

5. Куликовский Г.И. Беседные складчины и ссыпчины Обоенья // Этнографическое обозрение, 1889. №1. С. 106-114.
6. Майков Л. Великорусские заклинания. СПб, 1869.
7. Толстой Н.И. Язык и народная культура. М., 1995.
8. Этнография восточных славян. Очерки традиционной культуры / Отв. редактор К.В.Чистов. М., 1987.

**А.В.Субботина**

*Воронежский университет*

### **ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ, ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОДЫ К СОПОСТАВИТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ АФОРИЗМОВ И ПОСЛОВИЦ**

Современный этап развития языкознания характеризуется появлением дисциплин синтезирующего типа, в которых языковой материал изучается в широком контексте, т.е. с привлечением данных других наук. Так, когнитивная лингвистика исследует способы представления знаний о мире и процессы когниции, которые находят отражение в языке. Лингвокультурология занимается проблемами взаимосвязи и взаимодействия языка и культуры. Лингвоаксиология рассматривает язык как зеркало базовой системы ценностей социума.

Афоризм как индивидуально-авторский текст и пословица как фольклорный текст обладают способностью аккумулировать экстралингвистическую информацию и оказывать влияние на формирование мировоззрения адресата.

Изучение афоризмов и пословиц с позиций когнитивной лингвистики позволяет реконструировать отдельные элементы картины мира как совокупности представлений индивида или народа о мироустройстве (способах организации бытия) и миропорядке (правилах социального взаимодействия). В афоризмах и пословицах объективируются наиболее значи-

мые для культуры концепты. Поскольку культурологическая информация содержится в афоризмах и пословицах в концентрированном виде, максимально обобщенной форме, они являются материалом для лингвокультурологических исследований. Наконец, в лингвоаксиологии афоризмы и пословицы могут рассматриваться как оценочные тексты, в основе создания которых лежат базовые ценности.

Цель работы – представить некоторые приемы исследования морально-этических ценностных концептов, репрезентируемых в английских и русских афоризмах и пословицах о нравственном мире человека.

Морально-этический ценностный концепт хранится в сознании в виде совокупности культурно обусловленных представлений о морали, ценностных установках, социальных поведенческих ориентирах, которые приняты в обществе, и может быть выражен в языке абстрактным существительным, например *честность*, *порядочность* и т.п.

Такой концепт имеет многоуровневую полевую структуру: в центре заключена прототипическая единица УПК, на нее наслаиваются базовые концептуальные признаки, видимо, фиксируемые в словарях, и, наконец, на периферии находятся частные интерпретации отдельных концептуальных признаков и их сочетаний [4:60-64].

Афоризмы и пословицы группируются вокруг абстрактного понятия (имени концепта), содержат его дополнительные характеристики и могут быть классифицированы по способу репрезентации ценностных концептов.

Первая группа представлена единицами, в которых концепт объективируется языковыми средствами (абстрактным существительным, семантическая структура которого включает сему “качество характера”, или прилагательным). Примеры пословиц: “Без смелости сила попадает на вилы”, “В бою кто смел, тот и поспел”, “*Honesty is the best policy*”, “Be just before you are generous”. Примеры афоризмов: “Умеренность есть лучший пир”, “*Diligence is the mother of good luck*”, “It’s wiser being good than bad; it’s safer being meek than fierce; it’s fitter being sane than mad”.

Ядро первой группы составляют афоризмы, раскрывающие понятия “нравственность”/ “morality”. На периферии могут быть описаны отдельные устойчивые моральные качества людей, определяемые как положительные ценности.

Во вторую группу вошли афористические и фольклорные тексты, в которых ценность постулируется имплицитно. Такой способ репрезентации концепта чаще встречается в поговорах: “Береги нос в большой мороз” (подразумевается “осторожность, предусмотрительность”), “Constant dropping wears away a stone” (подразумевается “терпение”). Для поговорок менее, чем для афоризмов, характерно эклициитное выражение положительного или отрицательного качества, поскольку на бытовом уровне мышление более стихийно, менее абстрактно.

В третью группу афоризмов и поговорок включены единицы, в которых отрицательная оценка одного качества подразумевает положительную оценку противоположного качества, поэтому для анализа требуется изменить знак оценки. Примеры афоризмов: “Праздность есть мать скуки и многих пороков”, “Idleness is the holiday of fools” (можно предположить, что автор афоризма, осуждающего праздность, положительно оценивает не-праздность, стремление к труду, т.е. трудолюбие).

При исследовании единиц второй и третьей группы применяется интерпретативный анализ. Он состоит в определении (буквального) значения единицы и описания конкретной ситуации, лежащей в ее основе, и последующем расширительном толковании с целью выявления скрытого смысла единицы и описания прототипической ситуации в сознании носителя языка [1]. Интерпретативный анализ также включает определение знака морально-этической оценки, установление базовой аксиомы и базовой ценности в основе поговорки или афоризма.

По мнению Ю.С.Мартемьянова, афоризм строится на основе особой грамматики – “аксиоматики поведения” [3], что также свойственно поговорке. Аксиома поведения – узуаль-

но-поведенческий текст морального или утилитарного характера. Многие афоризмы и пословицы выражают соответствие или несоответствие требованию аксиом. Требования аксиом имплицитны, поскольку известны носителю языка и составляют часть его социокультурной компетенции. В аксиомах выражается нравственный идеал общества, стереотипы поведения и базовые ценности социума. Например, в пословицах “Как постелешь, так и выспишься”, “As you make your bed, so you must lie in it” представлена аксиома “Следует нести ответственность за свои поступки” и имплицитно репрезентируется ценность “ответственность” / “responsibility”

При переходе от традиционного семантического анализа к лингвокогнитивному вместо существующего многообразия семантических единиц (компонент значения, инвариантное значение, пресуппозиция и т.п.) целесообразно воспользоваться единой когнитивной единицей. Так, Е.И.Иванова вводит понятие “когнитемы” – пропозициональной единицы знания, функционально значимой для описания когнитивной модели одной пословицы, фрагмента пословичной картины мира или всей пословичной картины мира [2:57-65]. Введение новой терминологической единицы носит в указанной работе экспериментальный характер и вполне оправдано, поскольку позволяет в значительной степени рационализировать описание когнитивной модели пословицы. Автор высказывает предположение о том, что подобная методика анализа пословичных концептов может быть применена для когнитивных исследований других единиц. На наш взгляд, это особенно справедливо в отношении афоризмов как единиц структурно близких пословице, а также в отношении любых лингвокультурных текстов, в которых объективируются концепты.

Выделяемые в тексте афоризмов и пословиц когнитемы могут рассматриваться как отдельные концептуальные признаки, составляющие интерпретационное поле концепта и позволяющие упорядочить совокупность “однородных” концептов. Морально-этический концепт, вербализуемый абстрактным существительным “morality”, объективируется в ряде

афоризмов, каждый из которых указывает на определенные концептуальные признаки понятия “morality”, интерпретируемые его автором. Например: “Morality consists in suspecting other people of not being legally married” (G.B. Shaw), “Morality is simply the attitude we adopt to people whom we personally dislike” (O. Wilde). В данных афоризмах, несмотря на различия в плане содержания, объективно выделяется когнитема “Morality is what we think about other people (rather than about ourselves)”, которая в качестве концептуального признака входит в интерпретационное поле данного концепта.

Описанные нами приемы исследования афористических и пословичных текстов с позиций когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и лингвоаксиологии можно применить для реконструкции и сопоставительного изучения отдельных фрагментов концептосферы, а также для выявления специфики репрезентации концептов в афоризмах и пословицах.

### Литература

1. Дмитриева О.А. Культурно-языковые характеристики пословиц и афоризмов (на материале французского и русского языков): Дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 1997.
2. Иванова Е.В. Пословичные картины мира (на материале английских и русских пословиц). СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002.
3. Мартемьянов Ю.С. Афоризм: проблемы построения имплицитного текста // Имплицитность в языке и речи/ Отв. ред. Е.Г.Борисова, Ю.С.Мартемьянов. М.: Языки рус. культуры, 1999. С. 115 –124.
4. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж, 2001.