

**ЗЕНИЦА ОКА И ЛОМАНЫЙ ГРОШ:
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ «ЦЕННОСТНЫХ» ЭТАЛОНОВ И СТЕРЕОТИПОВ
В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА**

(на материале русской и английской фразеологии)

А.Е. Оксенчук

Каждый тип культуры, славянский в том числе, вырабатывает свой символический язык и свой “образ мира”, в котором получают значения элементы этого языка. Ассоциации эмпирического обыденного сознания выражают сложнейший мир исторического преломления человеческого восприятия через опыт реальной, материальной и духовной жизни народа. Оценочные представления связываются с эталонами, стереотипами обыденного сознания, влияющими на восприятие мира данным этносом, и отображаются в его языковой картине мира [1]. Большая часть идиом создана путем метафоризации и поэтому сохраняет связь с концептуальной картиной мира. Идиомы как бы “подключают” к концептуальной модели мира, т.е. к понятийному, по Р. И. Павилёнису, отображению, “наивную” картину мира, свойственную обиходному сознанию [2]. Выбор эталонов или символов в наивной картине мира, как правило, мотивирован. Мотивация эта зависит от характеристики всей концептуальной системы и может быть выявлена в некоторых случаях на уровне языковой картины мира. Речь идет о собственно человеческом предметном отображении объективной действительности, закрепляемом, в первую очередь, с помощью языковых **эталон**ов.

Познание мира не свободно от ошибок и заблуждений. Концептуальная картина мира постоянно меняется, “перерисовывается”, тогда как языковая еще долгое время хранит следы этих ошибок и заблуждений. [3] Так, для обозначения и передачи представления **о чём-то малом, равном нулю** говорящий использует фразеологизм *ни на йоту*, не осознавая, что это средство языка связано с исторической действительностью – отсутствием отдельного графического знака для звука [j].

Наивная картина мира складывается как ответ на практические потребности человека, как необходимая когнитивная основа его адаптации к миру: внешнее сходство целостного зрительного образа нередко лежит в основе бытовой классификации, отождествляющей объекты в силу такого сходства, в отличие от научной классификации. Так, в английских идиомах (заимствованных русским языком) - *ногтя не стоит, яйца выеденного не стоит* - мотивационными образами выбраны соматическая реалья – **ноготь** и бытовая реалья – **яичная скорлупа**. Эти образы можно рассматривать как эталонные в данной культуре для выражения категории «никчёмный».

Важную роль в формировании стереотипов и эталонов играет **частота** встречаемости определенных объектов, явлений в жизни людей, нередко выражающаяся в более продолжительных человеческих контактах именно с данными объектами по сравнению с другими, что и приводит к стереотипизации подобных объектов. Вероятно, поэтому *ноготь, яйцо, соломинка, боб, рыба, мясо* – эти реалии, а в языковой картине мира эти слова, могут выступать как эталоны национального мировидения для выражения концепта «не имеющее ценности».

Концепт “не имеющее ценност” эталонизируется во фразеологическом фонде русского языка следующими реалиями: **грош** (*гроша медного не стоит, ни на грош, гроша ломаного не стоит*), **ноготь** (*ногтя не стоит*), **выеденное яйцо** (*яйца выеденного не стоит*), **понюшка табаку** (*ни за понюшку табаку*), **йота** (*ни на йоту*). Все эти реалии оцениваются в сознании носителей русского языка как никчёмные, не имеющие какой-либо значимости. Можно заметить, что набор таких реалий в русской языковой картине мира немногочислен, сами же лексемы **грош, яйцо, табак, йота** (название буквы русской азбуки) приобретают в составе данных идиом квазисимвольное (в терминологии В. Н. Телия) значение - «эталон никчёмности». Квазисимвольные значения отображают типовые представления носителей языка, выполняя функцию стереотипов культурно-национального мировидения, а в идиомах, такие значения слов-компонентов являются одним из источников культурно-национальной интерпретации фразеологизмов [4: 247].

В английских фразеологизмах эталонами «никчёмности» выступают такие реалии, как: **боб, проклятье, старая песня, булавка, соломинка, мелкие монеты - фартинг, цент, пенни** (*not worth a bean, not worth a button, not worth a curse, not worth a damn, not worth a farthing, not worth a cent, not worth a halfpenny, not worth a old song, not worth a pin, not worth a groat, not worth a strow*). Вполне объясним выбор в качестве эталона «никчёмности» монет низкого достоинства, остальные же эталоны являются скорее произвольными. В каждой языковой картине мира могут быть случайные эталонные лакуны, логически не объяснимые. Стереотипные эталоны, почерпнутые из эмпирической вселенной, благодаря общности человеческого миропорядка в значительной степени универсальны (за исключением местных реалий), именно из этой среды рождаются классические эталоны типа: **не стоит гроша** (*not worth a farthing, not worth a cent*), **ни на ломану полушку** (*not worth a halfpenny*). Такая же природа у эталона **выеденное яйцо**, связанного с образом яйца как мирового символа единства жизни и смерти.

Эмпирическое обыденное сознание сближает реалии, названные словами *ноготь, йота* на основе их внешнего сходства целостного зрительного образа: и ноготь, и буква йота – находятся с краю системы и не существуют самостоятельно: ноготь завершает конечности человеческого тела, является неотделимой частью фаланги пальца; йота – часть буквы “юс”, обозначающая короткий согласный звук, не имеет самостоятельного графического выражения, а сами буквы “юс” завершали азбуку.

Во фразеологии русского языка существует довольно многочисленная группа идиом, в которых появляется образ самого ценного – *глаза*: *глаз-алмаз, свой глаз всего дорожке, беречь как глаз, возьми глаза в руки, вооруженный глазом (совр. вооруженным глазом), верный глаз, положить глаз на кого-либо*.

На юге Италии и по сей день сохранился обычай украшать нос рыболовецких судов глазом. Считается, что это предохраняет судно от несчастий и помогает богатому улову. Издавна известны обереги от сглаза – амулеты. Амулеты изготавливались из дорогостоящих материалов в виде "ока богов". Их часто находили в захоронениях этрусков, египтян, греков, древних славян.

Глаза считались местом пребывания души, окном, через которое душа попадает в тело и покидает его. Этим путем в человека могли проникнуть добрые и злые духи. Древние думали, что злой человек преисполнен вредоносными духами-демонами, и вместе со взглядом они переходят на все, на что он ни посмотрит [5]. Среди фразеологизмов с компонентом *глаза* встречаем такие, которые передают эту веру: *впиваться в глаза, пожираться глазами, кошкой в глаза мечется, приковать взглядом, убить взглядом*. Так объяснялась сила взгляда, чарующая, возбуждающая любовь, ненависть, страх, злобу и, по верованиям славян, оплодотворяющая [6: 215]. Наши предки благоговели перед этой силой и боялись ее. Часто поэтому было положено вести себя, как бы обманывая "дурные", демонические глаза. Образы таких ситуаций отражаются в ФЕ: *для отвода глаз, на глазах, за глаза, в глаза сказать*.

Идиомы *играть глазами, сверкать глазами* сохраняют “следы” образа, в котором глаза – это твердые, излучающие свет камни, подобные бриллиантам (известно, что ценность бриллиантов заключается в их свойстве создавать эффект внешнего гипноза). Во фразеологизме *взять глаза в руки* мотивирующий образ связан с ситуацией, когда человек, потерявший зрение, старается получить информацию об окружающем мире на ощупь, т.е. когда функция рук отягощается функцией глаз - глаза и руки становятся единой системой для получения сведений, с единым центром локации. Или с более древней ситуацией, когда для защиты себя от вредоносных сил демонов архаический человек брал в руки амулет в виде глаза. У народов Севера глаза круглые, озерные и не выпуклые, а вогнутые, чтобы вбирать лучи света и в себе их фокусировать. Отсюда у славянских народов широко развита идея внутреннего света – ума души, хранителем которого является оно – око.

Литература

1. Лакофф Дж. Лингвистические гештальты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.Х. - М.: Прогресс, 1981. - С. 350-368.
2. Павилёнис Р.И. Проблема смысла. – М.: Наука, 1983. - 286 с.
3. Караулов Ю.В. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987.– 263с.
4. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты.- М.: Наука, 1996. – 288 с.
5. Фрэзер Д.Д. Золотая ветвь: Исследование магии и религии. – М.: Политиздат, 1986. – 703 с.
6. Пропп В.Я. Фольклор и действительность. – М.: Наука, 1976. – 325 с.

«УЗКИЕ МЕСТА» ПОЛЬСКО-РУССКОГО И ПОЛЬСКО-БЕЛОРУССКОГО КАНАЛОВ ТРАНСЛЯЦИИ ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫХ ПОЭТОНИМОВ

А.Е. Парамонова

Художественный текст, моделирующий определенную культуру, в рамках которой был создан, в случае существования на границе нескольких культур следует рассматривать как инвариант, порождающий инокультурные варианты. Движение инварианта из одного лингвокультурного контекста в направлении другого сопровождается процессами максимально полного отображения заданного автором объема информации, утраты информативной целостности, а также приращения значения. Поэтому информативная динамика инварианта схематично может быть изображена в виде разнонаправленных векторов, имеющих отправной точкой информационную константу и устремленных в сторону: а) свертывания информации и б) ее развития (см. рисунок 1).

Информационная насыщенность характерна для языковых элементов различного уровня и речевых отрезков разной протяженности и структуры. Однако наибольшей информативной емко-