

УДК 811. 111' 373.

DOI 10.25688/2076-913X.2019.36.4.05

**А.И. Лызлов**

## **Оценочный потенциал зоонимических концептов в английских фразеологизмах**

Объектом статьи выступают зоонимические концепты, представленные в английских фразеологизмах. Автор анализирует оценочные компоненты значения фразеологизмов, выражаемые при помощи данных концептов: оценочные признаки и типы оценки. Фразеологические единицы зоонимического характера рассматриваются как элементы публицистического дискурса. Источниками исследовательского материала служат словари и корпус английского языка.

*Ключевые слова:* оценка; виды оценки; английские фразеологизмы; публицистический дискурс.

**Ф**разеологические единицы (ФЕ) определяются как стабильные связанные сочетания словоформ с полностью или частично переосмысленным значением [7, с. 7; 16, р. 2]. Специфика их значения проявляется в его вторично-номинативном характере, обобщенности, эмоционально-экспрессивном выражении и наличии оценочной коннотации [10, с. 48]. В последнее время англоязычными авторами [16, р. 2] вводится в употребление термин *multi-word expressions* (MWEs), соответствующий русскому «связные сочетания», или ФЕ в широком значении. К их числу относятся пословицы и поговорки. Ряд исследований показал, что они обрабатываются сознанием иначе, чем свободные коллокации. Условия, при которых ФЕ хранятся, извлекаются целиком из памяти, зависят от ряда переменных, таких как частотность употребления и композиционность.

ФЕ отражают базовые элементы культуры концептуального характера. У. Крофт и Д. Круз рассматривают концепт в его способности отражать различные релевантные характеристики, признаков (*attributes*) [9, с. 50; 11, р. 82]. Явление вещественного мира тем полнее отражает концепт, чем больше он способен проявлять категориальных признаков.

ФЕ представляют собой сферу взаимодействия языка и культуры [12, р. 73]. ФЕ может быть интерпретирована на первичном уровне буквального значения, лежащего в ее основе, а также на вторичном уровне ее образного значения. Роль семантического моста между ними выполняет образная составляющая. В последнее время используется термин «фразеологический образ» [8, с. 158; 15, р. 178] для описания наглядной стороны концепта, объективированного в ФЕ. Таким образом, ФЕ можно отнести к анализируемой, или разложимой, семантике.

Фразеологи [13, р. 71] указывают на необходимость вычленения ключевых слов в ФЕ. Если ключевое слово зафиксировано в начале ФЕ, то данное высказывание определяется говорящим как ФЕ быстрее и легче, чем в ситуации, когда оно дано в конце. Последовательность словоформ *strings of words* [13, 18] в речевом потоке воспринимается как ФЕ, а не как свободное сочетание слов лишь после восприятия всего отрезка посылаемой информации. Ключевые элементы ФЕ, определяющие его значение, являются катализатором восприятия данной последовательности элементов речи именно как ФЕ. В целях нашего исследования важно положение, высказанное в работе А. Ланглотца, о том, что ФЕ имеют дискурсивно-коммуникативный характер [14, р. 3].

Оценка наиболее яркий показатель значения ФЕ, она описывает отношение говорящего к высказываемому по принципу «хорошо/плохо» и отражает базовые ценности общества [4–6]. С точки зрения Н.Д. Арутюновой, «максимум контекстной зависимости делает оценку одним из наиболее трудно определенных типов прагматического значения» [1, с. 5]. Оценочный компонент значения исследуемых единиц изучается и в ряде работ западных исследователей [17, р. 82].

Когнитивный анализ фразеологизмов выявил, что наиболее активно оценку выражают ФЕ, реализующие зоонимические концепты. В результате анализа значений ФЕ были выделены оценочные признаки, описывающие минимальные оценочные значения. ФЕ были описаны относительно типов оценки. Случаи употребления фразеологизмов исследовались в публицистическом контексте, поскольку оценка приобретает окончательный смысл только в рамках речевого высказывания. Выбор публицистического дискурса не случаен. Публицистические тексты многочисленны, посвящены описанию различных ситуаций, многие из которых содержат оценку вообще и различные их типы в частности. Приведем ряд примеров реализации исследуемых ФЕ — транслятов оценочных значений — в публицистических текстах.

Фе с концептом «кошка». В публицистике активно представлен такой пейоративный оценочный признак, как живучесть: *a cat has nine lives* [1], и такой пейоративный признак, как жадность: *a fat cat* [1]. ФЕ *a fat cat* репрезентирует социальную оценку «жадность».

В интервью от 2012 г. в рамках предвыборных дебатов кандидатов в президенты США, Б. Обамы и М. Ромни, на телеканале «Фокс Ньюс»: «*Obama is going to try to paint Romney as a fat cat, and Romney is going to say you're destroying the country, and Romney should be joking. He should be joking about what a villain he is for earning money*»<sup>1</sup> [2, URL]. «Обама попытается изобразить Ромни *жирным котом*, а Ромни может сказать, что вы разрушаете страну, и Ромни, должно быть, шутит. Он, должно быть, шутит, говоря о том, что он такой негодяй, что зарабатывает деньги»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Здесь и далее курсив наш. — А. Л.

<sup>2</sup> То же.

Оценочная номинация *a fat cat* используется для характеристики конкурента Барака Обамы Мита Ромни. Обама в своей предвыборной стратегии выставляет его богатеem, жирным котом.

ФЕ с концептом «собака». В публицистических текстах отмечается активность таких оценочных признаков, как опыт: *an old dog* [1] и удача: *every dog has his day* [1]. ФЕ, выражающая интеллектуальную оценку: *don't teach an old dog new tricks* [3], используется в статье М. Уолтера 2013 г. в журнале *American Spectator*. Автор критикует позиции конгрессменов Линдси Грэма и Джона Маккейна, придерживающихся агрессивной внешней политики в Сирии: «*An old dog may not be able to learn new tricks, but a sober statesman can and should sometimes change his mind*» [2, URL]. («Старый пес может и не научиться новым трюкам, но трезвомыслящий государственный деятель может и должен иногда менять свое мнение»).

Образ старого пса, не поддающегося обучению новым трюкам, используется в качестве основы противопоставления с позицией указанных политиков, которые в отличие от старого пса иногда способны изменить свое мнение, если, конечно, они являются трезвомыслящими политиками и следуют холодному расчету, а не полюбившимся догмам.

ФЕ с концептом «лошадь». Это животное ассоциируется с силой. Данный оценочный признак реализован в описании физиологической оценки: *as strong as a horse* [1]. В качестве примера приведем отрывок из статьи *Stalking the stalker* («Охота на охотника»), помещенной в журнале *People*: «*The day of her murder, Pace left her job... When she failed to show up that evening, her mother called police... "He must have been strong," says Pace's mother "because... that child was strong as a horse"*» [2, URL]. ] («В день убийства Пейс ушла с работы... Когда она не появилась в тот вечер, ее мать позвонила в полицию... «Он должен был быть сильным», — говорит мать Пейса, — «потому что... мой ребенок был силен, как лошадь»»).

Пример интересен тем, что традиционно заложенная в данной ФЕ положительная оценочность в контексте меняет свой знак, так как ее употребление репрезентирует характеристику свойства убийцы молодой девушки, спортсменки, сильной и выносливой. Чтобы расправиться с ней, убийца также должен быть очень сильным человеком, что и отражено в ФЕ.

ФЕ с концептом «свинья» в публицистическом дискурсе отражает негативные оценочные признаки. В рекламной статье о ветчине в журнале *Good Housekeeping* ФЕ *to buy a pig in a poke* [1] использована для выражения социальной оценки в рамках признака «обман»: «...*you want to make sure you're getting the right kind of ham... Our winners will help you avoid buying a pig in a poke. First Place The "natural, smoky flavor" of Honey Baked's Half Ham*» [2, URL]. («...вы хотите убедиться, что вы получаете правильную ветчину... наши победители помогут вам не купить свинью в мешке. Первое место занимает «натуральный копченый вкус»»).

В статье речь идет о продаже конкретного товара. Рекламуемая ветчина сделана из известных и определенных ингредиентов, поэтому клиент, приобретая ее, не купит свинью в мешке.

Фе с концептами «волк» и «овца» в примерах, представленных в публицистическом дискурсе, выражают различные оценочные признаки. Например, *like a sheep led to the slaughter* [3] отражает оценочный признак «безынициативность». Во фрагменте беседы, снятой на канале CNN, используется данная ФЕ для объективации социальной оценки, в основу которой положен образ овцы, которую ведут на бойню: «*In the wake of the Watergate scandal... when I saw all those memoranda circulating in the background, I felt like a sheep led to the slaughter*» [2, URL]. («После Уотергейтского скандала... когда я увидел, как все эти докладные записки передаются из рук в руки, я почувствовал себя овцой, которую ведут на бойню»). Один из участников беседы использует данную ФЕ для описания ситуации беспомощности перед лицом опасности.

Фе с концептами «мышь» и «крыса» в дискурсе отражают негативные оценочные признаки. В публицистических текстах встречается ФЕ *as quiet as a mouse* [1], отражающая эмоциональную оценку, ее русский вариант «тихий как мышь».

В журнале *Golf Magazine* посредством использования ФЕ *as quiet as a mouse* дается описание техники удара по мячу: «*The swing itself is simple: Just swing your arms back and through. The secret? Keep your lower body as quiet as a mouse*» [2, URL]. («Этот удар сам по себе прост: запрокиньте руки за голову. В чем секрет? Нижняя часть тела должна быть неподвижной, тихой, как мышь»).

Это очень полезная информация для любителей гольфа: подробно описывается последовательность движений игрока. В отрывке указывается, что нижняя часть туловища гольфиста должна быть расслабленной, тихой, как мышь. В данном контексте используется образный перенос, когда неподвижное положение интерпретируется через звуковой признак «тихий».

Фе с концептами «бык» и «корова». Пример Фе, объективирующей утилитарную оценку, употребляется в следующем контексте: «*Sha said she thought people who wanted to live together ought to get married <...> Trudy said "I want it to go on and on... why buy a cow if the milk is cheap?"*» [3, p. 384]. («Ша говорит, она думала, что люди, которые хотели жить вместе, должны пожениться <...> Труди сказала: «Я хочу, чтобы это продолжалось и продолжалось... зачем покупать корову, если молоко дешевое?»»)

В приведенном контексте дается негативная оценка предложению брака. Девушка хочет сохранить свою свободу. Брак для нее не только формальность, но и бремя.

Анализ показывает, что культурный потенциал ФЕ, репрезентирующих реалии животного мира, активно используют авторы публицистических текстов, с тем чтобы актуализировать оценочный резерв ФЕ для экспрессивного изображения героя публикации или описания общественно значимой ситуации. Таким образом, для ФЕ, представляющих сферу природы в публицистическом дискурсе, наиболее актуальны оценочные признаки, объективирующие социальные, интеллектуальные, утилитарные и физиологические оценки.

## Библиографический список

### Источники

1. Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь. 5-е изд., М.: 1998. 944 с.
2. Corpus of contemporary American English (COCA) [Электронный ресурс]. URL: <https://corpus.byu.edu> (дата обращения: 20.09.2019).
3. The Wordsworth dictionary of proverbs / Apperson G.L. [et al.]. Hertford-London, Wordsworth editions Ltd., 2006. 656 p.

### Литература

4. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка, событие, факт. М.: Наука, 1988. 341 с.
5. Викулова Л.Г., Серебренникова Е.Ф., Кулагина О.А. Семиметрия рефлексии о ценностях современного общества // Лингвистика и аксиология. Этносемиметрия ценностных смыслов: коллективная монография. М.: Тезаурус, 2011. 352 с. С. 196–230.
6. Гальскова Н.Д., Тарева Е.Г. Ценности современного мира глобализации и межкультурное образование как ценность // ИЯШ. 2004. № 5. С. 44–48.
7. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., 1986. 381 с.
8. Пищальникова В.А., Сонин А.Г., Карданова К.С. Научные модели сознания: От образа к паттерну активации парадигмы научного знания в современной лингвистике: сб. науч. тр.; редкол.: Е.С. Кубрякова, Л.Г. Лузина. М.: Центр гуманитар. науч.-информ. исслед., 2008. С. 158–182.
9. Сулейманова О.А. Семантика безличных моделей со словами категории состояния // Контенсивные аспекты языка константность и вариативность. М.: Флинта: Наука, 2017. С. 43–67.
10. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка: учеб. пособ. М.: Высш. шк., 1985. 160 с.
11. Croft W., Cruise D. Cognitive Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 356 p.
12. Dobrovolskij, D., Piirainen, E. Idioms: Motivation and etymology // Yearbook of Phraseology № 1. Berlin; New York: Walter de Gruyter GmbH. KG, 2010. 212 p. P. 73–96.
13. Glucksberg S. Understanding figurative language: From metaphors to idioms. Oxford, UK: Oxford University Press. 2001. 142 p.
14. Langlotz A. Idiomatic Creativity: A Cognitive-linguistic Model of Idiom-representation and Idiom-variation in English. Amsterdam: John Benjamins Publishing. 2006. 254 p.
15. Naciscione A. Stylistic use of phraseological units in discourse. Amsterdam: John Benjamins, 2010. 292 p.
16. Sivanova-Chanturia A., Martinez R. The idiom principle revisited // Applied Linguistics? Oxford University Press, 2014. P. 1–22.
17. Svensson M.H. A very complex criterion of fixedness: non-compositionality // Phraseology: An interdisciplinary perspective. Granger, S., Meunier, F. (eds.). Amsterdam: John Benjamins, 2008. 422 p. P. 81–94.

**References***Istochniki*

1. *Kunin A.V.* Bol'shoj anglo-russkij frazeologicheskij slovar'. 5-e izd., ispravl. M.: 1998. 944 s.
2. Corpus of contemporary American English (COCA) [E'lektronny'j resurs]. URL: <https://corpus.byu.edu> (data obrashheniya: 20.09.2019).
3. The Wordsworth dictionary of proverbs / *Apperson G.L.* [et al.]. Hertford-London, Wordsworth editions Ltd., 2006. 656 p.

*Literatura*

4. *Arutyunova N.D.* Tipy' yazy'kovy'x znachenij: Otsenka, soby'tie, fakt. M.: Nauka, 1988. 341 s.
5. *Vikulova L.G., Serebrennikova E.F., Kulagina O.A.* Semiometriya refleksii o cennostyax sovremennogo obshhestva // *Lingvistika i aksiologiya. E'tnosemiometriya cennostny'x smy'slov: kollektivnaya monografiya.* M.: Tezaurus, 2011. 352 s. S. 196–230.
6. *Gal'skova N.D., Tareva E.G.* Cennosti sovremennogo mira globalizacii i mezkul'turnoye obrazovanie kak cennost' // *IYASH.* 2004. № 5. S. 44–48.
7. *Kunin A.V.* Kurs frazeologii sovremennogo anglijskogo yazy'ka: ucheb. dlya in-tov i fak. inostr. yaz. M.: Vy'ssh. shk., 1986. 381 s.
8. *Pishhal'nikova V.A., Sonin A.G., Kardanova K.S.* Nauchny'e modeli soznaniya: Ot obraza k patternu aktivacii paradigmy' nauchnogo znaniya v sovremennoj lingvistike: sb. nauch. tr.; redkol.: E.S. Kubryakova, L.G. Luzina. M.: Centr gumanit. nauch.-inform. issled., 2008. S. 158–182.
9. *Sulejmanova O.A.* Semantika bezlichny'x modelej so slovami kategorii sostoyaniya // *Kontensivny'e aspekty' yazy'ka konstantnost' i variativnost'.* M.: Flinta: Nauka, 2017. S. 43–67.
10. *Shanskij N.M.* Frazeologiya sovremennogo russkogo yazy'ka: ucheb. posobie. M.: Vy'ssh. shk., 1985. 160 s.
11. *Croft W., Cruise D.* Cognitive Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 356 p.
12. *Dobrovol'skij, D., Piirainen, E.* Idioms: Motivation and etymology // *Yearbook of Phraseology* № 1. Berlin; New York: Walter de Gruyter GmbH. KG, 2010. P. 73–96.
13. *Glucksberg S.* Understanding figurative language: From metaphors to idioms. Oxford, UK: Oxford University Press. 2001. 142 p.
14. *Langlotz A.* Idiomatic Creativity: A Cognitive-linguistic Model of Idiom-representation and Idiom-variation in English. Amsterdam: John Benjamins Publishing. 2006. 254 p.
15. *Naciscione A.* Stylistic use of phraseological units in discourse. Amsterdam: John Benjamins, 2010. 292 p.
16. *Siyanova-Chanturia A., Martinez R.* The idiom principle revisited // *Applied Linguistics?* Oxford University Press. 2014. P. 1–22.
17. *Svensson M.H.* A very complex criterion of fixedness: non-compositionality // *Phraseology: An interdisciplinary perspective.* Granger, S., Meunier, F. (eds.). Amsterdam: John Benjamins, 2008. 422 p. P. 81–94.

*A.I. Lyzlov*

**Evaluative Potential of Zoonymic Concepts in English Phraseological Units  
on the Example of Publicist Texts**

The article tackles English phraseologisms, objectifying zoonymic concepts. The article studies evaluative components of phraseologisms expressed by means of the given concepts: evaluative features and types of evaluation. Phraseological units of zoonymic character are studied as elements of publicist discourse. The source of the research material serves the data taken from dictionaries and corpus of the English language.

*Keywords:* evaluation; types of evaluation; English phraseologisms; publicist discourse.