

УДК 81'373.72

КОНЦЕПТ «ДОМ» В АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА

Чернобай С. Е.

*Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: vol6662007@rambler.ru*

В статье рассматривается репрезентация этноконцепта «дом» в английской языковой картине мира на фразеологическом материале. Анализируется структура этого концепта и определяются перспективы дальнейших исследований в рамках лингвокультурологии.

Ключевые слова: фразеологическая единица, концепт, языковая картина мира, менталитет.

Постановка проблемы. Конец XX – начало XXI века в лингвистике характеризуется сменой парадигм и утверждением антропоцентрической парадигмы. В связи с этим основным объектом исследования ученых становится языковая картина мира и ее составляющие – концепты. С начала 90-х годов и до настоящего времени активно исследуются отдельные концепты, о чем свидетельствуют ряд сборников серии «Логический анализ языка» под редакцией Н. Д. Арутюновой [цит. по 1, с. 356], коллективная монография «Антология концептов» под редакцией В. И. Карасика и И. А. Стернина [2] и др.

Актуальность исследования обусловлена новым подходом к изучению фразеологии. Как отмечает В. Н. Телия, знаково-текстовая природа фразеологизмов придает им статус особых языковых знаков и обуславливает необходимость их исследования в рамках антропологической парадигмы, в соответствии с которой в центр внимания лингвистических исследований перемещается человеческий фактор в языке vs. языковой фактор в человеке. Фразеологический корпус языка представляет собой особенно богатый материал для исследования этого взаимодействия, поскольку в нем концептуализированы не только знания о собственно человеческой, наивной картине мира, все типы отношений субъекта к ее фрагментам, но как бы и запрограммировано участие этих языковых сущностей вместе с их употреблением в межпоколенной трансляции эталонов и стереотипов национальной культуры [3, с. 9]. Фразеологический состав языка – это зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание. Именно культурно-национальная коннотация фразеологизмов играет значительную роль в воспроизведении обыденного менталитета. Описание свойств фразеологизмов как «языка культуры» подтверждает высказанную в гипотезе Сепира-Уорфа мысль о том, что язык «навязывает» его носителям культурно-национальное миропонимание [3, с. 10].

Цель исследования охарактеризовать концепт «дом» в английской лингвокультуре. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи: определить понятия концепта, языковой картины мира и фразеологической картины

мира как ее составляющей, рассмотреть структуру английского этноконцепта «дом», которой еще не был предметом специального изучения. Материалом исследования послужили фразеологические единицы с лексемами «home» и «house», отобранные методом сплошной выборки из лексикографических источников [4 – 8]. [] и др.

В современной лингвистике пока не сложилось единого мнения по поводу определения термина «концепт». Под концептом понимают «глобальную единицу мыслительной деятельности», «квант структурированного знания», «единицу семантического пространства языка» [2, с.7], «представление о фрагменте мира», «национальный образ, осложненный признаками индивидуального представления» [2, с. 14]. На наш взгляд, уместно был введен Л. В. Савченко термин этноконцепта, под которым понимается этнически ориентированный концепт как единица этнокультуры, в которой соединяются семантика слова с опытом определенного этноса. Исследователь выделяет макроэтноконцепты и микроэтноконцепты в системе культурных концептов. Макроэтноконцепты – это сложные ментальные образования, ядро этноконцептов, в котором концентрируется разноплановая обобщенная информация, фиксирующая лингвистическую, культурологическую, историко-этимологическую, психологическую характеристики. Микроэтноконцепты – этнокомпоненты ФЕ, которые обладают конкретной лингвокультурологической характеристикой, анализируют определенный пространственный или временной период в жизни человека, событие, факт, объединены определенным полем и группами, которые в свою очередь делятся на микрополя и микрогруппы. Совокупность знаний о макроэтноконцептах аккумулируется в этностереотипах (образах), которые представлены в этноконцептах и в свернутом виде фиксируются во фразеологических единицах [9, с. 120].

С помощью концептов можно реконструировать и описать языковую картину мира. Под языковой картиной мира понимается «сложившаяся давно и сохранившаяся донныне национальная картина мира, дополненная ассимилированными знаниями, отражающая мировоззрение и мировосприятие народа, зафиксированная в языковых формах, ограниченная рамками консервативной национальной культуры этого народа» [2, с. 15]. Как отмечает Ю. Д. Апресян, языковую картину мира иногда называют наивной, однако, наивная не значит примитивная. За «наивностью» языковой картины мира стоит опыт десятков поколений, «наивность» связана с отражением бытового, обыденного восприятия порядка вещей в противоположность их научному пониманию и объяснению [10, с. 39]. Фразеологическая картина мира является фрагментом языковой картины мира. Необходимо отметить, что отражение когнитивных, культурных и социальных характеристик народа-носителя языка и географические условия его проживания в языковой картине мира определяется менталитетом народа [11, с. 44]. И. Т. Дубов выводит обобщенное определение, согласно которому, менталитет – это «интегральная характеристика людей, живущих в конкретной культуре, которая позволяет описать своеобразие видения этими людьми окружающего мира и объяснить специфику их реагирования на него» [цит. по 11, с. 45].

В стихотворении «Солдат» Руперт Брук мастерски прередал воплощение английскости в доброте (goodness), доме (home) и сельской местности (the countryside) [12, с. 146]. Дом является центром вселенной для англичанина. К нему стремится душа его после работы, о нем мечтает он во время странствий, им дорожит больше, чем дру-

гими ценностями. «*Home, sweet home*» – приговаривают англичане, а на полотеничках в виньеточках пишут: «*There is no place like home*» [13, с. 88]. Следующие пословицы также подтверждают их исключительное отношение к дому как домашнему очагу: *East or West, home is best; Home is home though it be never so homely; Dry bread at home is better than roast meat abroad* – нет места лучшего, чем дом. Отличительной особенностью английского дома является его уютность. Именно поэтому, стремясь к комфорту, необходимо создать уют как для себя, так и для близких людей: *to feel at home* – *to feel relaxed, comfortable and happy; make yourself at home* – *you relax and feel comfortable as if you were in your own home or in a very familiar situation; at home* – *you feel relaxed; home and dry* – *to feel safe; a home from home* – *a place where you feel as comfortable as you do in your own home; make somebody free of one's house* – *радушно принимать кого-либо, предоставить дом в их распоряжение; a home bird* – *someone who chooses to spend most of his time at home because he is happiest there; hearth and home* – *home, especially a family house; safe as houses* – *secure, not dangerous; at home ground* – *they feel confident and secure because they are in the area where they work or live, or are doing something that is very familiar to them; give somebody etc. the run of the house* – *give smb enough freedom, permission, to use one's house as it was his own.*

Известна еще одна пословица: «*An Englishman's home is his castle*». И действительно, в отличие от других стран, где общение может происходить и дома, англичане очень серьезно относятся к своему домашнему очагу и предпочитают встретиться в ресторане или кафе [12, с. 117]. Фразеологические единицы, имеющие в своем составе компоненты «home» и «house», могут также вербализировать микроэтноконцепт «успех»: *hit a home run* – *they do something what is very successful; home in one* – *successful in a first attempt to reach, strike, find, classify; from the cabin to the White House* – *from humble and obscure beginnings to a position of power, wealth and influence; bring down the house* – *the audience claps and cheers loudly for a long time because they liked the performance so much; keep a good house* – *хорошо принимать гостей; be home free* – 1) *to be able to succeed or get what you want easily because you have an advantage, 2) to have done the most difficult part of something, so that the rest will be easy; pack the house* – *to attract a full audience, fill a theatre, concert hall.*

Непосредственной составляющей макроэтноконцепта «дом» является микроэтноконцепт «семья»: *bring home the bacon* – 1) *to earn enough money for the family to live on, 2) in sport to win or do well; keep house* – *вести домашнее хозяйство; a broken home* – *a home or a family background in which parents are divorced or separated; charity begins at home* – *one's first care must be for one's family, one cannot care for others and neglect one's family; hearth and home* – *a family house; keep the home fires burning* – *maintain in good order one's family home, or a domestic or civil front, while awaiting the return of those serving in the army; a stately home* – *a house formally, or still lived, in by the British nobility and gentry, esp. those houses built on a lavish scale in extensive grounds which in recent years have been opened to the public; a woman's place is in the home* – *a woman's role in life is to manage a home and bring up children; the man/lady of the house* – *the householder of a family home; master/mistress in one's own house* – *in fact as well as in name, the head of one's household, whose decisions etc must be accepted.* Как отмечает Дж. Паксман, в европейских языках даже не существует анало-

га слова “privacy” (русс. *приватность*). Именно желанием оберегать свою семью, сохранять приватность можно объяснить стремление англичан иметь собственный отдельный дом с садиком на заднем дворе. Никакая нация, кроме англичан, так тесно не отождествляет себя с домом (“house”) [12, с. 118-119]. Английский загородный дом (the English country house) находится в стороне от большой дороги, не «кричит» о себе [12, с. 118], символизирует собою государственность [12, с. 155].

“Home” – это то, что есть у англичан вместо Родины. “Home”- это то место, где живет твоя семья, но это так же может быть воображаемое место, где человек чувствует себя комфортно: *One’s spiritual home – the place where one is, or thinks one could be, happiest; the country and its inhabitants to which one feels a stranger attachment than to one’s own country, Go where he will, a wise man is always at home – Мудрый человек всегда дома, куда бы он ни пошел; Home is where the heart is – Твой дом там, где твое сердце* [12, с. 140].

Таким образом, исследование показывает, что концепт «дом» в английской фразеологической картине мира является макроэтноконцептом, включающим в себя лингвокультурные концепты «home» и «house», которые в свою очередь подразделяются на микроэтноконцепты «family», «Fatherland», «house» и «building», «house», «audience» соответственно.

Д. О. Добровольский отмечает, что известная национально-культурная самобытность образных единиц языка (в том числе и фразеологизмов) не вызывает сомнений. Фразеология каждого языка вносит решающий вклад в формирование образной картины мира. Способ видения мира через языковые образы, запечатленные во фразеологической системе, являясь глубоко национальным, покоится тем не менее на общих для всех людей (т.е. универсальных) логико-психологических и собственно лингвистических основаниях [14, с.7]. В связи с этим перспективным представляется сравнительно-сопоставительное изучение культурных этноконцептов на основе фразеологического корпуса неблизкородственных языков.

Выводы и перспектива. Развитие когнитивной лингвистики и лингвокультурологии в конце XX – начале XXI века открывает новые возможности изучения фразеологического фонда в рамках данных наук. Очень плодотворным оказалось изучение языковых картин мира, концептов, национально-культурных стереотипов на фразеологическом материале, о чем свидетельствует достаточное количество научных работ. Изучение фразеологических, картин мира как неотъемлемой части языковых картин мира также внесет значительный вклад в развитие лингвострановедения, лингвокультурологии, когнитивной лингвистики и в решение проблем, связанных с межкультурной коммуникацией.

Список литературы

1. Ипанова О. А. Жизнь/ О. А. Ипанова // Антология концептов / Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. – М. : Гнозис, 2007. – С. 356 – 370.
2. Антология концептов / Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. – М. : Гнозис, 2007. – 512 с.
3. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты/ В. Н. Телия.– М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
4. Cowie A. P. Oxford Dictionary of English Idioms / A. P. Cowie, R. Mackin, I. R. McCaig. – [8th impression], 2002. – 686 p.

5. Collins COBUILD Dictionary of Idioms. – Glasgow : The University of Birmingham, Harper-CollinsPublishers, 2001. – 494 p.
6. Longman Idioms Dictionary. – [3d impression]. – Huntington ; Cambridgeshire : Pen and Ink, 2000. – 398 p.
7. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин ; лит. ред. М. Д. Литвинова. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Рус. яз., 1984. – 944 с.
8. Дубенко О. Ю. Англо-американські прислів'я та приказки / О. Ю. Дубенко. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 416 с.
9. Савченко Л. Відображення етноконцептів опозиції *народження/смерть* у дзеркалі української фразеології та пареміології / Л. Савченко, О. Данилова // Культура народів Причорномор'я. – 2010. – № 182. – С. 120–122.
10. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка : попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37–67.
11. Иванова Е. В. Мир в английских и русских пословицах : учебное пособие / Е. В. Иванова. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та ; Филол. ф-т СПбГУ, 2006. – 280 с.
12. Paxon Jeremy. The English. A Portrait of a People / J. Paxon. – London: Penguin Group Ltd., 2007. -309 p.
13. Павловская А. В. Англия и англичане / А. В. Павловская . – [2-е изд.]. – М.: Издательство Московского университета; Памятники исторической мысли, 2005. – 270 с. : ил. (Регионоведение. Страны и народы: Вып. 1).
14. Добровольский Д. О. Сопоставительная фразеология (на материале германских языков) : Курс лекций / Д. О. Добровольский, В. Т. Малыгин, Л. Б. Коканина. – Владимир, 1990. – 80 с

Чернобай С. Е. Концепт «будинок» в англійській фразеологічній картині світу / С. А. Чернобай // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2010. – Т. 23 (62), № 3. – С. 136-140.

Ця стаття розглядає репрезентацію етноконцепту «дім» в англійській мовній картині світу на фразеологічному матеріалі. Аналізується структура цього концепту та визначаються перспективи подальших досліджень в рамках лінгвокультурології.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, концепт, мовна картина світу, менталітет.

Chornobay S. Ye. The Concept “Home” in the English Phraseological Image of the World / S. Ye. Chornobay // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2010. – Vol. 23 (62), No 3. – P. 136-140.

The article scrutinizes the representation of the ethnoconcept “home” in the English linguistic image of the world on the basis of the phraseology. The structure of the concept is analysed .The article also throws light on the prospects of further researches in the frames of linguocultural studies.

Key words: phraseological unit, concept, linguistic image of the world, mentality.

Поступила в редакцію 01.09.2010 г.