты исследования этнокультурных особенностей образа личности, структурированного посредством зоонимического культурного кода в национальном массовом сознании. Автор моделирует образ личности через проекции зоосимволов, выявляет национальную специфику и когнитивные механизмы зоосимволизма в русском и английском языках, анализирует уникальные случаи зоонимического ассоциирования личностных черт в языковой фразеологии.

Ключевые слова: национальная картина мира; коды культуры; зоонимический код; зоосимволизм; образ личности; фразеология.

The article presents the results of the study of ethnocultural features of the personality profile, structured through zoonymic cultural code in the national consciousness. The author develops a cognitive profile of a person through zoonymic cultural code, reveals national specificity and cognitive mechanisms of zoonymic symbolism in Russian and in English, analyzes unique cases of zoonymic association of personal traits in the phraseological units of the languages.

Keywords: national linguistic image of the world; culture codes; zoonymic code; zoonymic symbolism; cognitive profile of a person; phraseology.

Популяризация когнитивизма в научных исследованиях и акцентуация человеческого измерения в изучении языка и речи предопределили современный статус антропоцентрической парадигмы в лингвистике в качестве доминирующего ракурса видения и интерпретации вербальной коммуникации в комплексе стилей, форм и речевых жанров, семантики и прагматики, структурного воплощения и словесности. Антропоцентрическая парадигма исходит из признания факта огульного детермини-

рования всех аспектов и сторон вербального взаимодействия фактором языковой личности: человеком – носителем языка и культуры, коммуникантом, представителем этноса, индивидуумом в единстве воплощения в нем национального и индивидуального, общего и частного, объективного и субъективного. В качестве логичного следствия отмеченного предстает современное видение языка и речи как инструментов органичного доступа к сознанию и психическим процессам. При этом явления языка выводят в разряд «видимого» и «ощущаемого» содержание массового сознания некоторого лингвокультурного сообщества, тогда как речь (индивидуально своеобразная по сути и форме) позволяет «лицезреть» специфику содержания и когний отдельной языковой личности. Такое понимание расширяет диапазон лингвистических исследований и выявляет безграничный информативный потенциал языковых знаков при изучении образов сознания, концептов национальной ментальности и этнокультурного своеобразия языкового кодирования мира, равно как и своеобразия индивидуального мировидения. Особой информативностью такого рода, бесспорно, обладают единицы вторичной номинации, образные обороты речи и эмоционально-оценочные выражения.

Междисциплинарные исследования в области фразеологии традиционно представляют особый научный интерес. Репрезентативный потенциал фразеологии детерминирован как фактом исторически длительного удержания и стабильности фразеологических единиц (ФЕ) в языке и речи, что обеспечивает передачу ими культурных установок, стереотипов, архетипов и эталонов, так и фактом имплицитности выражения отношений, оценок, переживаний посредством механизмов ассоциирования и метафоризации.

Изучение фразеологического фонда языка через призму принципа антропоцентризма способствовало вычленению группы антропоцентрических фразеологизмов, которые «входят в семантическое поле ‘человек’», моделируют образ «человека и его деятельности в идиоматической картине мира национального языка», позволяют вскрыть механизм того, «каким образом в языковых единицах отражается сам человек как национальная личность во всем многообразии своих проявлений» [1, с. 5].

Подтверждением особой значимости и важности лингвокогнитивного моделирования образа личности в национальной языковой картине мира может служить следующее утверждение С.А. Песиной и А.С. Дружининой: «Одним из главных течений лингвоантропологии является антропоцентрическая семантика, выдвигающая на первый план задачу моделирования образа человека по данным языка. В связи с этим

в языке, понимаемом в целом как общественный продукт, получают отражение идеи о том, что все основные жизненно-функциональные характеристики его носителя (интеллектуальные, чувственные и телесные) имеют социальную природу, поскольку отдельный человек существует только в связях и отношениях с другими внутри того или иного сообщества» [2, с. 200].

Можно утверждать, что в изучении ФЕ с антропоцентрической семантикой принцип антропоцентризма воплощается дважды. Во-первых, анализ антропоцентрической фразеологии с позиции семантики и прагматики выводит на уровень непосредственно наблюдаемых явлений весь комплекс аксиологических акцентов (нравственных, этических, поведенческих и т. д.), зачастую имплицитных, формирующих образ личности в национальной культуре. Во-вторых, анализ структуры ФЕ с антропоцентрической семантикой дает возможность глубже понять, какие эталоны и прототипы в той или иной лингвокультуре являются «мерой всего сущего»: каким именно вторичным субъектам или объектам атрибутируются человеческие физические, моральные и идеальные характеристики.

В качестве объектов метафорического сравнения в антропоцентрических ФЕ выступают самые различные символы. Э. Сепир отметил две неотъемлемые характеристики символа: символ всегда является заместителем некоторого тесно посредничающего типа поведения, действительная значимость символа непропорционально больше тривиального значения лексемы [3, с. 205]. *Объект метафорического сравнения* в ФЕ конституирует символ в вышеотмеченной трактовке категории.

В фонде экспрессивно-оценочной лексики любого языка присутствует группа единиц, структурированных посредством метафорического переноса на основе зоосимволов. Животным атрибутируют своеобразные качественные характеристики, которые «дополняют их природные свойства функционально значимыми для культуры смыслами, придающими этим названиям роль знаков “языка” культуры» [4, с. 155] или, в иной терминологии, роль знаков зоонимического культурного кода. Социокультурно детерминированный символизм животных аксиоматичен: змея – символ коварства, осел – глупости, лиса – хитрости, сова – мудрости, кошка символизирует колдовство, образ волчицы ассоциируется с дьявольскими силами, а заяц – с трусостью.

Зоосимволизм, заключающийся в появлении у зоонимов антропоцентрических приращенных смыслов, свидетельствует о значимости животных в интерпретационной картине мира лингвокультурного сообщества, которая определяется механизмом атрибутирования характеристик животных человеку и наоборот. Характеризуя человека в том

или ином его проявлении (поведение, эмоции, особенности психики и поступков) за счет символического сравнения с качествами животных, мы формируем символический потенциал животных в языковой картине мира. Животные выступают в роли отсылочных образов метафорического сравнения (вторичных денотатов) и становятся критериями оценки человеческих идеальных сущностей по преимущественно *этическим, нравственным, эстетическим и поведенческим* нормам, принятым в сообществе. Символизм зоонимического кода в диахронической перспективе трансформируется в национально специфическую константу и становится принадлежностью фонда общих представлений о мире представителей лингвокультуры, мифологии или культурной традиции.

Наш статистический анализ обнаружил высокую фразеологическую активность зоонимических компонентов в русском (РЯ) и английском (АЯ) языках в роли отсылочных образов в структуре единиц вторичной номинации (ФЕ), отображающих именно качества и характеристики человека, т.е. обладающих антропоцентрической семантикой (331 и 243 единицы соответственно). Претендующий на максимальную полноту экспериментальный корпус нашего исследования позволяет обобщать полученные результаты на самом высоком уровне, определять тенденции и заявлять об объективности выявленных зависимостей.

Результаты изучения состава и структуры англо- и русскоязычной антропоцентрической фразеологии с компонентами-зоонимами позволили нам разработать классификацию этих единиц по критерию описания сферы жизни человека: **индивидуально-психологическая** или **социальная**.

В группе ФЕ, эксплицирующих в языке **индивидуально-психологическую сферу человека**, нами были выделены отчетливо обнаруживаемые следующие классификационные подгруппы:

1) ФЕ, описывающие **физические характеристики человека** (возраст, внешний вид, физическое состояние): (*англ.*) *be knee-high to a grasshopper* 'от горшка два вершка', *pigeon-toed* 'косолапый, увалень, как медведь'; (*русс.*) *как лунь седой (белый), глухой как тетерев, медведь на ухо наступил*;

2) фразеоминанты **собственно психологических характеристик человека** (характер, нравственность, эмоциональное состояние): (*англ.*) *as proud as a peacock* 'важный как павлин', *like a cat on hot bricks* 'взволнованный, как на иголках'; (*русс.*) *собачья душа* (скверный, подлый), *змея подкодная* (злой, коварный), *надулся как мышь на крупу* (обиженный, оскорбленный).

В группе ФЕ, описывающих **социальную сферу личности**, нами были выделены следующие подгруппы:

1) фразеологизмы, характеризующие **межличностные взаимоотношения и общение**: (англ.) *to fight like cat and dog* ‘жить как кошка с собакой’, *to turn dog* ‘предать (подвести)’; (русс.) *извиваться ужом* (угодничать, заискивать), *гнуть в бараний рог* (принуждать, подавлять);

2) единицы, описывающие **социальный опыт / статус / роль человека**: (англ.) *a fat cat* ‘толстосум, денежный мешок’, *a dead duck* ‘неудачник, банкрот’; (русс.) *стреляный бобер*, *важная птица*, *канцелярская крыса*;

3) ФЕ для описания **социальной активности / поступков / деятельности личности**: (англ.) *to work like a dog* ‘упорно работать’, *to play the goat* ‘валять дурака / Ваньку валять’; (русс.) *тянуть kota за хвост*, *жить как птица небесная*.

Сравнение зоосимволов в антропоцентрических ФЕ русского и английского языков позволяет утверждать о наличии как сходств, так и различий метафорической символичности. Лошадь в обеих лингвокультурах – символ трудолюбия и выносливости, волк – воплощение зла, лиса – хитрости, заяц – трусости, овца – смирения и подчинения. Однако слон в русскоязычной фразеологии – символ неуклюжести, неповоротливости (*как слон в посудной лавке*), спокойствия и невозмутимости (*слоновья кожа*); в английском же мотивационным признаком зоосимвола является долгая и прочная память субъекта сравнения: *have a memory like an elephant*.

Зоосимволу «кошка» в русском языке атрибутируются человеческие состояния *нервозности, суетливости, истеричности* (*кошки на душе скребут, метаться как угорелая кошка, устраивать кошачий концерт*). Типично «кошачьими» состояниями человека видятся в англоязычной лингвокультуре *трусость* (*a scaredy-cat, a fraidy-cat*), *вороватость* (*a cat in pan, cat burglar*), *самодовольство* (*grin like a Cheshire cat, to purr like a cat*).

Замечено, что наиболее репрезентативной группой свойств человека, эксплицируемых в англоязычной зоонимической фразеологии, является группа *психологических характеристик* личности (83 ед., 34,15%). Доминирующей по атрибуции человеческих качеств животным в ФЕ русского языка является группа качеств человека, отражающих *социальный опыт / статус / роль личности* (92 ед., 27,79%) (рис. 1). Обобщая выявленную тенденцию, можно сделать предположение об исторически сложившейся в русской культуре традиции определения человеческой ценности в его социальных параметрах: позиции на вертикальной оси и социального опыта. В англоязычной лингвокультуре человек исторически характеризуется через оценку так называемого психологического здоровья личности.

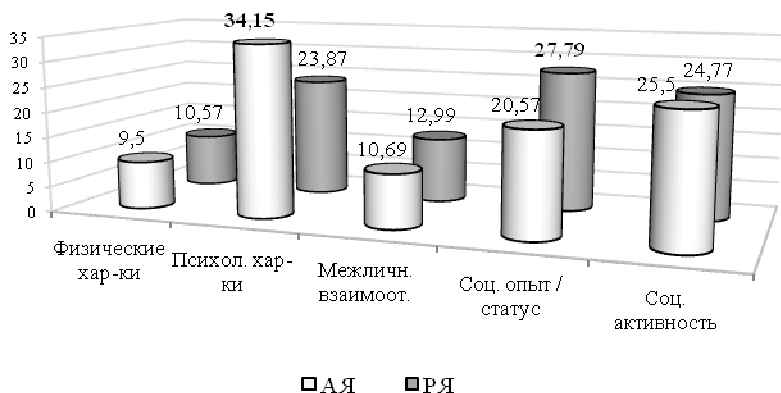


Рис. 1. Репрезентативность зоосимволов в АЯ и РЯ фразеологии с антропоцентрической семантикой

Зоонимический культурный код равно нерепрезентативен для оценки физических характеристик и межличностных взаимоотношений в русском и английском языках; при этом равно репрезентативен для характеристики человека с позиции его социальной активности / деятельности (отношения к труду и качественных результатов труда, активности как стиля и образа жизни человека), что, можно полагать, определяется высокой активностью представителей животного мира: активность – залог и условие существования отдельных особей и вида в целом.

Обнаруженные особенности символизма зоонимического культурного кода в формировании образа личности в национальной языковой картине мира в русском и английском языках обнаруживают, в целом, больше сходств, чем отличий. Это, вероятно, детерминировано общеприродными атрибутивными характеристиками животных и их образа жизни, а также единообразием географической среды обитания народов, что акцентирует единые или сходные натурфакты в познании мира, в деятельности и образе жизни представителей этносов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Гайдарова, З.Т. Антропоцентризм в идиоматической картине мира лезгинского, русского, английского и немецкого языков: автореф. ... дисс. канд. филол. наук: 10.02.20. – Махачкала, 2010. – 28 с.
2. Песина, С.А., Дружинин, А.С. Антропоцентрические факторы лексической многозначности (на примере полисеманта агm) // Вестник Брянского госуниверситета. – 2016. – № 4. – С. 199–203.

3. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. / Э. Сепир. – М.: Издательская группа «Прогресс – Универс», 1993. – 656 с.
4. Теля, В.Н. Большой фразеологический словарь русского языка: значение, употребление, культурологический комментарий / В.Н. Теля. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. – 784 с.

КЛАССИФИКАЦИЯ ЖАНРОВ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

CLASSIFICATION OF INTERNET COMMUNICATION GENRES

В. Л. Ходонович

V. L. Khodonovich

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь

Belarussian State University
Minsk, Belarus

e-mail: veronikastepup@gmail.com

В статье дается определение понятию «Интернет-коммуникация», а также рассматриваются подходы различных исследователей к классификации жанров Интернет-коммуникации.

Ключевые слова: Интернет-коммуникация; жанры; коммуникативное пространство.

The article deals with the notion «Internet Communication». The approaches of different researches to classification of Internet Communication genres are considered.

Keywords: Internet Communication; genre; communicative space.

Развитие информационных технологий изменило многие сферы жизни людей, в том числе и процесс общения. Интернет-коммуникация формирует новую область информационного взаимодействия, приводит к возникновению новых видов отношений в виртуальной среде и опирается на свои нормы, запреты, эмоциональную атмосферу.

Компьютерная (виртуальная) среда коммуникации представляет собой «особое коммуникационное пространство, образуемое устойчивой совокупностью определенных экстралингвистических условий и факторов коммуникации, производных от технических мультилинейных средств (каналов) связи» [6, с. 50].

Под коммуникативным пространством понимается «мысленно представляемая среда», необходимая для воспроизведения и восприятия высказывания в процессе коммуникации [3, с. 69], которая влияет на процесс коммуникации. При этом при изменении коммуникативного пространства происходят трансформации и в самом процессе.