

УДК 81'276.6:61

DOI 10.18413/2075-4574-2019-38-1-23-34

**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ  
ЛИНГВОКРЕАТИВНОГО ОСМЫСЛЕНИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ****NATIONAL AND CULTURAL ASPECTS OF LINGUO-CREATIVE  
UNDERSTANDING REALITY****О.Д. Вишнякова<sup>1)</sup>, Е.А. Вишнякова<sup>2)</sup>  
O.D. Vishnyakova, E.A. Vishnyakova**<sup>1)</sup> Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1Lomonosov Moscow State University,  
1 Leninskie gory, Moscow, 119991, Russian<sup>2)</sup> Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого,  
Россия, 300026, Тула, пр. Ленина, 125Tula State Leo Tolstoy Pedagogical University,  
125 prospect Lenina, Tula, 300026, Russia

E-mail: ol-vish@mail.ru, vishnyalis@yandex.ru

**Аннотация**

Процесс лингвокреативного осмысления действительности рассматривается в русле метафоричности человеческого мышления, связанного с проблемами развития интеллекта и творческих способностей человека. Лингвокреативность как явление, связанное с осуществлением творческого подхода к использованию языковых потенциалов, может проявляться на разных уровнях языка, в том числе в области фразеологии. Фразеологический фонд языка, репрезентирующий представление социума о культурных феноменах и хранящего их в долговременной памяти лингвокультурного сообщества, выступает в качестве наиболее сложной для анализа области. Это связано со спецификой языкового сознания и особенностями национально-культурного менталитета, которые находят отражение в языковых единицах, функционирующих в разнообразных контекстах. В статье анализируется материал английского языка, отражающий существенные аспекты лингвокреативного представления действительности в различных англоязычных социумах, с учетом национально-культурного аспекта лингвокреативных преобразований в содержании и структуре фразеологических единиц.

**Abstract**

The process of linguo-creative understanding of the reality is considered in terms of the metaphorical character of human thinking, related to the problems of the intellectual and creative abilities of man development. Linguo-creativity as a phenomenon that deals with implementation of the creative approach to the use of linguistic potential, can manifest itself at different levels of language, including i phraseology. The phraseological foundation of language, which represents the society's understanding of cultural phenomena and keeps it in the the long-term memory of the linguocultural community, represents the most difficult area for analysis due to the linguistic consciousness and national-cultural mentality peculiarities, which are reflected in the process of language units functioning in various contexts. The article analyzes The material of the English language is analyzed, which reflects the essential aspects of the reality linguo-creative representation in various English-speaking societies, with special attention to the national-cultural aspect of linguo-creative transformations in the content and structure of phraseological units.



**Ключевые слова:** лингвокреативность, национально-культурный аспект, фразеологическая единица, менталитет, картина мира, языковой потенциал.

**Keywords:** linguistic creativity, national cultural aspect, phraseological unit, mentality, World view, linguistic potential.

## Введение

Лингвокреативность как сложный преобразовательный процесс, обусловленный реализацией творческого потенциала человека по отношению к языку, находит свое применение на различных уровнях проявления функционально-ориентированных способностей человеческой личности. Ученые подходят к данному вопросу, опираясь на тезис об активности субъекта, творчески использующего свой язык, не только с точки зрения создания новых лингвистических единиц (слов, словосочетаний, текстов), а также их употребления в нетривиальных функциях, но и с точки зрения процесса конструирования образа объекта посредством использования языкового потенциала. На этой основе проявление лингвокреативности может быть распределено в соответствии с конкретными зонами, существование которых может объясняться присущими проявлению лингвокреативности стимулами, – изменениями в мире и социуме, обуславливающими появление нового объекта или события, лежащего в основе лингвокреативного процесса, воплощаемого в области языка, изменениями в ментальных состояниях человека или социума, а также изменениями в знаковой (языковой) сфере, где знак служит стимулирующим началом лингвокреативной деятельности в различных сферах языковой репрезентации [Ирисханова, 2009]. Данная проблематика находится в исследовательском русле знаниецентрической парадигмы, где важнейшими вопросами являются вопросы изучения специфики взаимодействия лингвистического и экстралингвистического знания, с особым вниманием к категории знания о мире, трактуемого как культурное и социокультурное знание [Keesing, 1979].

В основе лингвокреативных преобразований лежит процесс интерпретации, обусловленный трансформациями на языковом и экстралингвистическом уровнях, нацеленными на специфическое употребление как вновь созданных, так и существующих в языке единиц для решения определенных коммуникативных задач, сопровождаемых созданием соответствующего коммуникативно-прагматического или стилистического эффекта. Иными словами, лингвокреативность может рассматриваться в терминах целенаправленной когнитивной деятельности, включающей целый спектр реализуемых категориальных характеристик, таких как мотивы, оценки, мнения, предпочтения коммуникантов и т.д.

Одним из наиболее сложных исследовательских вопросов в области использования творческих возможностей естественного человеческого языка является проблема лингвокреативных преобразований в сфере фразеологии. Лингвокреативность может рассматриваться в свете реализации двух основных аспектов – с точки зрения творчества как стимулирующей основы возникновения фразеологической единицы в данной лингвокультуре, уходящей своей историей в глубь веков, с одной стороны, и в плане творческого преобразования уже существующих фразеологизмов, нацеленного на достижение определенного эффекта [Вишнякова, 2010]. Фразеологический фонд любого национального языка может рассматриваться в качестве достоверного способа отражения специфики языкового сознания, непосредственно обусловленной особенностями данного менталитета. Фразеологизмы существуют в языке как устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, как образования, в мотивационно-семантическом плане отличные от свободных (переменных) сочетаний [Кунин, 1996, с. 5]. Данные языковые единицы характеризуются регулярной воспроизводимостью и являются неотъемлемой частью данного языка. По мнению исследователей, отмечающих актуальность изучения фразеологического состава, «фраземика — это величайшая сокровищница и непреходящая ценность любого языка. В ней, как и по-

ложено сокровищнице, хранится многовековой опыт трудовой и духовной деятельности народа, его история, нравственные ценности, религиозные воззрения и верования. Фраземика отражает мир чувств и образов, а также духовные и нравственные ценности народа. Кроме того, фраземика – неистощимый источник познания самого языка как развивающейся и изменяющейся системы» [Алефиренко, Семенов, 2009, с. 6]. Данные положения находят подтверждение в работах таких видных исследователей, как В.Н. Телия [1996], С.Г. Тер-Минасова [2004], Р. Гиббс [Gibbs, 1990, 1990a] и другие. В.Н. Телия отмечает, что образное содержание фразеологизма, включающее определенную культурную информацию, реализуемую в виде культураносных смыслов, соотносимых с такими базисными культурными слоями, как архетипический слой, мифологический слой, библейский слой, фольклорный слой, этнографические источники и исторические памятники, литературно-публицистический слой (по отношению к другим перечисленным слоям культуры имеющий в значительном количестве случаев вторичный характер), символический слой [Телия, 2006, с.781].

Важно подчеркнуть факт экстралингвистической значимости изучения лингвокреативных преобразований в области фразеологии, наиболее активно проявляющихся в сфере Интернет-коммуникации, где устойчивые языковые единицы подвергаются сокращению и регулярно воспроизводятся в виде все более укореняющихся в языковом сознании носителей языка аббревиатур [Crystal, 2007, 2008]. Центральное место в данном процессе принадлежит метафоричности человеческого мышления, играющей особую роль в познании мира и ориентации в нем, в построении концептуальных систем, в творческом осмыслении действительности [Арутюнова, 1990; Вишнякова, 2018; Телия, 1988; Lakoff, 2003].

### **Объекты и методы исследования**

Как отмечалось выше, исследование лингвокреативных феноменов в сфере реализации фразеологических сочетаний может осуществляться в двух направлениях, связанных как с появлением новых языковых единиц, так и с различными преобразованиями творческого характера в области уже существующих. Исключительно важным представляется вопрос происхождения фразеологизмов, коррелирующий с проблемами внутренней формы данных образований, их мотивированности, условий распространения и других значимых факторов. В этом плане следует еще раз подчеркнуть значимость распределения указанных зон, рассматриваемых в терминах стимулирующих оснований появления продуктов лингвокреативной деятельности, не только на уровне содержания, но и на уровне формы фразеологического сочетания. В значительном количестве случаев фразеологические единицы не только обладают свойством невыводимости значения целого из семантики составляющих его частей, но и в целом ряде реализаций возможность выявления их семантической мотивации с учетом значений компонентов оказывается затрудненной либо практически невозможной без обращения к специальным видам анализа, включая этимологический и лингвокультурологический.

Важнейшим параметром для изучения смысловых составляющих того или другого языкового образования является выявление культурного контекста его возникновения и дальнейшего распространения. Например, употребляемое в Новой Зеландии выражение “money for jam”, по субъективным данным некоторых источников, характеризуется весьма ограниченным употреблением в других англоязычных странах. Соотносимое с фразеологическим сочетанием “money for old rope” (a profitable return for little effort) [Martin, 2019], данное образование, репрезентирующее концептуализированную область “money”, обладает очевидно выраженной оценочной характеристикой [Чекулай, Прохорова и др., 2016], обуславливающей соответствующую модальность высказывания, содержащего данное языковое образование. Анализ материала, отражающего факты возникновения и распространения данного фразеологического сочетания, позволил выявить значимые факты лингвокультурологического характера, отражающие национально-культурную подоплеку

его происхождения, связанную с историческими событиями определенного периода. Исследователи, отмечающие меньшую частотность реализации единицы “money for jam” по сравнению с единицей “money for old rope”, обращают особое внимание на социокультурный аспект данного феномена. Так, например: “The only known reason for the jam version is the large amounts of jam made by British housewives during the First World War and sent to the troops as a morale booster. Since the war did not affect fruit growing, this jam-making somehow later gained a connotation of being a product achieved without great outlay. Although often heard in New Zealand, the jam version is not widely used elsewhere” [Cryer, 2006, p.111]. Эта же ситуация отмечается автором другого источника, который пишет: “This was a British Army expression from around WWI. The reference is to the ubiquity of jam in the soldiers’ diet and that it had little value” [Martin, 2019]. Вместе с тем, указанное выражение, достаточно типичное, как мы видим, и для британского социума. Оно выявляет не только определенную, обусловленную данной ситуацией ассоциативную связь с такими единицами, репрезентирующими соответствующие концептуализированные области, как, например, “waste”, “uselessness” и т. п., но и в первую очередь обнаруживает корреляцию с концептуализированной областью “money”, включающей и деньги как таковые, и различные их эквиваленты (богатство, привилегии, услуги, доход, выгоду). Это отражено и в лексикографических источниках: по данным “The Penguin Dictionary of Historical Slang”, входящая в рассматриваемый фразеологизм лексическая единица jam может употребляться в значении “clear profit; an advantage, or a certainty of winning” [The Penguin Dictionary of Historical Slang, 1972, p., 485].

Исследователи отмечают, что распространенной фразеологической единицей является выражение “money for old rope”, содержащее национально-культурный компонент в своем значении, как и сопоставимый с ней фразеологизм “money for jam”, хотя и не очевидно обязанный своим появлением определенным историческим событиям. Англоязычный словарь идиом представляет данное сочетание в разделе, посвященном фразеологизмам, включающим лексическую единицу “money”, и снабжает его пометой “BrE” (британский английский): “money for old rope (also money for jam) used in order to say that an activity earns someone a lot of money for very little work, or that it is very easy: *It was money for old rope. All we had to do was turn up and sing a couple of songs, in return we got a free lunch and £ 14. | Guys who appear in porn movies must enjoy their job – money for jam, in my opinion*” [Lomgman Idioms Dictionary, 1998, p. 233]. Лингвокультурный аспект реализации выражения “money for old rope”, коррелирующего с выражением “money for jam”, представлен в одном ряду с реалиями из области мореплавания: “The term ... developed from the practice of collecting and selling bits of rope from sailing ships for caulking” [Cryer, 2006, p.111]. В то же время, по утверждению ряда экспертов, фразеологизм “money for old rope” впервые зафиксирован в художественной литературе и может рассматриваться как результат авторского лингвокреативного осмысления действительности, который затем получил распространение в других сферах языковой реализации, не будучи непосредственно связанным с какой-либо конкретной сферой употребления (например, мореплаванием, ставшим в силу очевидных причин, обусловленных позицией Великобритании как морской державы, основанием для возникшего толкования, близкого к «народной этимологии»): “The killer blow is really that the phrase wasn't known in English until the 1930s - well after the heyday of sailing ships, in the British author James Curtis's novel *Gilt Kid*, 1936:

He would spin her a fanny about the marriage laws, tie the poor kid up. It ought to be money for old rope.

Given that Curtis used the slang expression without any explanation of it, it's probable that he expected his readers to be familiar with it and that it may well have been in wide circulation in England in 1936. It can't date from much earlier than that though as it appears nowhere else in print. The copious archives of The Old Bailey proceedings have numerous mentions of 'old rope' throughout the 18th and 19th centuries, but nowhere is there any mention of 'money for old rope’” [Martin, 2019].

Отметим, что, вместе с тем, рассматриваемая фразеологическая единица может характеризоваться как некогда возникшее лингвокреативное образование, находящее ныне адекватное и широкое применение в языке данного социума. Важнейшая роль здесь принадлежит концептуальным основаниям, которые лежат в основе данной реализации, и в первую очередь – образной специфике данного языкового выражения, семантическим центром которого выступает единица *gone* (*old gone*), соотносимая с вышеуказанными национально-культурными, во многом стереотипизированными, параметрами, идентифицирующими англоязычный социум. Об этом свидетельствует и анализ целого ряда близких по значению и контекстам употребления языковых единиц (в том числе фразеологических), репрезентирующих соответствующую концептуализированную область. Для иллюстрации данного положения обратимся к материалу: “It has often been said that *money for old rope* is a nautical phrase referring to oakum, i.e. loose fibre obtained by untwisting old rope, used in caulking wooden ships. But the phrase is first recorded in the 1920s, long after the heyday of wooden ships, and with no nautical connotations: the term *old rope* was probably chosen simply because it denotes **something of little or no use, hence of little or no value**. However, the image itself might be connected in some respect with the nautical world... The phrase *not to value something (of) a(n old) rope’s end*, which means **not to value something as being worth a(n old) rope’s end** is indeed of nautical origin. It is first recorded in *Love for love* (London, 1695), a comedy written by the English poet and playwright William Congreve (1670-1729) and first performed in 1695. Ben, a young man, “*half home-bread, and half-Sea-bread*”, is speaking to Miss Prue, “*a silly, awkward [sic], County girl*”: *Look you Young Woman, you may learn to give good words however. I spoke you fair d’ee see and civil. - As for your Love or your liking – I don’t value it for the Rope’s end... But I tell you one thing, if you shou’d give such Language at Sea, you’d have a Cat o’Nine-tails laid cross your Shoulders*”. The English playwright and actress Susanna Centlivre (circa 1664-1723) used the variant *not to care a rope’s end for* in a *Bickerstaff’s burying: oh, work for the upholders* (Dublin, 1724): ... *I care not a rope’s end if she does*” [Tréquer, 2017].

Известно, что тематика, связанная с мореплаванием, является широко распространенной во фразеологической структуре английского языка и восходит к различным проявлениям национально-культурной традиции. Например, фразеологическое сочетание “an albatross around sb’s neck” употребляется в значении “a problem that prevents you from succeeding” и соотносится исследователями со следующим сюжетом религиозно-мифологического характера, находящим отражение в художественной литературе: “An albatross is a very large white seabird that sailors (= people who work on ships) think it is very unlucky to kill. In Coleridge’s poem, *The Rhyme of the Ancient Mariner*, a sailor kills an albatross and has to wear it around his neck as a punishment” [Longman Idioms Dictionary, 1998, p. 4]. Данное определение и комментарий сопровождаются в словаре следующими иллюстративными примерами: “Your business can become an albatross around your neck if you don’t have the skills and temperament to run it. There are too many albatrosses hanging round the UN’s neck for it to get things done in this troubled region of Africa. [The new tax may prove to be an albatross for the government] [там же]. Другие определения данной фразеологической единицы репрезентируют более конкретное значение, связанное в первую очередь с ситуацией моральной отягощенности, оправданного наличием определенных причин ожидания наказания: “great load of guilt that becomes an obstruction to success”, “guilt, the haunting past, an unforgettable problem” [Albatross around one’s neck, 2010-2019] – непосредственно соотносимое с указанным выше литературным произведением: “Why look’st thou so?” – With my cross-bow | I shot the Albatross” (S.T. Coleridge). В то же время материал, заимствованный из более поздних источников, отражает факты реализации данного фразеологического сочетания в более общем, нейтральном значении, не обязательно связанным с состоянием раскаяния или наказанием, как и с морской тематикой (“Water, water, every where, | And all the boards did shrink; Water, water, every where, Not any drop to drink”), присущей стихотворе-



нию, содержащему данный прецедентный феномен, положивший начало распространению фразеологизма “an albatross around sb’s neck” в англоязычном социуме.

Иначе говоря, рассмотрение фразеологических единиц как лингвокреативных образований, обладающих прямо или косвенно выраженной национально-культурной спецификой, отражающих те изменения в мире и социуме, которые обуславливают процесс их появления в языке, тесным образом связано с изучением различных проблем лингвосociокультурного плана, с учетом вопросов состояния языка на данный период времени и теми возможностями, которые предоставляет его носителю языковой потенциал в плане креативного использования языковых ресурсов. Важная роль принадлежит мотивационному и этимологическому аспектам возникновения данных языковых единиц, изучение которых позволяет выявить степень выраженности собственно лингвистических и экстралингвистических характеристик, имеющих отношение к репрезентации культурно-носных смыслов [Заботкина, 2013] в рассматриваемых образованиях.

### Результаты и их обсуждение

Обращаясь к изучению явления лингвокреативности в терминах конструирования представлений об объекте языкового творчества и преобразования значений языковых единиц, образующих национально-культурную основу языковой картины мира, непосредственно коррелирующей с концептуальной картиной мира индивида и социума, следует отметить факт существования продуктов творческой обработки языкового материала, обусловленных не только процессами, происходящими в окружающей человека среде (мире и социуме), многие из которых относятся к более или менее значимым социально-историческим трансформациям или отражению определенных религиозных и культурных представлений данного периода в человеческом сознании, но и процессами, связанными с изменениями ментальных и эмоциональных состояний самого субъекта – человека как носителя языка, принимающего непосредственное участие в его использовании и преобразовании. Следует особо подчеркнуть факт взаимосвязи и взаимообусловленности данных факторов, например, в случае привнесения в языковые значения субъективных оценочных коннотаций, непосредственно коррелирующих с ценностными ориентирами социума, к которому принадлежит субъект, т. е. элементами той ценностной шкалы, которая определяет специфику системы поведения человека (в том числе и языкового) в лингвокультурном сообществе.

Употребление фразеологических единиц, выступающих в качестве результата лингвокреативного осмысления действительности, как правило, сопровождается определенными субъективными моментами, обуславливающими нацеленный на создание образности и достижение особого коммуникативно-прагматического или стилистического эффекта выбор говорящего (или пишущего), соотносимый с проявлением определенных когнитивных состояний, включающих процесс активизации внимания адресанта и адресата. Говоря об отражении ценностных ориентаций человека в процессе реализации языковых потенциалов в речи, исследователи указывают на необходимость системного рассмотрения данных вопросов с учетом существования таких параметров, как знания и убеждения (когнитивная подсистема), чувства и эмоциональные оценки (эмотивная подсистема), человеческая деятельность (поведенческая подсистема) [Сурина, 2005, с. 163], т.е. тех характеристик, которые соотносимы с фактом существования и функционирования ценностной концептуальной системы [Чекулай, 2006, с. 135].

Очевидно, что реализация фразеологизма как индикатора проявления тех или иных состояний человека, в том числе выполняющего функцию определенного когнитивного стимула, уже на этапе появления данной языковой единицы может рассматриваться как проявление лингвокреативного отношения субъекта к процессу речепроизводства. Вместе с тем, особая роль принадлежит феноменам фразеологического характера, служащим объектом лингвокреативных преобразований, выявляемых в процессе речи. Наиболее распро-

страненные явления этого порядка – реализация фразеологических значений, отражающих экспрессивно-эмоционально-оценочные характеристики предметов и явлений действительности, речевая актуализация фразеологизма в противоположном значении с целью создания определенного эффекта, употребление деформированных, подвергшихся переосмыслению фразеологических единиц на основе внутренних ментальных и эмоциональных преобразований у субъекта, ведущих к осуществлению лингвокреативных трансформаций в языковой реальности, употребление фразеологических единиц в различных контекстах, отражающих субъективные намерения автора высказывания, с целью выражения субъективных эмоций и различных интерпретативных аспектов восприятия действительности, в том числе попытка толкования фразеологизма и его элементов в буквальном значении с целью достижения определенных коммуникативных целей, обусловленных спецификой ментальных и эмоциональных состояний.

В этом плане специального внимания заслуживают те единицы, которые могут рассматриваться в качестве носителей национально-культурной информации. Так, например, в новозеландском социуме фразеологическая единица “box of birds”, употребляемая в значении “feeling happy, exhilarated, fit and cheerful”, появилась в Австралии и Новой Зеландии во время Второй мировой войны и, как отмечают некоторые авторы, укоренилась в языке в том числе и благодаря своему благозвучию: “Martin was laid low with bronchitis, but he’s recovered now and he’s a box of birds!” [Cryer, 2006, p.111]. Вопрос о происхождении данного словосочетания связан с целым рядом культурных, литературных и языковых явлений, описанных в различных источниках. Например: “It’s a curious idiom, a common New Zealandism that’s also found in Australia, though much less often. You prompted a vague memory that I’d come across it somewhere before, but it took a few minutes to discover that it must have been in one of the Inspector Alleyn detective stories of the New Zealand writer Ngaio Marsh:

“He can answer questions, can’t you, Bellairs?”

“I’m fine,” Breezy rejoined dreamily. “Box of birds.” (*A Wreath for Rivera*, by Ngaio Marsh, 1949)... “The phrase I have always heard” strongly suggests that it predates wartime by a significant period. It could have been services slang from the interwar period, or – more probably in my view – it was a pre-war New Zealand idiom that was borrowed by Australian servicemen through contact with New Zealanders during the war!” [Quinion, 2014].

Вместе с тем, несмотря на положительную эмоциональную окрашенность данной фразеологической единицы в ставшем традиционным употреблении, в ряде случаев специфика индивидуального восприятия, связанного с ее происхождением и особенностями реализации в определенном контексте, обуславливает создание особого представления на основе другой ментальной картины, связанной с воспроизведением исключительно негативного образа. Не оказывая прямого влияния в лингвокреативном плане на структурно-содержательные особенности данного фразеологизма как элемента языковой системы, находящего в настоящее время широкое употребление в обыденной речи в качестве положительного оценочного компонента, данный фразеологизм вследствие особого характера воспроизведения в соответствующем контексте выявляет возможность своей репрезентации в противоположном значении, обуславливающим создание эффекта негативной оценочности и эмоциональной напряженности, в данном случае усиливающегося фактором контекстуальной контактности с другим фразеологизмом, обладающим негативным оценочным значением – “I see red”: “The story was about a soldier who had been invalided out after the battle of Crete. We may link this with an article in the *Sunday Mail* of Brisbane in July 1942, which recorded *to feel like a box of birds* as Second World War slang of the Australian Navy. These seem to suggest that it was slang of the armed forces that survived in New Zealand after the war but failed to be adopted to a significant extent in Australia. However, the first known use in print is this, only six months after the war began:

I have lately seen an actual “Box of Birds.” The phrase I have always heard applied to a feeling of well-being, pep, or happiness; but now I know that is wrong. The box – or rather boxes — of birds I saw were some dozen or more shallow wooden trays, with small-meshed wire-

netting tops, packed with poor miserable bedraggled sparrows, some dead, some on their backs with legs in the air dying, and others huddled together for warmth. They had been trapped for subsequent release as live targets for a gun shoot. Now when answering my inquiry “How are you?” I get “A box of birds”. I see red (*Evening Post* (Wellington), 23 Apr. 1940)” [там же].

В целом ряде случаев процесс лингвокреативного преобразования фразеологизма, обусловленный спецификой ментальных представлений или оценок, характеризуется вектором детализации, уточнения, идентификации образа, что требует и соответствующего вербального воплощения. Так, *The principle of evaluation update in modern English* в новозеландском социуме (где, по мнению исследователей, важнейшими элементами национально-культурной ментальности, находящей отражение на уровне национально-маркированных языковых выражений, являются тематические области, связанные с такими компонентами, как флора и фауна, природная и географическая среда и т. п., вследствие известных культурно-исторических причин, а также проявления специфических черт языкового сознания [Вишнякова, Вишнякова, 2014]) фразеологическое сочетание “box of birds” в зависимости от ментальных представлений и намерений говорящего (или пишущего), может быть трансформировано в такие метафорические реализации с более узкой семантикой входящих в него элементов, как “box of budgies”, “box of fluffy ducks”, “box of fluffies”, “box of fluffy chooks”, где выражаемые данными элементами смыслы фактически не являются значимыми, лишь сигнализируя о формальных изменениях, носящих орнаментальный характер.

Продолжая рассмотрение данного примера, следует уделить внимание еще одному аспекту реализации лингвокреативного отношения к потенциалу естественного человеческого языка. Иными словами, вопрос касается соотношения устной и письменной форм коммуникации: исследователи отмечают, что для передачи значения “all ways to say that you’re happy or that everything is going well” в письменной речи наиболее частотно реализуются выражения *chirpy as a box of birds* и *chirpy as a bird*, к которым и восходит создание фразеологической единицы “box of birds” на раннем этапе своего появления: “The origin is almost certainly a play on *chirpy*, meaning cheerful or lively, and it’s linked to *chirpy as a bird*, an expression of carefree happiness common in the nineteenth century. *Box of birds* is also often to be found much earlier, but solely in the literal sense of a box containing, for example, racing pigeons or chickens. We might guess the two were stuck together to make *chirpy as a box of birds* as a superlative that was later truncated into the idiom. But no trace exists in the record before the short form appeared” [Quinion, 2014].

Таким образом, данная реализация позволяет продемонстрировать еще одно положение из области лингвокреативного преобразования языковых ресурсов – структурно-содержательную трансформацию языковой единицы. В этом отношении современный английский язык представляет собой благодатную почву для исследований в связи с укрепляющейся тенденцией создания оптимальных экономичных языковых выражений в соответствии с определенными моделями, что непосредственно касается и фразеологических единиц, обладающих национально-культурной спецификой. Лингвокреативность в этой сфере оказывается обусловленной не только желанием говорящего (или пишущего) выразить свое отношение или создать особый стилистический эффект, но и осуществить акт коммуникации максимально эффективно и с наименьшими затратами, опираясь на возможность творческой обработки языковых ресурсов. Например, известное выражение “*God’s own country*”, представленное в различных поэтических и прозаических текстах, в том числе в стихах Томаса Брэжена 1890 года (“*Give me, give me God’s own country! There to live and there to die, God’s own country! Fairest region resting ‘neath the southern sky*”), широко употребляется жителями различных уголков мира (Австралии, Канады, Англии как части Великобритании, США и др.) по отношению к своим родным странам [Taylor, 2006]. Данная фразеологическая единица в результате стяжения получила распространение как номинация “*Godzone*” и широко употребляется в первую очередь в Новой Зеландии: “*God’s own country, often abbre-*



viated to Godzone, is a phrase that has been used for more than 120 years by New Zealanders to describe their homeland” [Skyscraper City, 2007].

Лингвокреативные манипуляции на уровне языковых знаков могут находить свое выражение и в области взаимного перехода частей речи, преобразований одной синтаксической структуры в другую, что в ряде случаев может рассматриваться как новая ступень идиоматизации, например, словосочетание “fair go” (an honest deal, with equitable treatment) может употребляться в качестве междометной единицы, выражающей скрытый вопрос и удивление в таком случае, как, например, “Fair go? Do you really mean that?”. Данное выражение выявляет определенную специфику употребления в новозеландском лингвокультурном сообществе вследствие особенностей своего происхождения и, как и многие другие, обладающие выразительностью и креативным характером, языковые единицы, используется в качестве средства, привлекающего внимание аудитории, в СМИ: “Although related to the British expressions fair deal and fair do’s, the New Zealand version comes from the game of two-up, where the call ‘fair go’ indicates that the game is all set up and ready to go. New Zealand television programme entitled *Fair Go*, which tackles consumer complaints in a popular and palatable style, began in 1977 and is still screening” [Cryer, 2006, с. 61].

Функциональные особенности лингвистического знака, репрезентирующего фразеологизм, могут послужить основанием для лингвокреативного расширения его значения и использования языковой единицы в других сферах реализации. Например, выражение “get in behind”, реализуемое как собачья команда, может употребляться в метафорическом значении как проявление мягкого доброжелательного юмора по отношению к человеку, которого призывают хорошо себя вести. По данным исследователей, существуют и другие области применения лингвистической единицы “get in behind”: “(1) to signify that a person or group is going to support a proposal (get in behind it), and (2) as an ejaculation of surprise or disbelief: You’re running for Parliament? Get in behind!” [Cryer, 2006, p. 67].

### Заключение

В ходе лингвокреативного осмысления действительности и представления его результатов могут быть реализованы различные подходы к данному процессу. На материале англоязычных фразеологических сочетаний, обладающих национально-культурным характером, осуществлена попытка продемонстрировать различные механизмы лингвокреативного преобразования в области языковых значений и структурно-содержательных аспектов реализации языковых единиц. В более общем виде можно констатировать тот факт, что в основе лингвокреативных преобразований лежат как факторы внешнего характера, так и изменения внутренних состояний человека, обуславливающие формирование новых образов в его сознании, в том числе на эмоциональном и оценочном уровнях, а также возможности реализации семиотической системы языка в речетворческих целях.

Анализ языкового материала, проведенный на основе теоретических положений о взаимодействии языка и речи, корреляции лингвистического и экстралингвистического знания, тесной связи семантических и структурно-семиотических преобразований, позволил внести целый ряд уточнений в освещение проблемы лингвокреативности. Выявленные особенности процессов трансформации в результате лингвокреативного преобразования тесно взаимодействующих между собой содержательной и структурной областей фразеологических единиц позволяют охарактеризовать явление лингвокреативности как процесс, обладающий динамическими свойствами с точки зрения способности к комплексному осуществлению творческих преобразований, обусловленных широкими возможностями реализации языкового потенциала. В этом плане особое место принадлежит фразеологическим единицам, обладающим национально-культурным компонентом, которые демонстрируют как универсальные, так и культуроспецифические свойства, целый ряд которых служит стимулом для осуществления лингвокреативных трансформаций в области значения и языковой формы.



### Список литературы References

1. Алефиренко Н.Ф., Семененко Н.Н. 2009. Фразеология и паремиология. М., Флинта: Наука: 344.  
Alefirenko N.F., Semenenko N.N. 2009. Frazeologiya i paremiologiya [Phraseology and paremiology]. M., Flinta: Nauka: 344.
2. Арутюнова Н.Д. 1990. Метафора и дискурс. Теория метафоры. М.: 5-32. Available at: <http://philology.ru/linguistics1/arutyunova-90.htm> (дата обращения: 7 февраля 2019).  
Arutyunova N.D. 1990. Metafora i diskurs. Teoriya metafory [Metaphor and discourse: theory of metaphor]. M.: 5-32. Available at: <http://philology.ru/linguistics1/arutyunova-90.htm> (accessed 7 February 2019).
3. Вишнякова О.Д. 2010. Паремическое моделирование как предмет лингвокультурной концептологии. *Premie narodu slovanskyh V. Sbornik prispevku z mezinardni conference konane v Ostrave ve dneh 20. – 21. rijna 2010.* Ostrava: Facultas Philosophica: 157 – 162.  
Vishnyakova O.D. 2010. Paremicheskoe modelirovanie kak predmet lingvokul'turnoi kontseptologii [Paremic modeling as a subject of linguocultural conceptology]. *Premie narodu slovanskyh. In: Sbornik prispevku z mezinardni conference konane v Ostrave ve dneh 20. – 21. rijna 2010.* Ostrava: Facultas Philosophica: 157 – 162.
4. Вишнякова О.Д. 2018. Когнитивно-прагматические функции метафоры в медицинском дискурсе (Highlighting and Hiding). *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки, том 37, № 2:* 204-211.  
Vishnyakova O.D. 2018. Kognitivno-pragmaticheskie funktsii metafory v meditsinskom diskurse (Highlighting and Hiding) [Cognitive-pragmatic functions of metaphor in medical discourse (Highlighting and Hiding)]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki, tom 37, № 2:* 204-211.
5. Вишнякова О.Д., Вишнякова Е.А. 2014. Явление аббревиации в национальных вариантах английского языка (на материале новозеландского английского). *Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. № 3:* 9-18.  
Vishnyakova O.D., Vishnyakova E.A. 2014. Yavlenie abbreviatsii v natsional'nykh variantakh angliiskogo yazyka (na materiale novozelandskogo angliiskogo) [The phenomenon of abbreviation in the national versions of the English language (on the material of New Zealand English)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. № 3:* 9-18.
6. Заботкина В.И. 2013. О взаимосвязи картины мира и культурноносных смыслов в слове. *Предварительные материалы. Телиевский Круглый стол — ТКС. 2013 «Культурная семантика в языке и речи»:* 1-5. Available at: [http://iling-ran.ru/conferences/2013\\_telia\\_collection.pdf](http://iling-ran.ru/conferences/2013_telia_collection.pdf) (accessed 8 February 2019).  
Zabotkina V.I. 2013. O vzaimosvyazi kartiny mira i kul'turonosnykh smyslov v slove [About the interrelation of the picture of the world and cultural meaning in the word]. *Predvaritel'nye materialy. Teliievskii Kruglyi stol — TKS. 2013 «Kul'turnaya semantika v yazyke i rechi»:* 1-5. Available at: [http://iling-ran.ru/conferences/2013\\_telia\\_collection.pdf](http://iling-ran.ru/conferences/2013_telia_collection.pdf) (accessed 8 February 2019).
7. Ирисханова О.К. 2009. О понятии креативности и его роли в языке лингвистических описаний. *Когнитивные исследования языка. Вып. V. Исследование познавательных процессов в языке.* М., Ин-т языкознания РАН; Тамбов. Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина: 158-171.  
Iriskhanova O.K. 2009. O ponyatii kreativnosti i ego roli v yazyke lingvisticheskikh opisaniy [On the concept of creativity and its role in the language of linguistic descriptions. Cognitive language studies]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. V. Issledovanie poznavatel'nykh protsessov v yazyke:* M., In-t yazykoznaneya RAN; Tambov. Izdatel'skii dom TGU im. G.R. Derzhavina: 158-171.
8. Кунин А.В. 1996. Курс фразеологии современного английского языка. М., Высшая школа. Дубна, Феникс: 381.  
Kunin A.V. 1996. Kurs frazeologii sovremennogo angliiskogo yazyka [Course of modern English phraseology]. M., Vyssh. shk., Dubna, Feniks: 381.
9. Сурина А.И. 2005. Ценностные ориентации. *Знание. Понимание. Умение.* 4: 162-164.  
Surina A.I. 2005. Tsennostnye orientatsii [Value orientations]. *Znanie. Ponimanie. Umenie.* 4: 162-164.
10. Телия В.Н. 1988. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция. *Метафора в языке и тексте.* М., Наука, 1988: 26-52.

Teliya V.N. 1988. Metafora kak model' smysloproizvodstva i ee ekspressivno-otsenochnaya funktsiya. Metafora v yazyke i tekste [Metaphor as a model of semantic production and its expressive-evaluative function. Metaphor in language and text]. M., Nauka, 1988: 26-52.

11. Телия В.Н. 2006. Послесловие. Замысел, цели и задачи фразеологического словаря нового типа. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий. М., АСТ-ПРЕСС КНИГА: 776–782.

Teliya V.N. 2006. Posleslovie. Zamysel, tseli i zadachi frazeologicheskogo slovarya novogo tipa [Afterword. The purpose, goals and objectives of the phraseological dictionary of the new type]. Bol'shoi frazeologicheskii slovar' russkogo yazyka. Znachenie. Upotreblenie. Kul'turologicheskii kommentarii. M., AST-PRESS KNIGA: 776–782.

12. Телия В.Н. 1996. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., Языки русской культуры: 284.

Teliya V.N. 1996. Russkaya frazeologiya. Semanticheskii, pragmaticheskii i lingvokul'turologicheskii aspekty [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguocultural aspects] M., Yazyki russkoi kul'tury: 284.

13. Тер-Минасова С.Г. 2004. Язык и межкультурная коммуникация. М., Изд-во Московского университета, 352.

Ter-Minasova S.G. 2004. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya [Language and cross-cultural communication]. M., Izd-vo Moskovskogo universiteta, 352.

14. Чекулай И.В. 2006. Функционально-деятельностный подход к изучению принципов оценочной категоризации в современном английском языке. Белгород, Изд-во БелГУ: 236.

Chekulai I.V. 2006. Funktsional'no-deyatelnostnyi podkhod k izucheniyu printsipov otsenochnoi kategorizatsii v sovremennom angliiskom yazyke [Functional-activity approach to the study of the principles of evaluation categorization in modern English]. Belgorod, Izd-vo BelGU: 236.

15. Чекулай И.В., Прохорова О.Н., Багана Ж., Куприева И.А. 2018. Принцип оценочной актуализации в современном английском языке. М., НИЦ ИНФРА-М: 160.

Chekulai I.V., Prokhorova O.N., Bagana Zh., Kuprieva I.A. 2018. Printsip otsenochnoi aktualizatsii v sovremennom angliiskom yazyke [The principle of evaluation update in modern English]. M., NITs INFRA-M: 160.

16. Albatross around one's neck. Slovar-Vocab.com. 2010-2019. Available at: <https://slovar-vocab.com/english/idioms-glossary/albatross-around-one-s-neck-6157893.html> (accessed 10 February 2019).

17. Cryer M. 2006. The Godzone Dictionary of favourite New Zealand words and phrases. Auckland: Exisle Publishing Limited: 192.

18. Crystal D. 2007. Language and the Internet. Cambridge University Press: 318.

Crystal D. 2008. TXTNG: The gr8 db8. Oxford University Press: 239.

19. Gibbs R. W. 1990. Idioms and mental imagery: The metaphorical motivation for idiomatic meaning // Cognition. V. 36. № 1: 35-68.

Gibbs R. W. 1990a. Psycholinguistic studies on the conceptual basis of idiomaticity // Cognitive linguistics. № 1 - 4. Gibbs R. W., O'Brien J.: 417-452.

20. Keesing R.M. 1979. Linguistic Knowledge and Cultural Knowledge: Some Doubts and Speculations. American Anthropologist. 14-36. Available at: <https://doi.org/10.1525/aa.1979.81.1.02a00020> (accessed 20 December 2018).

21. Lakoff G., Johnson M. 2003. Metaphors We Live By. Chicago and London, The University of Chicago Press, 276.

22. Longman Idioms Dictionary. 1998. Longman: 398.

23. Martin G. 2019. The Phrase Finder. The meaning and origin of the expression: Money for old rope. Available at: <https://www.phrases.org.uk/meanings/money-for-old-rope.html> (accessed 10 February 2019).

24. Quinion M. 2014. Box of Birds. World Wide Words. Investigating the English language across the globe. Available at: <http://www.worldwidewords.org/qa/qa-box2.htm> (accessed 7 February 2019).

25. SkyscraperCity. New Zealand – “GODZONE”. 2007. Available at: <https://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=15937342> (accessed 18 January 2019).

26. Taylor G.P. 2006. God's own country. The Guardian. Available at: <https://www.theguardian.com/travel/2006/jun/02/travelnews.shortbreaks.unitedkingdom> (accessed 11 February 2019).



27. The Penguin Dictionary of Historical Slang. 1972. Penguin Books: 1065.
28. Tréquer P. 2017. Meaning and origin of “money for old rope”. Available at: <https://wordhistories.net/2017/01/29/money-for-old-rope/> (accessed 9 February 2019).

**Ссылка для цитирования статьи**  
**Reference to article**

Вишнякова О.Д., Вишнякова Е.А. Национально-культурные аспекты лингвокреативного осмысления действительности // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2019. Т. 38, № 1. С. 22–34. DOI: 10.18413/2075-4574-2019-38-1-23-34.

Vishnyakova O.D., Vishnyakova E.A. National and cultural aspects of linguo-creative understanding reality // Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities series. 2019. V. 38, № 1. P. 22–34. DOI: 10.18413/2075-4574-2019-38-1-23-34.