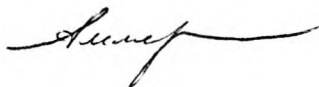


(ознакомительный фрагмент)

На правах рукописи

Аммер Анна Владимировна



ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ФРАГМЕНТА КОНЦЕПТОСФЕРЫ
«МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ» В АФОРИЗМАХ И ПОСЛОВИЦАХ
(на материале английского и русского языков)

Специальность 10.02.19 – теория языка

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Воронеж – 2005

Работа выполнена в Воронежском государственном университете

- Научный руководитель: - доктор филологических наук,
профессор Беркнер Сергей Самуилович
- Официальные оппоненты: - доктор филологических наук,
профессор Бабушкин Анатолий Павлович
- кандидат филологических наук,
доцент Артемова Ольга Григорьевна

Данная работа посвящена анализу универсальных и этнокультурных особенностей вербализации аксиологических концептов, образующих фрагмент концептосферы «морально-этические ценности», в афоризмах и пословицах на английском и русском языках¹.

Объект исследования – английские и русские афоризмы и пословицы, раскрывающие нравственный мир человека². Предмет исследования – содержание аксиологических концептов – имен морально-этических ценностей – и способы их языковой репрезентации в афоризмах и пословицах.

Актуальность работы определяется следующими моментами.

1. Важность изучения системы морально-этических ценностей обусловлена глобальным кризисом идентичности, который переживает российское общество в период девальвации устоявшихся ценностей.

2. Несмотря на то, что в последнее время наметились перспективы исследования афоризмов и пословиц в когнитивном аспекте (Е.В. Иванова, Т.А. Красавский, Е.В. Маркелова и др.), с позиций лингвокультурологии (С.Г. Воркачев, О.А. Дмитриева, О.Г. Дубровская и др.) и лингвоаксиологии (А.Н. Баранов и др.), методику подобных исследований нельзя считать достаточно разработанной. Исследуются отдельные концепты (чаще на материале пословиц). Мало внимания уделяется изучению взаимосвязей между концептами, образующими фрагменты национальной концептосферы, а также контрастивным исследованиям репрезентации концептов в различных языках. Неисследованным остается вопрос о специфике объективации концептов в афоризмах по сравнению с пословицами.

Выполненное исследование базируется на следующих положениях, доказанных в научной литературе.

1. При ценностном подходе к проблеме взаимодействия языка и культуры признается наличие в сознании человека системы ценностей, которая регулирует его поведение, формирует поведенческие стереотипы и в опосредованном виде может быть зафиксирована в содержании некоторых языковых единиц (в этнокультурном компоненте значения слова) и лингвокультурных текстах (С.Г. Воркачев, В.Г. Гак, Д.О. Добровольский, В.И. Карасик, В.Н. Телия и др.).

2. Афоризмы и пословицы обладают способностью аккумулировать экстралингвистическую информацию и оказывать влияние на формирование мировоззрения адресата, выполняя кумулятивную и директивную функции. В основе многих афоризмов и пословиц лежит базовая морально-этическая ценность (С.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, О.А. Дмитриева, О.Г. Дубровская, Ю.С. Мартемьянов и др.).

3. Концепт – единица сознания, обобщающая познавательный и эмоциональный опыт отдельного человека или группы людей в виде культурно обусловленных представлений о физических или духовных объектах окружающей действительности с выделением их наиболее значимых характеристик. Совокупность концептов образует национальную концептосферу, которая частично

¹ Общие черты исследуемых английских и русских единиц мы будем условно называть универсальными, поскольку в научной литературе установлено наличие данных общих характеристик в целом ряде других языков.

² В исследовании представлены только британо-английские афоризмы.

объективируется языковыми средствами (А.П. Бабушкин, Д.С. Лихачев, З.Д. Попова, И.А. Стернин и др.).

Рабочая гипотеза нашего исследования состоит в том, что семантический анализ афоризмов и пословиц о нравственности позволит раскрыть содержание наиболее значимых аксиологических концептов, вербализируемых средствами английского и русского языков, выявить ассоциативные связи между ними, а также изучить некоторые универсальные и этнокультурные особенности объективации исследуемого фрагмента концептосферы в соответствующих лингвокультурах. В структуре концепта нами выделяются отдельные концептуальные признаки – когнитемы – пропозициональные единицы знания, функционально значимые для описания когнитивной модели одной афористической или пословичной единицы, группы единиц или всего фрагмента концептосферы как совокупности исследуемых концептов³.

Цель работы – описать фрагмент концептосферы «морально-этические ценности» на материале английских и русских афоризмов и пословиц.

Общая цель определяет постановку конкретных задач и порядок их решения в диссертационном исследовании:

- обобщение наиболее существенных жанровых, языковых и функциональных характеристик афоризма и пословицы в отличие от других «малых форм»;
- изучение специфики выражения морально-этической оценки средствами английского и русского языков на материале афоризмов и пословиц о нравственности;
- выявление особенностей репрезентации морально-этических концептов в афоризмах как индивидуально-авторских текстах и пословицах как фольклорных текстах;
- описание содержания (набора концептуальных признаков) наиболее значимых для соответствующих культур морально-этических концептов;
- описание семантического поля «морально-этические ценности» как интерпретационного поля соответствующего фрагмента концептосферы;
- исследование языково-стилистических особенностей вербализации афористических и пословичных концептов на сопоставляемых языках.

Материал исследования был получен методом симптоматической выборки из 18 английских и 16 русских словарей и сборников афоризмов и пословиц. В работе использовались также примеры из Интернета. Выборка составила 253 английских и 311 русских афоризмов, 146 английских и 234 русских пословиц о нравственном мире человека, т.е. 399 английских и 545 русских текстов «малой формы». Таким образом, общий корпус наших примеров составляет 944 афоризмов и пословиц на обоих языках.

В диссертации использованы следующие методы исследования: интерпретативный анализ, семантический анализ, моделирование когнитивом, анализ словарных толкований, стилистический анализ.

³ Термин *когнитема* предложен Е.В. Ивановой для исследования пословиц. Мы применяем данный термин и метод моделирования когнитивом, разработанный Е.В. Ивановой, и для анализа афоризмов как единиц структурно близких пословице. См.: Иванова Е.В. Пословичные картины мира (на материале английских и русских пословиц) – СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2002. – 160 с.

Научная новизна диссертации состоит в комплексном подходе к изучению универсальных и национально-специфических особенностей репрезентации морально-этических концептов в афоризмах и пословицах с применением собственно лингвистического анализа (семантического и стилистического), а также элементов лингвокогнитивного, лингвокультурологического и лингвоаксиологического анализа.

Теоретическая значимость работы определяется 1) разработкой методики контрастного исследования отдельного фрагмента двух национальных концептосфер на материале афоризмов и пословиц; 2) исследованием специфики выражения морально-этической оценки в афоризмах и пословицах; 3) изучением особенностей вербализации афористического концепта по сравнению с концептом пословичным в сопоставляемых лингвокультурах.

Практическое значение работы заключается в возможности использования результатов исследования в учебном процессе языковых вузов: в курсах по когнитивной лингвистике, лингвокультурологии, лингвоаксиологии и лингво-страноведению.

На защиту выносятся следующие положения:

1) Афоризмы и пословицы – один из источников информации о содержании морально-этических концептов и ассоциативных связей между ними.

2) Семантический анализ афоризмов и пословиц позволяет описать признаки интерпретационного поля соответствующего фрагмента концептосферы.

3) Способы объективации морально-этических концептов в английских и русских афоризмах и пословицах обнаруживают ряд сходств и различий, связанных с жанровыми, языковыми и функциональными особенностями данных единиц и обусловленных спецификой их оценочной структуры и содержания представленных в них ценностей.

4) Пословичный морально-ценностный концепт формируется как результат коллективной оценивающей деятельности. В семантике имени концепта закреплены наиболее значимые признаки концепта.

5) Афористический морально-ценностный концепт образуется в процессе оценивающей деятельности субъекта, носящей индивидуальный характер, но при этом отражающей национальную специфику восприятия проблем нравственности.

6) Универсальное в афоризмах и пословицах о нравственности на разных языках свидетельствует об общезначимом характере репрезентируемых ими ценностей. Специфика проявляется в некоторых приоритетах отношения к окружающей действительности, в выборе образа, лежащего в основе афоризма или пословицы, и языковых средств его репрезентации.

Апробация работы. Промежуточные итоги работы были представлены на обсуждение в докладах на всероссийских научных конференциях в Воронеже и Самаре. Основные результаты проведенного исследования изложены в восьми публикациях: в шести статьях и тезисах двух докладов.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка использованной литературы и электронных ресурсов.

Основное содержание работы.

Во **введении** дается общая характеристика работы, обосновывается выбор темы, ее актуальность, определяются цель, задачи и методы исследования, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, формулируются теоретические положения, выносимые на защиту.

В **первой главе** содержится обзор работ, связанных с проблематикой исследования, представлен основной терминологический аппарат и предлагается методика описания изучаемого фрагмента концептосферы.

В **первом разделе** главы рассматриваются жанровые границы афоризма и поговорки, положение афоризма и поговорки по отношению к системе языка, функциональные характеристики и основные типы данных единиц.

Под **афоризмом** мы понимаем высказывание в форме предложения, обобщающее меткое наблюдение автора о типичном явлении окружающей действительности. Такое высказывание, однажды созданное одним человеком, может затем неоднократно воспроизводиться в речи других людей вследствие признания ими истинности данного наблюдения и мудрости высказанного обобщения. Афоризму свойственны принадлежность определенному автору, лаконизм, информативная плотность, имплицитность, глубокое по смыслу содержание, общезначимость, неразрывность формы и содержания, смысловая и формальная завершенность, независимость от контекста. Факультативные характеристики афоризма – художественность, философичность, неожиданность, оригинальность суждения, субъективность, постулативность, категоричность. Афоризм – разновидность универсального высказывания⁴. В отличие от афористического высказывания афоризм укладывается в рамки одного предложения, в отличие от крылатого слова – является цельнопредикативным образованием. Афоризмы философского содержания, осмысливающие морально-этические проблемы, попадают в разряд максим⁵.

Пословица – краткое народное изречение назидательного характера, которое формулирует (часто иносказательно) законченную мысль и транслирует коллективный опыт предшествующих поколений. В отличие от поговорки пословица представляет собой самостоятельное предложение, смысл которого понятен вне связи с породившей его ситуацией. Пословица, как и афоризм, относится к универсальным высказываниям. Пословицы о нравственном мире человека представляют собой максимы элементарного уровня. От афоризма пословицу отличает большая степень употребимости, иносказательности, «бытовизм образов»⁶. Однако некоторые афоризмы в потенциале могут стать пословицами, поскольку имеют следующие черты необходимые для их постоянного воспроизводства: краткость, четкий ритмический рисунок, бытовой характер содержания.

⁴ Универсальное высказывание – основанное на индивидуальном или общественном опыте высказывание широкой семантики и вневременного характера содержания. См.: Радзиевская Т. В. Прагматический аспект афористического текста // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1988 – №1 – Т. 7 – С. 89-98.

⁵ Максима – изречение морально-этического содержания. См.: Васечко Ю. В. Максима как феномен познания и культуры. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2000. – 232 с.

⁶ Манякина Т. И. Языково-стилистическая характеристика жанра афоризмов (на материале немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук – Днепропетровск, 1980. – 198 с.

Пословицы и тем более афоризмы не следует относить к фразеологическим единицам. Фразеологизм – знак понятия. Афоризм и пословица – знаки ситуации. Основными характеристиками ФЕ являются воспроизводимость и устойчивость. Когда мы ссылаемся на «воспроизводимость» и «устойчивость» афоризма и пословицы как функциональные особенности данных единиц, следует сделать оговорку: употребление афоризмов и пословиц в речи допускает нарушение их целостности, видоизменение формы и содержания при пародировании и аллюзивном использовании. Афоризмы и пословицы занимают промежуточное положение между языковой системой и корпусом текстов, создаваемых на данном языке. Пословицы в большей мере тяготеют к знакам языка вследствие своей «анонимности».

Мы определяем афоризм как индивидуально-авторский, а пословицу как фольклорный текст. Афористические и пословичные тексты характеризуются следующими свойствами: клишированность (свойство восприниматься как семантическое целое и употребляться «в готовом виде»), афористичность (способность имплицитно включать больший объем информации, чем выражено эксплицитно), синтаксическая целостность (свойство содержать помимо фактической, оценочно-этической информации)⁷. Некоторые пословицы и афоризмы представляют собой прецедентные тексты⁸.

Кумулятивная функция афористических и пословичных текстов проявляется в том, что афоризмы отражают общественно значимые представления и оценки их авторов и социально-политические условия их создания, а пословицы – устоявшиеся ценностные стереотипы, особенности быта и уклада жизни народа.

Директивная функция афористических и пословичных единиц заключается в том, что они употребляются с целью воздействия на реципиента, во-первых, авторитетностью репрезентированных в них обобщений и оценок (известный афорист, народная мудрость), во-вторых, отточенностью и красотой формы, в которой воплощается мысль.

Афоризмы и пословицы строятся на основе аксиом поведения – узуально-поведенческий текстов морального или утилитарного характера, в котором выражаются нравственный идеал и стереотипы поведения, постулируются базовые ценности общества⁹. По нашим наблюдениям, самыми репрезентативными аксиомами, объективирующимися в пословицах, являются аксиома благоразумия: *Живи смиреннее, будет прибыльнее* и аксиома безопасности: *It is best to be on the safe side* [Лучше быть в безопасности]. Количество аксиом, выделяемых в афоризмах, более значительно, аксиомы более разнообразны по своему со-

⁷ См.: Черкасский М.А. Опыт построения функциональной модели одной частной семиотической системы (пословицы и афоризмы) // Паремнологический сборник – М., 1978 – С. 33–52.

⁸ Вслед за Г.Г. Слышкиным, мы понимаем под прецедентным текстом последовательность знаковых единиц, которая характеризуется цельностью и связностью, обладает ценностной значимостью для определенной культурной группы и, как следствие, формирует концепт. См.: Слышкин Г.Г. От текста к символу : лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М. : Academia, 2000. – 128 с.

⁹ Подробнее об аксиомах поведения см.: Дмитриева О.А. Культурно-языковые характеристики пословиц и афоризмов (на материале французского и русского языков) : дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 1997. – 185 с.

ванию экспрессивно-стилистического потенциала частей речи, тропов и фигур речи, которые обуславливают эстетическое воздействие афоризмов и пословиц.

Афоризм и пословица обладают своими специфическими особенностями в области фонетики, морфологии, лексики, синтаксиса. Появление сходных элементов в сходных позициях сообщает целостность тексту. Видимо, поэтому одной из самых частотных фигур речи в английских и русских пословицах является параллелизм. Другой распространенной фигурой речи можно считать антитезу (противопоставление), что, на наш взгляд, подтверждает тезис о том, что организация интересующего нас фрагмента концептосферы осуществляется по принципу антиномий.

Стилистические средства создания афоризмов более разнообразны по сравнению с пословицами. Например, объем афористического текста допускает применение в стихотворной форме не только смежной рифмы, как в пословице, но также перекрестных и опоясывающих рифм.

Некоторые стилистические явления применяются по-разному, с различной целью и различной частотностью. Так, метафора, являясь основным средством вербализации пословичных концептов, в афоризмах – лишь одно из возможных средств создания выразительности.

Особенностью объективации афористических и пословичных концептов на русском языке можно считать более частое, по сравнению с английскими единицами, использование словообразовательных средств (в частности, суффиксов). Выразительность английских афоризмов и пословиц иногда достигается с помощью графических средств, изменения порядка слов (инверсии), что, впрочем, характерно и для русских единиц, а также за счет употребления артиклей (грамматической категории, русскому языку не свойственной).

Экспрессивность афористических и пословичных единиц зачастую связана с нарушением языковых норм (грамматических связей, порядка слов и т.п.), а также с частичным разрушением логико-смысловых отношений (пародия, парадокс).

В заключении обобщаются результаты исследования.

Итогом работы является описание фрагмента концептосферы «морально-этические ценности», вербализированного в английских и русских афоризмах и пословицах.

Проведенное исследование приводит к выводу о том, что афористический и пословичный концепты различаются по характеру репрезентируемых ими ценностей. Афористический концепт обладает большим количеством концептуальных признаков (слов), раскрывающих разнообразные взгляды на явления нравственного мира человека, формирующиеся в разные эпохи и под влиянием различных философских концепций. Как следствие, семантическое поле «морально-этические ценности» в афоризмах представлено большим количеством единиц. Специфика вербализации афористического концепта по сравнению с концептом пословичным также состоит в большем разнообразии используемых при создании афоризмов языково-стилистических средств.

Универсальные черты, которые обнаруживаются при сопоставительном анализе английских и русских афоризмов и пословиц, обусловлены общезначимым

характером ценностей, лежащих в их основе. Набор положительно оцениваемых качеств в целом схож для сопоставляемых лингвокультур. Однако содержание аксиологических концептов, которое выявляется в результате анализа семантики афоризмов и пословиц, может отличаться. Специфика проявляется как в содержательной стороне, в частности, связанных с некоторыми особенностями жизненных приоритетов и взглядов, и в собственно языковой области – в выборе образа и языковых средств его репрезентации. При этом происходит акцентуализация определенных признаков (сем) в семантической структуре имени концепта.

Перспективным направлением дальнейшего исследования можно считать психолингвистический анализ содержания выявленных и описанных в диссертации аксиологических концептов с целью сравнения полученных нами данных с современными представлениями о морально-этических ценностях. Мы также считаем возможным применение использованной в работе методики изучения совокупности аксиологических концептов и ассоциативных связей между ними к описанию других фрагментов концептосферы.

Основное содержание выполненной работы отражено в следующих публикациях Аммер (Субботиной) А.В.:

1. Беркнер С.С. Универсальное и национально-культурное в афоризмах и пословицах (на материале английского и русского языков / С.С. Беркнер, А.В. Субботина // Житниковские чтения : Динамический аспект лингвистических исследований : материалы всерос. науч. конф. Челябинск, 21-23 апр. 1999 г. – Челябинск, 1999. – Ч. 1 – С. 64-69.

2. Субботина А.В. Английские и русские афоризмы в этнокультурном аспекте / А.В. Субботина // Перевод язык и культура : материалы междунар. науч. конф. – Воронеж, 2000 – С. 111.

3. Субботина А.В. Английские и русские нравственные концепты в афоризмах и пословицах / А.В. Субботина // Язык и национальное сознание. – Воронеж, 1999. – Вып. 2. – С. 24-27.

4. Субботина А.В. Афоризм и пословица как прецедентные тексты / А.В. Субботина // Интертекст в художественном и публицистическом дискурсе : сб. докл. междунар. науч. конф. Магнитогорск, 12-14 нояб. 2003 г. – Магнитогорск, 2003. – С. 102-107.

5. Субботина А.В. Лингвокогнитивный, лингвокультурологический и лингвоаксиологический подходы к сопоставительному изучению афоризмов и пословиц / А.В. Субботина // Языковая система – текст – дискурс : категории и аспекты исследования : материалы всерос. науч. конф. Самара, 18-19 сент. 2003г. – Самара, 2003. – С. 106-111.

6. Субботина А.В. Репрезентация морально-этических концептов в английских и русских афоризмах / А.В. Субботина // Язык и культура : проблемы социальной коммуникации и межкультурного диалога : сб. науч. тр. – Тула, 2003. – Т. 6. – С. 166-170.

7. Субботина А.В. Репрезентация этической картины мира в английских и русских афоризмах о нравственности / А.В. Субботина // Коммуникация : теория и практика в различных социальных контекстах : материалы междунар. на-

уч.-практ. конф. «Коммуникация-2002» («Communicating Across Differences»). – Пятигорск, 2002. – Ч. 1. – С. 79-82.

8. Субботина А.В. Этические афоризмы и пословицы в этнокультурном аспекте (к проблеме взаимодействия национального языка и культуры) / А.В. Субботина // Актуальные проблемы языкознания и методики обучения иностранным языкам : материалы междунар. науч. конф. – Воронеж, 2000. – С. 198-199.