



УДК 81.373.6.06

**СЕМАНТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ИДИОМ КАК ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО
ПРОСТРАНСТВА ЯЗЫКА****SEMANTIC DEVELOPMENT OF IDIOMS AS A REFLECTION OF CULTURAL
LANGUAGE DIMENSION****Д.В. Лагоденко, Ж.М. Лагоденко
D.V. Lagodenko, Zh.M. Lagodenko***Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85**Belgorod National Research University, 85, Pobeda Str., Belgorod, 308015, Russia**E-mail: lagodenko@bsu.edu.ru, lagodenko_zh@bsu.edu.ru*

Аннотация. Обладая отличительным признаком, который напрямую связан с национальной картиной мира, идиомы содержат культурную коннотацию, которая интерпретируется в рамках системы ценностей данного общества. В основе мотивации значения идиом лежит внутренняя форма, изучать и рассматривать которую необходимо как в синхроническом, так и диахроническом плане. Забвение первоначальной внутренней формы идиомы и соответственно этимологической мотивации может происходить постепенно, равно как и переход от этимологической мотивации к синхронической. Думается, что именно симбиоз синхронического и диахронического анализа идиом, а не рассмотрение синхронии и диахронии лишь в их оппозиционности, способствует более полному раскрытию данной проблемы.

Abstract. For the etymological motivation represents the inner form of an idiom at the moment of its creation, it can often be unclear or opaque. The oblivion of the original inner form takes place gradually, as long as the transition from the etymological motivation to the synchronic one. As to the synchronic motivation, based on associative-figurative conception of the inner form, it is more transparent. This phenomenon is defined by some scholars as a synchronic etymology. The synchronic etymology deals with such idioms the inner form of which is partially forgotten, but can be reconstructed so far. Furthermore, the figurative base is perceived not equally by the native speakers and it suggests different interpretation or even misinterpretation of an idiom, and hence it has different contextual usage.

Ключевые слова: внутренняя форма слова, этимологическая мотивация, синхроническая мотивация, семантическая реконструкция, картина мира, коннотативный потенциал

Keywords: inner form, etymological motivation, synchronic motivation, semantic reconstruction, worldview, connotative potential.

Введение

Сравнение идиом различных языков выявляет сходства и различия коннотативного потенциала в данных языках. Коннотативные компоненты значения языковых единиц определяются определенными лингвистическими или экстралингвистическими факторами. Возникновение коннотаций в семантической структуре идиом может быть определено по их индивидуальной внутренней форме, их месту в семантической системе языка, или коннотативному содержанию их составляющих, а также путем выявления социально-исторического фона, особенностей современной материальной и духовной культуры нации, ее мировоззрения.

Основная часть

Фразеологическая картина мира выражает в яркой форме дух народа, его ментальность, усиливает культурно-исторический опыт восприятия мира в форме образных устойчивых выражений, не только называя, но в большинстве случаев оценивая явления, предметы, действия и условия. Отсюда, модели концептуализации и оценивания, представленные идиомами, могут внести свой вклад в общую картину восприятия мира.

Традиционно фразеологизмы рассматриваются, прежде всего, как способ выражения культурно-национальной и культурно-исторической специфики, поскольку компактная форма этих единиц кодирует исторический опыт этноса, его знания об окружающей действительности, устойчивое эмоционально-оценочное отношение носителей культуры к объектам бытия. Исторический аспект культуры представлен в его континууме и является связующим элементом между поколениями. Но все



же не стоит забывать, что данная функция посредника может быть задействована при условии ее существования в виде вербального знака. Культура аксиологична, так как она включает в себя наиболее значительные для человека явления, кроме того, она предлагает и модели его коммуникативного поведения. Данные модели поведения служат ориентирами для деятельности человека в обществе, включая и его языковую деятельность. Другими словами, культура находит свое отражение в языке, способствует развитию духа нации как нечто единое, объединенное.

Культурологическая информация, представленная в идиомах, не всегда очевидна, и зачастую требуется культурный комментарий для ее раскрытия. Согласно В.Н. Телия [1988], культурологический комментарий включает три вида «зон»: этимологическая справка, страноведческая справка и собственно культурологический комментарий. Этимологический анализ раскрывает образно мотивированный смысл идиом, особенно когда он затемнен; страноведческая справка связана с особенностями быта, обычаями, социально-историческими событиями народа, третий компонент объясняет культурологическое значение, представленное в идиомах. Объяснение «культурно-национальной значимости фразеологизма достигается на основе рефлексивного - бессознательного или осознанного – соотнесения ... живого значения с теми “кодами” культуры, которые известны говорящему» [Телия, 1988: 218-219].

Действительно, функция языка не может быть отделена от людей, говорящих на данном языке и от коллективной ментальности. Все изменения языка зависят от языкового сообщества, которое отдает предпочтение той или иной форме. Таким образом, язык – это феномен, который отражает любые изменения в национальной и индивидуальной картине мира и определяет появление коннотативного значения в словах, их оценочные и эмоциональные оттенки.

Обладая отличительным признаком, который напрямую связан с национальной картиной мира, идиомы содержат культурную коннотацию, которая интерпретируется в рамках системы ценностей данного общества. Отсюда, они «могут способствовать как созданию выразительности, так и образованию картины мира определенной этнической группы [Sabban, 2008: 232].

Средством воплощения культуры во фразеологизмах является образное основание, внутренняя форма фразеологизма. Во внутренней форме часто содержатся культурно-маркированные компоненты. Способом же указания на культуру, воплощенную во фразеологизмах, является интерпретация образа внутренней формы фразеологизма в знаковом культурно-национальном пространстве определенного социума. Известно, что внутренняя форма обладает психологической реальностью для носителей языка, и именно план содержания влияет на актуальное значение идиомы и ограничивает возможности ее функционирования в тексте, ее сочетаемость. Кроме того, при использовании идиомы в речи, носители языка не всегда могут отстраниться от образа, положенного в основу внутренней формы идиомы. При определенных условиях семантический остаток образного компонента идиомы может влиять на ее функционирование, равно как и «этимология данной идиомы (как фактор, участвующий в создании образности) может также ограничивать условия функционирования идиомы» [Dobrovolskij/Piirainen, 2010: 74].

Невзирая на тот факт, является ли этимология идиом понятной носителям языка или нет, она свидетельствует о том, как «народ формирует свои концептуальные и лингвистические знания и осуществляет связи в области действия» [Cacciari/Tabossi, 2009]. При рассмотрении внутренней формы идиомы не всегда возможно прочертить грань между синхронией и диахронией. Этимологическая мотивация, представляющая внутреннюю форму фразеологизма в момент его сотворения, часто может быть затемнена и непонятна, что приводит к неправильному употреблению идиом в речи. Кроме того, этимологическая мотивация фразеологизмов со временем может быть забыта и смениться синхронической мотивацией, которая, опираясь на современное ассоциативно-образное представление внутренней формы идиом, является более понятной и доступной для носителей языка.

Таким образом, в основе мотивации значения фразеологических единиц лежит внутренняя форма, изучать и рассматривать которую необходимо как в синхроническом, так и диахроническом плане. Думается, что именно симбиоз синхронического и диахронического анализа идиом, а не рассмотрение синхронии и диахронии лишь в их оппозиционности, способствует более полному раскрытию данной проблемы.

Забвение первородной внутренней формы идиомы и соответственно этимологической мотивации может происходить постепенно, равно как и переход от этимологической мотивации к синхронической. В этом плане особый интерес представляет синхронная этимология, которая имеет дело с фразеологизмами, внутренняя форма которых еще понятна, но ее значение теряет свою актуальность. «Одним из серьезнейших недоразумений в области этимологических исследований было игнорирование синхронического подхода к этимологии, пренебрежение к этимологии современного языка, к проверке этимологии этимологически прозрачных слов...» [Топоров, 1960: 26]. Далее ученый логично задается вопросом: «...неужели неперменным условием этимологии является наличие многовековой дистанции между временем происхождения слова и этимологом?» [там же]. Что весьма справедливо, особенно по отношению к идиоме, внутренняя форма которой воспринимается носителями современного языка не всегда однозначно, что может приводить к их различным интерпретациям, а также различной степени нюансировки значения, видением внутренней формы, мотивации.



Очевидно, что культурологическая информация воссоздается, в основном, путем все более глубокого погружения во внутреннюю форму фраземы. Однако, и детализированный анализ синхронной сущности фразеологизма, и наблюдение за его функционированием в тексте и контекстуальным отражением, и преобразованием символичности его компонентов могут способствовать реконструкции объективной этимологической информации или помочь ее скорректировать.

Как упоминалось выше, синхроническая мотивация идиомы часто не совпадает с диахронической - иногда они могут отличаться в какой-то степени, а иногда и противоречить друг другу. В связи с этим возникает вопрос: что важнее для функционирования идиом – синхроническая мотивация, отражающая новую интерпретацию значения идиомы, или диахроническая, которая передает ее этимологию? Кроме того, будучи продуктом своего времени, идиомы не могут быть объяснены без соотнесения с определенными ситуациями, которые в большинстве своем являются культурно-специфичными и этимологичны по своей природе.

С методологической точки зрения важно различать «модели концептов, представленные в языке, с одной стороны, и существующие на сегодняшний день модели концептуализации языка в речи носителей данного языка, с другой, т.е. различие между конвенциональным способом говорения и мышления» [Geeraerts, Grondelaers, 1995]. Принимая во внимание историческую природу языка, эти два фактора не всегда совпадают.

Согласно А. Саббан «референциальные фраземы тесно связаны с когнитивной областью культуры и с языком как инструментом мысли. Отсюда, они предназначены для категоризации и оценивания мира [Sabban, 2008: 236]. Иными словами, если денотативная информация «текста» идиомы является элементарным звеном для передачи смысла, то уже интерпретация денотативной информации, ее оценка с позиции ценностной картины мира, эмотивно-оценочная информация идиомы и ее культурная интерпретация находятся в прямой зависимости от культурно-языковой компетенции общающихся. Пройдя через культурную интерпретацию, образ идиомы «возвращается наполненным, обогатившимся культурно значимым смыслом; в процессе восприятия ФЕ осуществляется, таким образом, влечение культурной семантики в языковую» [Толстой, 1995: 375].

Знания, связанные с историей культуры, не могут быть проигнорированы даже при синхронических исследованиях, которые способствуют установлению субъективной мотивации идиом носителей языка. В связи с этим данная проблема тесно связана с более общей проблемой, а именно: разделять или не разделять синхронию и диахронию при изучении вопросов, касающихся культуры.

Сравнение идиом в английской и русской лингвокультурах позволяет подчеркнуть образы, появляющиеся в сознании, которые могут совпадать или отличаться, несмотря на общий источник. Так, если посмотреть на библейские выражения, которые пришли из одного и того же источника, то логично было бы предположить, что они должны быть абсолютными эквивалентами. Но это происходит не всегда. По мнению Э. Пиирайнен «культурные компоненты, закодированные во фраземах, могут интерпретироваться как зеркало национальной культуры или национального менталитета» [Piirainen, 2008: 217].

В целом создаются предпосылки для формирования самостоятельной языковой действительности, наиболее существенными чертами которой являются: системная организация, внутренняя мотивированность знаков и, вытекающая из этого, способность к саморегуляции и саморазвитию, которая стимулировалась необходимостью обслуживать разнообразные и меняющиеся коммуникативные потребности.

Внутренняя форма в процессе исторического развития и употребления идиомы может затемниться и угаснуть по ряду причин. Однако процессу десемантизации и потери образности противостоят процессы обновления образности фразеологической единицы, что возвращает фразеологизму внутреннюю форму и экспрессивность. Фразеологическая истина – это не зеркальное отражение окружающей человека реальности, а отображение оценочное, субъективированное, в котором характеристики и масштабы изображенного могут быть весьма далеки от реальных. Реальная картина мира, конечно, отражает гораздо больше общих характеристик человеческого бытия, чем специфических. Но во фразеологическом зеркале человеческое познание помогает расставить именно те ценностные акценты, которые увидены социумом и стали своеобразными национальными и языковыми стереотипами. Вот почему многие фразеологические блоки (элементы), построенные (созданные) на вполне нейтральных реалиях, в языковом наследии разных народов укладываются (выстраиваются) по-своему, создавая национально своеобразные коннотации.

Библейское выражение 'не хлебом единым' впервые упоминается в Ветхом Завете, [Второзаконие, гл.8, ст.3]. Моисей, успокаивая свой народ, утомленный долгим возвращением из египетского плена, говорил, что Бог не зря подвергал народ израильский таким испытаниям. Данное выражение также встречается и в Новом Завете, в Евангелии от Матфея: когда Иисус был в пустыне и держал долгий пост, «приступил к Нему искушитель и сказал: если ты Сын Божий, скажи, чтобы камни сии сделались хлебами. Он же сказал ему в ответ: написано: «не хлебом одним будет жить человек, но всяким словом, исходящим из уст Божих».

В англоязычной культуре фразеологизм 'not by bread alone' обычно используется в контекстах, где наряду с предметами первой необходимости упоминаются и некие духовные потребности, которые противопоставляются материальным, такие как: любовь, дружба, искусство. В

данных ситуациях очевидна потеря связи с религией, с Богом. Кроме того, употребление данного фразеологизма без второй части широко эксплуатируется в рекламе. Например:

Man does not live by bread alone, baby: the hilarious Amante GT brochure.
Not by bread alone does man live: Potato Products.

В современной России выражение приобрело дополнительную популярность после выхода в свет [1956 г.] романа «Не хлебом единым» Владимира Дудинцева. Смысл выражения - для полного счастья человеку мало материального благополучия, ему необходима духовная пища, моральное удовлетворение.

Хотелось бы отметить, что важна не столько степень популярности, вызванная этим романом, а то, что эта популярность послужила источником создания языковой игры, многочисленных трансформаций на базе данной идиомы: *не водкой единой пьян человек; не хлебом единым жив человек, но и воблой и пивом;* (заголовок к проведению фестиваля пива в Германии); *не нефтью одной* (заголовок к новостной ленте). Как видно из вышеприведенных примеров, значение и сфера употребления данного выражения полностью изменились. В настоящее время благодаря сарказму, присутствующему в семантике идиомы, изначальный образ, положенный во внутреннюю форму потерял свое значение. Очевидно, что первая часть идиомы остается прежней «не хлебом единым», что же касается второй части, то она имеет другой план выражения наряду с идентичным планом содержания: хлеба уже недостаточно и нужны какие-то дополнительные материальные блага, чтобы удовлетворить изменившимся со временем потребностям человека. Вот некоторые примеры:

Не хлебом единым жив не только человек, но и человекообразные обезьяны.

Но, как говорится, не хлебом единым жив человек – а потому не только еда и напитки демонстрировались в холле, но и косметика, парфюмерия, а также услуги спортклуба и салона красоты.

Не хлебом единым жив человек – прежде хлеба он жив рекламой!

Фраземы в отличие от лексем называют только отдельные важные, значительные моменты жизнедеятельности человека. Кроме того, то, что может быть важно для одного народа, может быть не так важно для другого. Интересно, что выражение «блаженны нищие духом» («блаженны нищие духом» ибо ... от Матфея, 5:3) никак не связано с экономическим или социальным положением. При прочтении данной идиомы может создаться ложное предположение, что бедность означает некое блаженство, ибо нищий человек получает дополнительную любовь и защиту от Бога. Данная интерпретация приводит к искажению цитаты: «Блаженны нищие, ибо их есть Царство Небесное». Это не то, что сказал Господь. Что значит быть «нищим духом»? Это то, что в основе лежит понимание вашей духовной пустоты, и что только благодаря вере, Богу вы можете ее заполнить. Речь идет об осознании духовной бедности, отсюда и осознание ваших потребностей: всякий, возвышающий сам будет унижен, и он унижающий себя возвысится [Евангелие].

Это особый вид христианского подвига возник в Византии в VI веке, но наибольшую известность он приобрел в России, начиная с XIV века. Желая просветить людей, глупые становятся для них как зеркало, пытаясь урезонить их, демонстрируют абсурдность тех пороков, которые являются общими для многих из нас. Нищие духом - это люди с сильной волей - библейские пророки, монархи, христианские святые, чей духовный подвиг превзошел все человеческие силы.

Данный фразеологизм в англоязычной культуре встречается как раз в контекстах, отражающих экономическое благосостояние:

Blessed the Beggar: Who are the “Poor in Spirit”? Здесь идиома обыгрывается в ситуации, при которой экономически незащищенные люди перестают верить в Бога, обвиняя его в несправедливости своего положения.

В стихотворении Элис Уоркер “Blessed are the poor in spirit”, в котором акцентируется не столько связь с Богом, сколько связь с человечеством, с ближними, автор придерживается точки зрения, что рай возможен и на Земле, если люди будут добры к друг другу:

*I, and you, might enter the heaven
of right here
through the door.
In this spirit, knowing we are blessed,
we might remain poor.*

Но что происходит с мотивацией при ослаблении связей между компонентами внутри идиомы, и, следовательно, к ее изменению. Именно это и произошло с русским эквивалентом данной идиомы. В историко-этимологическом словаре «Русская фразеология» данная идиома маркирована пометой ‘неодобрит.’:

Нищие духом. Книжн. неодобр. 1. О смиренных, лишенных гордости и собственного достоинства людях. 2. О нищих умом, лишенных духовных интересов людях. Выражение старославянское, заимствовано из Евангелия (Матфей, 5, 3; Лука, 6, 20), где оно характеризует смиренных, лишенных гордыни людей.

В русскоязычном варианте данная идиома распалась на две самостоятельные части: «блаженный» и «нищие духом». Рассмотрим лексику «блаженный». «Блаженный» - это самый счастливый человек, потому что он может видеть Господа на небесах. В «блаженном неведении» - это состояние счастливого неведения», которое используется с иронической маркировкой. В лексеме



‘блаженный’ совмещено два противоречивых значения: первое – с позитивной коннотацией ‘самый счастливый человек’; второе – с отрицательной коннотацией ‘глупый, странный человек’, изначально означающее ‘юродивый’, а со временем они становятся синонимами. В русском языке такие выражения как ‘блаженный взгляд, блаженная улыбка, блаженное неведение’ весьма популярны и имеют значение «недостатка знаний или незнания о существовании какого-либо несчастья или стихийного бедствия». Иногда блаженными называли юродивых.

‘Юродивый’ (от старо-славянского ‘дурак, безумный’) – человек, взявший на себя подвиг изображения внешнего, т.е. видимого безумия с целью достижения внутреннего смирения, другими словами, – намеренное старание казаться глупым, безумным. В православии юродивые – слой странствующих монахов и религиозных подвижников. Целью предполагаемого безумия (юрродство Христа ради) являлось внешнее обличение мирских ценностей, сокрытие своих достоинств и предание себя бесчестью и проклятию. Оставление позади всех мирских ценностей, аскетический образ жизни, мудрость, выраженная во внешнем безумии – все это является одной из граней святости. Люди часто находили глубокий смысл в бессознательных действиях юродивых, которые на их взгляд обладали даром предчувствия и предвидения.

Таким образом, изначально это выражение означало людей, которые считают себя недостойными, и поэтому ищут праведную жизнь, чтобы заработать самые высокие небесные благословения. Позже благодаря неправильной интерпретации данное выражение стало использоваться по отношению к людям «бедных разумом», “лишенных духовной жизни”.

Согласно В.Г. Гаку человек «не способен воспринимать ничего абсолютно нового. Прежнее наименование ассоциируется с некоторыми уже известными представлениями, оказывается тем мостиком, который человеческое сознание перебрасывает от известного к неизвестному» [Гак, 1998: 356]. Поэтому в синхронной мотивации внутренней формы данной идиомы можно проследить связь между мотивацией значения, которое развивается по аналогии: если “бедный” – это “человек, без денег”, то следовательно, “нищие духом” – это “люди, без потребностей”, что явно противоречит изначальной идее.

Выводы

При анализе идиом весьма проблематично отследить психологическую реальность синхронной релевантности. Причиной этого, в основном, является временная дистанция между созданием идиомы и ее использованием. Кроме того, носитель языка не всегда способен реконструировать тот образ, который лег в основу внутренней формы данной идиомы.

Таким образом, два аспекта внутренней формы идиом и их мотивации – этимологический и синхронический – активно взаимодействуют между собой и способствуют более глубокому изучению семантического развития идиом, что, безусловно, создает более полную картину моделирования внутренней формы идиом, а также мотивированности их значения. В свою очередь синхронная этимология, способствующая более глубокому и правильному разъяснению образа, значения и употребления фразеологической единицы, приводит к улучшению качества фразеологических словарей, повышению фразеологической грамотности.

Литература

- Бирих А.К. 2007. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь: ок. 6000 фразеологизмов / СПбГУ; Межкаф.словарный каб. им. Б.А. Ларина; А.К. Бирих, В.М. Мокиенко, Л.И. Степанова; под ред. В.М. Мокиенко. 3-е изд., испр. и доп. М., Астрель: АСТ: Хранитель, 926.
- Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий 2006. Отв. ред. д-р филол. наук В.Н. Телия. М., АСТ-ПРЕСС КНИГА, 784.
- Гак В.Г. 1998. Языковые преобразования. М., Высшая школа, 768.
- Телия В.Н. 1988. Мегафоризация и ее роль в создании языковой картины мира. В кн. Роль человеческого фактора в языке. М., Наука, 173-204.
- Толстой Н.И. 1995. Язык и народная культура. В кн. Очерки по славянской мифологии и этимологии. М., Индрик, 375.
- Топоров В.Н. 1960. О некоторых теоретических основаниях этимологического анализа. Вопросы языкознания, 3: 24-35.
- Cassiani C., Tabossi P. 2009. Preface: Idioms: processing, structure, and interpretation. New York, London: Psychology Press: 278.
- Collins Cobuild Idioms Dictionary. 2007. Glasgow: Harper Collins Publishers: 409.
- Dobrovolskij D., Piirainen E. 2010. Idioms: motivation and etymology. In: Yearbook of phraseology. Berlin, New York: Walter de Gruyter, Mouton: 73-96.
- Oxford Idioms Dictionary for Learners of English. 2006. Oxford: Oxford University Press: 465.
- Piirainen E. A 2008. Cross-linguistic and cross-cultural research project on widespread idioms. In: Phraseology: an interdisciplinary perspective. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co: 243-258.
- Sabban A. 2008. Critical observations on the culture-boundness of phraseology. In: Phraseology: an interdisciplinary perspective. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co: 227-241.
- Terban, Marvin, 2006: Scholastic Dictionary Idioms. New York: Scholastic Inc: 298.