

В сегменте турецкоязычных кинослоганов среди преобладающих синтаксических приёмов значатся умолчание, риторический вопрос и восклицательные конструкции.

Таким образом, универсальными стилистическими средствами экспрессивного синтаксиса в кинослоганах русско-, англо- и турецкоязычного сегментов являются умолчание, риторический вопрос и восклицательные конструкции.

#### Список литературы

1. Лившиц Т.Н. Специфика рекламы в прагматическом и лингвистическом аспектах. Дис. канд. филол. наук. – Специальность 10.02.01 – Русский язык. – Таганрог 1999. – 354 с. [Livshic T.N. Specifika reklamy v pragmaticheskom i lingvisticheskom aspektah. Dis. kand. filol. nauk. – Special'nost' 10.02.01 – Russkij jazyk. Taganrog; 1999. (In Russ).]

2. Марышова М.А. Функции и семантика парцелированных конструкций в языке рекламы // Известия ВГПУ. 2012. №6. С.25-28. [Maryshova M.A. Funkcii i semantika parcellirovannyh konstrukcij v jazyke reklamy. Izvestija VGPU. 2012; (6): 25-28 (In Russ).]

3. Морозова И.Г. Слагая слоганы. – М. : РИП-холдинг, 1998. – 172 с. [Morozova I.G. Slagaja slogany. Moscow: RIP-holding; 1998. (In Russ).]

4. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч.ред.

Т.Н.Колокольцева. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2011. – 296 с. [Reklamnyj diskurs i reklamnyj tekst: kolektivnaja monografija / nauch.red. T.N.Kolokol'ceva. Moscow: FLINTA : Nauka; 2011. (In Russ).]

5. Розенталь Д.Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика / Д.Э.Розенталь. – М.: Издательский дом «ОНИКС 21 век»: Мир и образование, 2001. – 381 с. [Rozenal' D.Je. Spravochnik po russkomu jazyku. Prakticheskaja stilistika / D.Je.Rozenal'. Moscow: Izdatel'skij dom «ONIKS 21 vek»: Mir i obrazovanie; 2001. (In Russ).]

6. Романова Т.П. Современная слоганистика: учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению 032700 Филология (профиль «Прикладная филология») / Т.П.Романова. – Самара: Изд-во «Универс-групп», 2011. – 121 с. [Romanova T.P. Sovremennaja sloganistika: uchebnoe posobie dlja bakalavrov, obuchajushhihsja po napravleniju 032700 Filologija (profil' «Prikladnaja filologija»). Samara: Izd-vo «Univers-grupp»; 2011. (In Russ).]

7. Çinar B., L.Karahan Reklam dilinde kullanilan edebi sanatlar // Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 4/8 Fall 2009, p.891-916.

8. Guy Cook, The discourse of advertising. London & New York: Routledge, 1992. Pp. 250.

УДК 8.1751  
ГРНТИ 17.07.51

---

### ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ КАК ИСТОЧНИК КУЛЬТУРНО-НАЦИОНАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

---

*Кабанова А. Б.*

*м.г.н., преподаватель кафедры РЯиК,  
КарГУ, г. Караганда, Казахстан*

*Кишенова А. Ю.*

*преподаватель кафедры РЯиК,  
КарГУ, г. Караганда, Казахстан*

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются некоторые фразеологизмы как отражение национального характера, ценности и менталитет народа. Авторы анализируют источники культурологического толкования фразеологизмов на основе фразеологизмов русского языка и приходят к выводу, что фразеологизмы, несущие информацию об окружающем мире и обществе, являются хранителями культуры народа.

#### ABSTRACT

The article examines some phraseological units as a reflection of the national character, values and mentality of nation. The authors analyze the sources of culturological interpretation of phraseological units based on the phraseological units of Russian language and come to the conclusion that phraseological units that carry information about the surrounding world and society are the guardians of the culture of the nation.

**Ключевые слова:** источник культурной интерпретации, культурные ценности, национальный характер, интерпретация, фразеологизмы, мировоззрение.

**Key words:** source of cultural interpretation, cultural values, national character, interpretation, phraseological units, worldview.

Язык, как средство человеческого общения, в социальном и национальном плане, не может нести на себе следов мировоззрений, этических и

культурных ценностей, а также норм поведения, присущих данному языковому сообществу. Каждая национальная культура - это результат видимой

активности национального менталитета, потому что национальная культура не существует вне национального менталитета. Все это отражается на словарном запасе языка, на котором говорят все чаще и чаще. Менталитет, который мы понимаем, является частью народной культуры.

Поскольку к особенностям менталитета относятся черты национального характера, определенная этническая модель действительности, мировоззрение и мировосприятие, специфика поведения представителей исследуемой лингвокультурной общности, мы используем такую категорию, как национальный характер, для раскрытия духовной структуры общества. С.М. Арутюнян определяет его как «постоянные и национальные особенности обычаев и традиций, сформированные под влиянием своеобразной национальной окраски чувств и эмоций, образа мышления и действий, условий материальной жизни, особенностей исторического развития того или иного народа и его национальной культуры» [6, с.156].

Довольно распространено представление о национальном характере, согласно которому это не просто набор специфических, отличительных черт конкретного народа, а набор универсальных черт человечества. На уровне обыденного сознания нет никаких сомнений в том, что у каждой нации есть национальный характер, что является аксиомой. Особенно это актуально в чужой этнической среде, даже если она самая недолгая. Это укрепляет убеждение в том, что люди этого сообщества полностью отличаются от нас: это связано с особенностями их повседневной жизни, поведением и т. д.

«Русский национальный характер это, прежде всего, *душа*, которая обычно сопровождается постоянным эпитетом: загадочная. Иностранцам, которые много говорят и пишут о ней, русская душа кажется то загадкой, то восхищением, то насмешкой. Слово «душа» в русском языке встречается гораздо чаще, чем в английском, и играет огромную роль в духовной жизни русского народа. Духовность и душа важнее для русского народа, находящегося в системе национальных ценностей, интеллекта и разума. С другой стороны, англоязычный мир сделал чувство собственного достоинства основой своего существования» [6, с.150].

В.Н. Телия считает, что «язык культуры» содержится в различных семиотических системах, в народной мудрости, пословицах, лингвистических стереотипах, стандартах, символах, а также в названиях культурных «вещей» и старинных текстах, в крылатых выражениях и т. д. В то же время при описании содержания культурных и национальных коннотаций возникает острая необходимость интерпретации этих проявлений языка культуры [8, с.71].

В.Н. Телия предлагает два постулата для изучения взаимодействия языка и культуры. «Первый постулат: более или менее осознанное знание текстов или лингвистических символов с

целью получения важной в культурном отношении информации, которая может быть источником культурно-национальной интерпретации фразеологизмов. Второй постулат: определить взаимосвязь фразеологизмов с «языком культуры» в лингвокультурологическом анализе, как правило, только в достаточно представленных массивах идеографических полей («черты личности», «чувства», «интеллектуальные способности и состояния», «поведение») [8, с.85].

В.Н. Телия выделяет восемь этапов лингвокультурологического анализа фразеологизмов. Приведем эти этапы.

1. Одним из источников культурно важной интерпретации является создание совпадений народной культуры, воспоминаний, верований, мифов, магии и т. д., такие ритуалы как, например, *душа* может быть фразеологизмом, летящим в мир иной. В связи с этим важно подчеркнуть разницу между этимологическим анализом, который раскрывает исходное значение изображения, и лингвокультурологическим анализом, который направлен на выявление культурного значения, связанного с изображением.

2. Источники интерпретации, конечно же, включают паремииологический фонд, поскольку большинство пословиц являются популярными стереотипами самопознания, которые позволяют выбирать достаточно широкий диапазон с целью самоидентификации, иногда прямо из противоположных максимумов (ср. *Бабий век - сорок лет* и *Сорок пять - баба ягодка опять* так далее.).

3. Источником культурно-национальной интерпретации является система стандартных образов, типичных для известного лингвокультурного объединения, в устойчивых сравнениях типа *глуп, как баран* (ср. совр. *глуп, как пробка*), *стройная, как березка, носится, как угорелый, как с гуся вода* и т.п.

Традиционные эталонные сравнения, которые передаются из поколения в поколение, не только отражают мир, но и являются результатом собственно-человеческого соизмерения, присущих ему свойств с «нечеловеческими» свойствами. Эталоны - это образное «измерение» человеческих качеств (например, сюжет мультфильма, в котором животные решают мерить удава «в попугаях» и где попугай выполняет функцию не эталона, а обычного масштаба измерения).

Хорошо известно, что у каждого народа есть свое неповторимое представление о «соответствии» человека и животных, человека и растения, человека и предмета и т. д. Эти стандартизированные в традиционных сравнениях представления как бы «задают» образцы здоровья, красоты, глупости и так далее. Для русского менталитета образцом глупости является баран (*глуп, как баран*), упрямства - осел (*глуп, как осел*), неуклюжести - медведь (*неуклюжий, как медведь*) и так далее.

4. Еще одним источником культурной национальной интерпретации фразеологизмов

является использование символических слов или фраз и выражений, которые имеют разное происхождение и используются в разных формах дискурса.

Культурно-национальные символы, изображенные в лингвистическом «теле», всегда являются обозначением слов, выполняющих функцию символа: языковая единица награждается значением, которое постоянно с ней ассоциируется, что означает концепцию, не являющуюся ее лингвистическим значением. Таким образом, в таких фразеологиях, как *душа истекает кровью*, *душа не на месте* значение слова *душа* не переосмысливается метафорически, но сохраняет свое символическое прочтение «орган чувств», а в идиоме *душа - это пяточка - «орган жизнедеятельности»* и т. п.

5. Христианство с его теософией, моральными принципами и ритуалами стало мощным культурным источником русского мировоззрения. Известный этнограф Д. Фрейзер утверждал, что вся культура связана с храмом. По мнению П. Флоренского, христианство было религией, принесшей высокую духовность, акцентируя внимание на важности внутреннего субъективного мира личности. Религия репродуктивна, и поскольку религия долгое время доминировала в поисках духовного и нравственного смысла жизни на земле, она вошла «в кровь и плоть народа».

Считается что, фразеологизмы, заимствованные из религиозных дискурсов, могут означать разные типы цитат: прямые цитаты (например, *сосуд скудельный, соль земли*), намеки на религиозные тексты путем добавления одного или двух слов к фразеологизму (например, *тьма кромеиная и скрежет зубов*). Однако, все понимают общий смысл таких фраз (например, *нести свой крест, трудиться в поте лица, испить горькую чашу, чаша терпения, страдания, отдать душу Богу* и т.п.). Например, идиому *пить горькую чашу* или фразеологические сочетания *чаша терпения, страдания* легко ассоциируются с «Молением о чаше» (например, Пастернак: «Если только можешь, авве Отче, чашу эту мимо пронеси»), а для тех, кто не знает, - с «горькими» испытаниями. Фактически носители языка проводят в таких случаях герменевтический анализ - каждый по критерию знания своего текста или ассоциируемого с ним предания, либо они воспринимают чашу как символ полноты страдания.

6. Еще один источник культурной интерпретации - интеллектуальная собственность нации и человечества в целом: философия мира, интерпретация его истории, литературы и т. д. Мы разделяем эти обширные знания, потому что важно указать его тип, а не описывать его реализацию.

Как правило, этот сводный источник представлен в сборниках в жанрах «крылатые слова и выражения», «в мире мудрых мыслей» и другие. Однако для пояснения фразеологизмов стоит отметить неэффективность этого источника. Известно, что фразеологизмы возникают и

приобретают статус репродуктивных единиц в фольклорной среде, которым близки и понятны народная мудрость, «глубокие древние легенды», отраженные в народном искусстве религиозные воззрения, в том числе идолопоклонство и т. д., входящие во фразеологическую структуру языка цитирования из других дискурсов (например, *слон в посудной лавке, дым отечества* и т. д.).

В конце XIX - начале XX вв. на формирование фразеологизмов активно влияли артефакты цивилизации (например, *локомотивы истории*), военная, спортивная терминология, особенно политический дискурс (например, метафоры перестройки, описанные в книге А. Н. Баранова и Ю.Н. Караулова). Эти источники информации, как правило, отражают универсальное мировоззрение, а не культурно-национальное.

7. Источники культурно-национальной информации должны включать сообщения о таких реалиях, которые являются объектом описания в страноведчески-ориентированных словарях, которые четко указаны в словесных компонентах фразеологизмов. Например, *сокол (гол как сокол)*, *баня (задать баню)*, фразы, такие как *медный грош (гроша медного не стоит)* и т. д.

Кроме того, к положительным выражениям относятся страноведчески определенные источники - цитации из русской классики (типа *дым отечества, человек в футляре* и т. д.), а также области политического дискурса под названием «советизм», в которых используются метафоры из спортивной жизни, из языка жизни, техники, производства и т.д.: *передавать эстафету, поднимать планку; спустать на тормозах, стартовая площадка, выводить на орбиту; трудовая вахта* и т. д.

Источники интерпретации, связанные с семиотическим кодом внешней культуры языка, были упомянуты выше. Далее мы поговорим о внутриязыковых ресурсах культурной интерпретации - фразеологизмах «наивного образа мира», возникающих из его образа и формулировки, с использованием фразеологических средств, что является стереотипом повседневной жизни, а также стандартизированное или приобретенное символическое значение «вещей» и свойств, включенных в качестве компонентов слова в отображаемое содержание. Эти образы, однако, отражают «стиль познания истины», который, согласно Л. Вейсгерберу, составляет «промежуточный мир» [2]. Для нас метафора «зеркала» более уместна в том случае, когда люди узнают свое сознание, его особенности, привычки и симптомы.

Таким образом, образное содержание фразеологизмов, если оно отражает особенности мировоззрения, может быть «подсказкой» для культурно-национальной интерпретации. Главное отличие внутриязыкового культурно-национального толкования содержания фразеологизмов от вышеизложенного (1 - 7) состоит в том, что сами фразеологизмы,

воспринимаемые как культурно-важные тропеические «модели» свойств, событий, фактов, не являются признаками культуры, не образуют ее собственных таксонов, но они могут выступать в качестве культурных символов, если интерпретируются в определенном культурном коде, если содержат в образном содержании важные культурные особенности мировоззрения.

Фразеологизмы, как если бы их образные основы «подсказывают» их способ интерпретации культуры, определяют двустороннюю корреляцию с культурой: их внешняя форма уже является языком культуры, потому что его «буквальное» прочтение имеет стереотипное, стандартное или символическое значение для конкретной лингвокультуры, в котором отражается качество, ситуация, явление - с одной стороны, а с другой стороны, этот образ распознается и интерпретируется носителями этого языка в соответствии с данной культурной компетенцией.

Именно эта двойная корреляция, наряду с номинативной функцией, является одной из причин наличия и воспроизводства в языке ненормативных признаков, таких как идиомы, а также фразеологические выражения (или лексические коллокации, согласно западной терминологии), "нарушают" правила свободного выбора и сочетание слов, что является нормой для "устойчивого" функционирования языка. Выполняя роль культурно-национальных "конденсатов", такие аномалии не только делают мир «Реальным», но и передают из поколения в поколение свойственный людям стиль мировоззрения, его культурно-национальные традиции, тем самым отражая характерные особенности его менталитета "Идеальное".

Обращаясь к рассмотренным выше источникам культурной интерпретации фразеологизмов, отметим, что эти источники информации могут перекрываться и даже включать в себя согласованные установки. Это естественно, так как они не отличаются единой категориально-культурной основой (хотя это и трудная, но интересная задача по решению проблемы "языка культуры"), а скорее зависят от вида знаний, соответствующего семиологическому характеру этих источников. При этом сама культура, как и сформированный на ее основе менталитет, способна отражать и воспроизводить культурные традиции разных "социальных периодов" и культурные ценности различных социальных групп и даже отдельных личностей.

В лингвокультурологии связь со всей палитрой источников культурной интерпретации не только возможна, но и необходима, что позволяет

избежать абсолютизации каждого из них при определении культурной коннотации. Например, фразеологический ряд *раб страстей, корыстолюбия, тщеславия* (а также *раба любви*) связан с саркастическим противопоставлением термину духовной культуры *раб Божий*, который проявляется и в эмоциональности - в "понятном" восприятии предмета этих сочетаний, в то время как серия рабов страстей, привычек, моды также имеет эмоциональную модальность осуждения, входит в контекст такой категории культуры личность, основным атрибутом которой является свобода выбора и не реализуется субъектом этих комбинаций.

Знание культурных признаков или "культуры", относящихся к различным источникам, перечисленным выше, относится к культурной компетенции народа. Хотя это вербальное знание, с точки зрения В. Н. Телия, следует рассматривать как принадлежащее к миру материальной и духовной культуры, нашедшее свое яркое выражение в языковой форме в процессе семиозиса. Следовательно, правильная интерпретация языковых признаков (в частности, фразеологизмов) в содержательном пространстве этих культурных признаков представляет собой процедуру соотнесения единиц языковой системы с культурными таксонами. Результатом такой корреляции является содержание культурных коннотаций, тогда как содержание культурных символов идиоматично на национальном уровне.

#### Список использованных источников

1. Баранов А.Г. Функционально-прагматическая концепция текста. Ростов н/Д., 1993.
2. Вейсгербер Л.Й. Родной язык и формирование духа. М., 1993. - 251 с.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
4. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка. М., 1993. - 342 с.
5. Михеев М. Отражение слова «душа» в наивной мифологии русского языка (опыт размытого описания образной коннотативной семантики) // Фразеология в контексте культуры: Сб. ст. М., 1999. С. 145 - 158.
6. Арутюнян С. М. Нация и ее психический склад. Краснодар, 1966. - 271 с.
7. Савина Е.А., Дегтярева Л.Ю. Житейская психология в русских пословицах и поговорках // Человек. 2001. №5.
8. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996.