

*На правах рукописи*

**ХОМЯКОВА Надежда Анатольевна**

**Эмотивные фразеологизмы в русском,  
французском и английском языках**

**(сопоставительный анализ)**

10.02.20 - сравнительно-историческое,  
типологическое и сопоставительное языкознание

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва - 2008

Работа выполнена на кафедре славянских языков  
и методики их преподавания  
ГОУ ВПО «Московский педагогический государственный университет»

Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор  
***Валентин Ильич Зимин***

Официальные оппоненты - доктор филологических наук, профессор  
***Виктор Терентьевич Бондаренко***

кандидат филологических наук, доцент  
***Игорь Григорьевич Носенко***

Ведущая организация - ГОУ ВПО «Государственный институт  
Русского языка им. А.С.Пушкина

Защита состоится « 12 » сентября 2008 года в 11.30..часов на заседании диссертационного совета Д.212.155.04 при Московском государственном областном университете по адресу: 105082, г. Москва, Переведеновский переулок, д.5/7.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки Московского государственного областного университета по адресу: 105005, г. Москва, ул. Радио, д.10 а.

Автореферат разослан «.....» августа 2008 года

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор филологических наук,  
профессор



***Г.Т. Хухуни***

## Общая характеристика работы

В последние десятилетия существенно изменились подходы к исследованию фразеологии разных языков. Можно сказать, что уже прочно утвердились функционально-коммуникативный или коммуникативно-прагматический подход к анализу фразеологических единиц, а также функционально-параметрическое отображение их семантической структуры. Такой разносторонний подход к исследованию фразеологизмов разных языков способен, на наш взгляд, ответить на самые актуальные вопросы, связанные с семантикой и функционированием фразеологизмов: как фразеологизмы передают мысли и чувства человека, как они отражают культуру при концептуализации и означивании её сущностей, какую роль играет при этом деятельность эмоционального мышления человека, каким образом фразеологизмы участвуют в кодировании эмоциональных переживаний как внеязыковых концептов, какое место занимают эмотивные концепты в национальной культуре того или иного народа и др. Только на таком широком фоне лингвистических проблем можно понять содержание эмотивного компонента фразеологических единиц, его значимость в функционировании фразеологизмов в живой человеческой речи.

В последнее время всё чаще говорят о построении активной лингвистики, под которой понимается лингвистика, изучающая конкретные житейские ситуации речи, вербальное поведение человека как языковой личности, экспрессию речевых актов, в конечном счёте языковые эффекты (см. об этом: Барт 1999, 75).

«Особо активной лингвистикой является лингвистика эмоций. Это объясняется тем, что она изучает аффективную культуру языкового общества, эмоциональную компетенцию *homo sentiens*, эмоциональные коммуникативные локусы, игру эмоциональных смыслов, лексических и фразеологических средств языка как во внутрикультурном, так и в межкультурном общении. Этим перечнем проблематика лингвистики эмоций не исчерпывается. Новейший аспект лингвистики эмоций, который разрабатывается 2 – 3 года, - это семантико-когнитивный аспект эмотивности» (Шаховский 2004, 46). См. в этом аспекте работы: Гладь 2000; Вежбицкая 1999, 503 – 652; Вежбицкая 1996, 326 – 375;

Мы в конечном счёте хотим вписать свою работу в контекст лингвистики эмоций. Полагаем, что эмотивный компонент – это самый основополагающий компонент семантики фразеологизмов: абсолютное большинство фразеологизмов выражает своё значение не в нейтрально-логической, а в эмотивно-оценочной, экспрессивной, форме. Это-то и призывает нас считать фразеологизмы основным ядром единиц в построении лингвистики эмоций.

**Объектом исследования** в предлагаемой диссертации являются эмотивные фразеологизмы русского, французского и английского языков.

**Предметом исследования** является сопоставление эмотивных фразеологизмов названных языков на функционально-коммуникативной основе и с учетом функционально-параметрического отображения семантики фразеологических единиц.

Эмотивный макрокомпонент является самым основополагающим компонентом семантики фразеологизмов. Он самым тесным образом связан с другими компонентами семантики и прежде всего с мотивационным компонентом (с образом внутренней формы фразеологизмов), так как внутренняя форма провоцирует ту или иную эмотивность фразеологизма. Это в свою очередь вызывает и оценку содержания фразеологизма со стороны говорящего и его адресата. Здесь нелишне напомнить, что эмотивность обязательно и всегда содержит оценку как свою составляющую. Оценка может быть выражена в нейтрально-логической форме и тогда она не «соприкасается» с эмотивностью (например, в предложении «Эта книга хорошая» есть оценка, но нет эмотивности). В случае же эмотивного содержания определенного фрагмента языка (в нашем случае фразеологизма) обязательно присутствует и оценка. Связь эмотивности с образом внутренней формы, оценочным компонентом семантики фразеологизма, а также с денотативным, конечно же, вызывает определённую стилистическую «окраску» фразеологизма, т.е. определённую функционально-стилистическую маркированность уместного или неуместного употребления фразеологизма в данной сфере коммуникации. Всё, таким образом, связано во фразеологизме в единый узел, но эмотивный макрокомпонент – это «кульминация собственно смысловой информации», заключённой во фразеологизме (Телия 1990, 43).

Мы будем вести анализ эмотивности фразеологизмов на функционально-коммуникативной основе. Такой подход к исследованию эмотивности фразеологизмов позволяет определить **гипотезу исследования**: эмотивный макрокомпонент – это очень сложное когнитивное единство в сознании человека: эмотивный компонент значения фразеологизма содержит субъективные реакции на объективную реальность, отображаемую в денотативном компоненте фразеологизма, при этом говорящий выражает свои субъективные реакции, соотносясь с ценностной картиной мира, отражаемой в коллективном сознании говорящих, с национально-культурным видением мира и переживаниями в форме чувств-отношений.

Нас интересует эмотивность во фразеологических единицах как произведениях словесного искусства. Во фразеологизмах эмотивность «возбуждается» их внутренними формами, т.е. теми образами, которые заложены в основании фразеологизмов. Эти образы не являются непосредственно чувственными представлениями, но они представимы, воображаемы, умозрительны. Поэтому естественно предположить, что все фразеологизмы, обладающие образной внутренней формой, являются эмотивными по характеру своего значения.

Базовые эмоции являются универсальными, общечеловеческими. «Общее эмоциональное пространство человечества предполагает существование общего (инвариантного) эмоционального смыслового поля, которое кодируется и воспроизводится в лексических и фразеологических знаках языков. Эти эмотивные знаки обеспечивают как внутри, так и межкультурное общение *homo loquens* на эмоциональном уровне» (Шаховский 2004, 47). Однако объективация эмоций в языке, «возбуждение» каждого чувства-отношения (одобрения, неодобрения, презрения, пренебрежения, уничижения, порицания и т.п.) осуществляется на основе представления (осознанного или интуитивного)

внутренней формы фразеологизма, т.е. того образа, который лежит в основе значения фразеологизма и который определяет введение того или иного фразеологизма в коммуникативный процесс эмоциональных языковых личностей. Отсюда сделаем вывод, что, сопоставляя фразеологизмы разных языков в части эмотивных характеристик, надо тщательно просматривать внутренние формы фразеологизмов, провоцирующие те или иные чувства-отношения в психике людей как языковых личностей. Денотативные значения фразеологизмов разных языков универсальны (это можно признать а priori), но те же самые фразеологизмы имеют различные образные внутренние формы, «которые вызывают в эмоциональном сознании говорящих на разных языках различные сопутствующие эмотивные смыслы – основу различных эстетических, экспрессивно-оценочных переживаний» (Шаховский 2004, 50). Такие соображения надо положить в основу сопоставления эмотивных фразеологизмов разных языков, тогда при сопоставлении откроется как общее, так и специфичное в эмотивном содержании фразеологизмов русского, французского и английского языков.

**Цель исследования** – представить эмотивный компонент значения идиом как основной в семантической структуре фразеологических единиц русского, французского и английского языков. «Эмотивный макрокомпонент объединяет в себе всю информацию, соотносимую с чувством-отношением субъекта к обозначаемому» (Телия 1990, 42). Эмотивность действует в диапазоне «одобрение – неодобрение». Одобрение и неодобрение – это крайние точки шкалы, на которой располагаются, уклоняясь в сторону того или иного края, такие экстенсионалы, как презрение, пренебрежение, уничижение, порицание и т.п. В совокупности своих экстенсионалов эмотивность покрывает всё эмоциональное пространство говорящих индивидов и практически является кульминацией собственно смысловой информации. Если бы не было у фразеологизмов эмотивности, их бы и не употребляли с такой частотностью в эмотивной речи.

Достижение поставленной цели потребовало решения в диссертации следующих **теоретических и практических задач**:

описать теоретические предпосылки изучения эмотивного компонента фразеологизмов;

обосновать целесообразность изучения эмотивного компонента фразеологизмов на основе функционально-параметрического отображения семантики фразеологических единиц;

представить описание основных макрокомпонентов семантической структуры фразеологизмов: денотативного, грамматического, оценочного, мотивационного, стилистического;

дать подробное изъяснение эмотивного макрокомпонента в его соотношении с денотативным, оценочным, мотивационным компонентами, фиксируя особенное внимание на связях эмотивности и внутренней формы фразеологических единиц;

охарактеризовать основные экстенсионалы эмотивной шкалы: одобрение, неодобрение, презрение, уничижение, пренебрежение, порицание и т.п.

сопоставить эмотивные фразеологизмы русского, французского и английского языков, имея в виду, каким образом эмотивные экстенсионалы объективируются внутренними формами сопоставляемых фразеологизмов.

показать «причастность» эмотивного макрокомпонента фразеологизмов к выявлению вербальной символики в языке (в частности, во фразеологизмах) и её соотношения с деятельностью эмоционального мышления представителей разных языков.

**Материал исследования.** Материалом исследования послужила личная картотека автора – выборки из различных лексикографических источников. При этом отбирались те фразеологизмы, которые представляют интерес для характеристики основных эмотивных экстенционалов. Материал отбирался прежде всего из следующих источников: Л.А. Войнова, В.П. Жуков, А.И. Молотков, А.И. Федоров. Фразеологический словарь русского языка под редакцией А.И. Молоткова (1987); В.Г. Гак, Л.А. Мурадова, И.А. Будницкая, И.П. Лалаев, Л.С. Ковшова. Новый Большой французско-русский фразеологический словарь - *Le nouveau grand dictionnaire phraséologique français-russe*. Более 50000 выражений. Под редакцией Заслуженного деятеля науки Российской Федерации, доктора филологических наук, профессора В.Г. Гака. М.: 2005; Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь М., “Живой язык”, 1998. Дополнительный материал был извлечен из следующих словарей: Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий. Ответственный редактор – доктор филологических наук – В.Н. Теля. (2006); Н.М. Шанский, Е.А. Быстрова, В.И. Зимин. Фразеологические обороты русского языка (1988); В.И. Зимин, А.С. Спирин. Пословицы и поговорки русского народа. Большой объяснительный словарь. (2006); К.А. Ганшина. Французско-русский словарь. *Dictionnaire français-russe*. Издание десятое, исправленное (1987); А.Г. Назарян. Почему так говорят по-французски. Происхождение и толкование идиоматических выражений (1968); *Le Grand Robert de la langue française. Dictionnaire alphabétique française*. 9 vol. Paris. 1985; Новый большой англо-русский словарь в 3-х томах / Под ред. Ю.Д. Апресяна. –М.: Русский язык, 1993. *A complete Guide to British Heraldry* (by Arthur Charles Fox-Davis-London, T.C. and E.C. Jack, 1909; *Oxford English Dictionary*. Oxford, 1933, Vol. VII. Jennifer Seide W. *Mc Mordie English idioms and how to use them*. Oxford university Press, 1979.

**Методы исследования.** Теоретические и практические задачи, связанные с исследованием эмотивности фразеологизмов русского, французского и английского языков, потребовали применения разнообразной **методики исследования**. Эмотивному компоненту фразеологизма обычно приписывается когнитивный маркер “испытай (одобрение, неодобрение, презрение, пренебрежение, уничтожение, порицание...)”, что, на наш взгляд, существенно помогает восприятию фразеологизмов человеческим сознанием. Каждая сфера исследования обслуживается своим методом. Так, если надо определить значение фразеологизма, применяется компонентный метод анализа, базирующийся на анализе словарных дефиниций фразеологизмов в современных фразеологических словарях, при анализе семантической структуры фразеологизмов применяется метод функционально-параметрического описания их значения, при выяснении внутренней формы фразеологизмов – когнитивный метод, связанный со способностью говорящего индивида представлять ситуации мира реального,

отраженного в сознании и выраженного во фразеологизме, при восстановлении первоначального образа внутренней формы фразеологизма, провоцирующего ту или иную эмотивность фразеологизма, - этимологический метод. В зависимости от разнообразных задач использовались и другие методы лингвистического анализа фразеологизмов. Если исследование эмотивного макрокомпонента фразеологизмов «касалось» лингвокультурологического анализа, то мы прибегали к использованию культурного комментария, структура которого разрабатывалась Проблемной группой «Общая фразеология» под руководством доктора филологических наук В.Н. Телия и реализована в «Большом фразеологическом словаре русского языка: Значение. Употребление. Культурологический комментарий», изданном в 2006 г.). В целом совокупность исследовательских методов определяется сложностью самого объекта исследования – эмотивного компонента фразеологизмов русского, французского и английского языков.

**Научная новизна** работы состоит главным образом в том, что в ней была предпринята попытка углубленного использования метода функционально-параметрического анализа семантической структуры фразеологизмов русского, французского и английского языков; мы также стремились показать, что несмотря на то, что базовые эмоции универсальны, общечеловечны, их объективация допускает национально-специфичный характер, реализуемый во внутренней форме фразеологизмов и существенно влияющий на выражение эмоциональных переживаний в контекстах конкретной культуры русского, французского и английского национально-языкового социума.

Функционально-параметрический анализ семантической структуры фразеологизмов в целом и эмотивного компонента в частности непосредственно связан с «картиной мира» в каждом конкретном языке. Эта связь способствует поискам наиболее значимых методов анализа эмотивности фразеологизмов, являющихся, по нашему мнению, основным материалом в построении лингвистики эмоций, разрабатывающей семантико-когнитивный аспект эмотивности (Шаховский 2004, 46). В этом можно видеть также определённую теоретическую значимость нашего исследования.

**Практическая ценность** диссертации заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в вузовской и школьной практике преподавания русского, французского и английского языков, особенно такого курса, как «Лексикология и фразеология», различных по тематике спецкурсов, спецсеминаров и школьных факультативных курсов по фразеологии. Результаты диссертационного исследования принесут свою пользу при чтении отдельных лекций общего языкознания на филологических факультетах университетов, а также в практике создания различных (толковых, двуязычных и т.п.) фразеологических словарей. Значительная польза диссертационного исследования видится нами также в построении такой отрасли активной лингвистики, как лингвистика эмоций.

**Апробация работы.** Материал диссертационного исследования был обсуждён на заседании кафедры славянских языков и методики их преподавания, результаты исследования представлены в статьях, опубликованных в сборнике статей факультета славянской и западно-европейской филологии МПГУ и

межвузовских сборниках. Одна статья опубликована в издании, рекомендованном ВАК.

**На защиту выносятся следующие основные положения:**

Метод функционально-параметрического анализа семантики идиом является исключительно эффективным, он может быть успешно использован для описания эмотивного макрокомпонента семантической структуры фразеологизмов, так как дает возможность установить связи и отношения эмотивного компонента фразеологизмов с другими макрокомпонентами: с денотацией, мотивацией (здесь особенно существенна связь с внутренней формой фразеологизмов), оценкой и стилистической характеристикой.

Функционально-параметрическое описание семантической структуры фразеологизмов является эффективным способом выявления основных эмотивных экстенсионалов (одобрительное, неодобрительное, презрительное, пренебрежительное, уничижительное, порицательное и т.п.).

Базовые эмоции-отношения являются лингвистическими универсалиями, так как они наблюдаются во всех языках. Однако их объективация во внутренних формах фразеологизмов позволяет говорить о национально-культурном своеобразии эмотивных фразеологизмов каждого языка: русского, французского и английского. Это утверждение основывается на том, что современное значение фразеологизмов воспринимается не иначе, как в рефлексии к исходному образу (представлению) фразеологизма того или иного языка: образ внутренней формы фразеологизма провоцирует ту, а не иную эмотивную характеристику фразеологизма.

Функционально-параметрическое отображение семантики фразеологизмов является хорошей методологической основой для построения системы межъязыковых фразеологических эквивалентов. При сопоставлении фразеологизмов русского, французского и английского языков в части эмотивного компонента необходимо выяснять и сопоставлять образы внутренних форм фразеологизмов. Внутренние формы и эмотивные характеристики находятся в отношениях креативности: внутренние формы фразеологизмов провоцируют те, а не иные эмотивные характеристики фразеологизмов.

В последние годы ученые разрабатывают активную лингвистику. Особо активной лингвистикой является лингвистика эмоций. Это объясняется тем, что она изучает аффективную культуру языкового общества, эмоциональную компетенцию говорящих индивидов. Фразеологические единицы, нет сомнения, являются основным массивом эмотивных единиц языка. Разработка структуры эмотивности фразеологизмов русского, французского и английского языков значительно способствует построению активной лингвистики и в первую очередь лингвистики эмоций.

**Структура работы.** Наше диссертационное исследование включает в себя следующие части: Введение; три главы; Заключение; Библиография.

### **Основное содержание работы**

В первой главе – **Теоретические предпосылки изучения эмотивности фразеологизмов** – говорится об истории разработки фразеологии. Здесь дается



понимание фразеологии как науки, которая изучает устойчивые словосочетания в языке, и характеризуются основные этапы развития фразеологии.

Во фразеологии наметились новые тенденции, которые привели к иному пониманию объема фразеологии и к рассмотрению семантической структуры фразеологизмов в функционально-параметрическом отображении.

Мы присоединяемся к тем языковедам (это в основном разработчики «Фразеологического подфонда Машинного фонда русского языка»), которые на основе признаков воспроизводимости и устойчивости широко понимают фразеологию и относят к ней следующие разряды единиц: **идиомы** – фразеологические единицы, являющиеся абсолютно неделимыми по смыслу, их значение совершенно не зависит от лексического состава, от значений их компонентов и в синхронном плане также условно и произвольно, как значение немотивированного слова-знака: *как гром среди ясного неба, втирать очки, бить баклуши* и т.п.; **фразеологические сочетания** или **коллокации** – отдельно оформленные единицы, значение одного из компонентов которых совпадает со словарным или близко к нему, выбор других компонентов определяется узусом, особенностями номинации и не сводится к системно определяемой сочетаемости: *закадычный друг, заклятый враг, окладистая борода, крошечный ад* и т.п.; **пословицы и поговорки** – краткие народные изречения: *волков бояться – в лес не ходить, большому кораблю большое плаванье, игра не стоит свеч, овчинка выделки не стоит*; **составные термины и наименования** – языковые неоднословные единицы, смысловая целостность которых создается непосредственной их отнесённостью к одному предмету или понятию: *Российская Федерация, восклицательный знак, углекислый газ* и т.п.; **крылатые выражения** – краткие изречения, отличающиеся от пословиц и поговорок тем, что их источник происхождения обычно известен (автор, то или иное произведение): *А счастье было так возможно* (из романа А.С. Пушкина Евгений Онегин), *На заре туманной юности* (цитата из стихотворения А.В. Кольцова «Разлука») и т.п.; **штампы и клише**: **штампы** – неоднократно воспроизводимые штампованные формулы языка общественно-политической публицистики, представляющие собой идеологизированные и социологизированные единицы, отражающие соблюдение определенной идеологии «в рамках существующего порядка», **клише** – удобное средство речевого стандарта в общественно-политической публицистике, заготовка с фиксированной схемой воспроизводства, соотносимая с определённой ситуацией: *совершить поездку, возложить ответственность, мировая общественность* и т.п.; **грамматическая фразеология** – многокомпонентные, но цельные по смыслу образования: *между тем, как; в связи с; вследствие того, что* и т.п.

В нашем диссертационном исследовании описываются в основном идиомы русского, французского и английского языков.

В первой главе представлено функционально-параметрическое отображение семантической структуры фразеологизмов, которое является в диссертации лингвистической и методологической основой изучения эмотивности фразеологизмов.

Функционально-параметрическое отображение семантической структуры фразеологизмов предполагает их рассмотрение как сложной семантической структуры, состоящей из некоторых макрокомпонентов, которые отражают структуризацию значения фразеологизма по типам передаваемой информации. Каждый компонент семантической структуры фразеологизма представляет для человеческого сознания как бы определенный пучок информации, исходящий от фразеологизма в живом его употреблении. В диссертации вслед за разработчиками Фразеологического подфонда Машинного фонда русского языка (см. Телия, 1987;.1988; 1990, 32-40 и др.) выделяются следующие компоненты семантической структуры фразеологизмов: **денотативный** компонент (этот компонент передает информацию о классе обозначаемых в мире событий, явлений, предметов, состояний и т.п., денотативное содержание фразеологизма обычно представляется в словаре в виде формулы толкования, например, *выходить из себя* – очень сильно раздражаться, сердиться, терять контроль над собой), **грамматический** компонент (он отображает все грамматические, или кодовые, свойства идиомы), **оценочный** компонент (он несёт информацию о ценности того, что отображается в денотативном содержании идиомы, при этом обычно субъект соотносит с ценностной картиной мира всё, что случается или происходит в мире и отражено во фразеологизмах, оценка действует в диапазоне «хорошо- плохо», оценочная шкала «хорошо – плохо» является основой той модальной рамки, которую оценочность задает высказыванию), **мотивационный** компонент (он даёт информацию о том, каким образом мотивируется значение фразеологизма, как соотносится значение фразеологизма с его образным основанием, лежащим в основе номинации фразеологизмом определенного явления действительности; мотивационный компонент принято соотносить с тем феноменом, который в современной лингвистике называется внутренней формой наименования; мотивацию фразеологического значения рассматриваем в связи с **внутренней формой фразеологизма**, а также с другими компонентами семантической структуры фразеологизма, в частности, с денотативным, эмотивным компонентом и с **фразеологической картиной мира**). В диссертации подробнее других рассматривается внутренняя форма фразеологизма как фактор, мотивирующий значение фразеологизма и его эмотивность, последнее имеет наипервейшее значение для нашего исследования. Внутренняя форма фразеологизма, являющаяся носителем мотивированности, часто содержит элементы национально-культурного плана, так как фразеологизмы возникают на основе «образного представления о действительности, отображающего по преимуществу обиходно-эмпирический, исторический и духовный опыт языкового коллектива, связанный с его культурными традициями» (Телия 1993, 302). Затем в семантической структуре фразеологизма выделяется **эмотивный** компонент, являющийся предметом нашего исследования (этот компонент объединяет в себе всю информацию, которая соотносится с чувством-отношением субъекта к обозначаемому). Эмотивность проявляет свое действие на шкале «одобрение – неодобрение» (Телия 1990, 42-43; Лукьянова 1986; Матвеева 1986; Трипольская 1984 и др.). Это крайние точки шкалы, между которыми располагаются другие эмотивные характеристики типа презрение, пренебрежение, уничижение, порицание, ирония и т.п.). Наконец, выделяется **стилистический** компонент. Он

регулируется фактами не внутриязыкового, а социального характера, указывая на маркированность фразеологизма в той или иной сфере коммуникации на основе признака уместности/неуместности употребления фразеологизма в этой сфере. Фразеологизмам можно приписать следующие стилистические пометы (здесь мы идём вслед за авторами «Большого фразеологического словаря русского языка...» 2006, 780): **реч. стандарт** (речевой стандарт), «если фразеологизм может употребляться в любом неофициальном разговоре или тексте» (например, *наставлять на ум, со всех ног* и т.п.), **неформ.** (неформальное), «если предполагается, что общение протекает независимо от социальных статусов или ролей говорящих» (например, *вешать нос, мелкая сошка и т.п.*), **фам.** (фамильярное), «когда отношения собеседников настолько близкие, что можно говорить всё, что вздумается и как вздумается», **грубо—фам.** (грубо-фамильярное), «если собеседники переходят за границу «приличных рамок общения» (*чёртова кукла, дубина стоеросовая*). «Помета **книжн.** применяется традиционно и означает, что фразеологизм обычно употребляется людьми образованными (типа *ахиллесова пята, витать в облаках* или *в эмпиреях*)» (все строки в кавычках – это цитации из: Большой фразеологический словарь русского языка 2006, 780). Помета **прост.** (просторечное) указывает на то, что фразеологизм отклоняется от литературно обработанной (кодифицированной) нормы (например, *серёдка на половинку*). Наконец, помета **разг.** (разговорное) большинством фразеологических словарей не вводится: нам представляется это вполне обоснованным: абсолютное большинство фразеологизмов является достоянием разговорной речи.

Более подробно в стилистическом отношении идиомы в современном русском языке характеризуются на основе нескольких признаков: 1) по социально-функциональному признаку - публицистическое, канцелярское, профессиональное, детское, разговорно-сниженное, разговорно-фамильярное. 2) по хронологическому признаку - устаревшее, устаревающее, новое (неологическое); 3) по жанровому признаку — высокое, вульгарное, народно-поэтическое; 4) по территориальному признаку - областное, диалектное; 5) по признаку нормативности/ненормативности - не рекомендуется, неправильное.

Мы избираем функционально-параметрическое отображение семантической структуры фразеологизмов в качестве лингвистической и методологической основы изучения для того, чтобы показать отношения эмотивного компонента в семантической структуре фразеологизма с другими компонентами и прежде всего с мотивационным (внутренней формой фразеологизма), оценочным и стилистическим.

Во второй главе – «**Эмотивный макрокомпонент семантической структуры фразеологизмов**» - имеется два параграфа.

В первом параграфе – «Взаимоотношение эмотивного компонента с другими компонентами семантики фразеологизмов» - говорится о необходимости разграничения эмоций-состояний и эмоций-отношений. В различных языках есть много фразеологических единиц, которые номинируют те или иные эмоции, понимаемые как определённые психоэмоциональные состояния человека. Здесь надо отметить прежде всего отрицательные и положительные психоэмоциональные состояния. Приведём примеры отрицательных

психоэмоциональных состояний человека, выражаемых фразеологизмами, в русском и французском языках (некоторые примеры берём из работы (Луговая 2007): *сидеть как на иголках* - *être sur les épines* (в этих фразеологизмах выражается волнение, тревога, беспокойство), *кошки скребут на душе* - *s'ennuyer à avaler sa langue* (грусть, тоска, беспокойство, тревога), *белый свет не мил кому* - *avoir le coeur bas* (подавленность, напряженность; измождение), *ходить как туча* - *avoir le caiffard* (мрачное, плохое настроение, расстройство, грусть, тоска), *душа уходит в пятки* - *avoir une peur bleue* (страх, ужас, испуг, чувство опасности), *не знать куда глаза девать* - *ne savoir ou se mettre* (смущение, стыд, угрызения совести, вина). А теперь приведём примеры положительных психоэмоциональных состояний человека: *быть на седьмом небе* - *être ravi au septieme ciel* (радость, счастье, гедонистические эмоции), *зубы разгорелись у кого на что* - *avoir l'envie bleue de* (увлеченность, интерес, сильное желание, страсть), *кататься со смеху* - *rire à tordre les cotes* (чувство юмора). Что можно сказать по поводу таких фразеологизмов? Они называют то или иное психоэмоциональное состояние человека, которое в этих фразеологизмах является их денотативным значением. Другое дело – эмоции-отношения. Они выражают эмотивное отношение говорящего к содержанию фразеологизма, к тому участку действительности, которая отражена в значении фразеологизма. В значении же фразеологизмов содержатся не только эмоции-состояния, лежащие по существу в основе их денотативного значения, но и все другие явления мира действительного: характеристика человека (*кровь с молоком, драная кошка* и т.п.), физическое состояние человека (*лыка не вязать, голова идёт <пошла> кругом* и т.п.), физическое действие и перемещение (*на всех парах, уносить/унести ноги* и т.п.), интеллектуальная деятельность (*на свежую голову, разложить по полочкам, ставить/поставить во главу угла* и т.п.) и др. В значениях всех приведённых фразеологизмов не содержится указания на эмоции-состояния, а отражаются другие явления реальной действительности, но ко всем этим фразеологизмам (по крайней мере - к большинству) вполне приложимы те или иные эмоции-отношения: например, *лизать пятки* – прислуживаться, угождать. Подразумевается, что раболепное поведение, основанное на лстивой покорности и добровольном унижении, используется для того, чтобы вызвать благоприятное отношение или выразить проявление преданности и полной покорности. Имеется в виду, что лицо или группа лиц, социальный коллектив старается выслуживаться, заискивающим поведением расположить к себе другое лицо, другую группу лиц или другой социальный коллектив. К такому содержанию, которое отражается в этом фразеологизме, в нашем культурно-языковом социуме устанавливается презрительное отношение. Поэтому после толкования значения фразеологизма к нему, естественно, прибавляется эмотивная характеристика: говорится с презрением. *Падать/упасть <пасть> духом* – унывать, отчаиваться. Имеет в виду, что лицо подавлено какими-нибудь обстоятельствами, утратило всякую бодрость и надежду, ни в чём не находит утешения. Такое содержание значения фразеологизма в русском культурно-языковом социуме не приветствуется и вызывает неодобрение. Толкование значения фразеологизма, естественно, сопровождается эмотивным маркером: говорится с неодобрением.

О необходимости разграничивать эмоции-состояния и эмоции-отношения ярко свидетельствуют фразеологизмы, основой значения которых являются психоэмоциональные состояния, вызывающие к ним то или иное эмотивное отношение: например, *кошки на сердце скребут* <скребли/заскребли> [на душе]. Фразеологизм означает определенное психоэмоциональное состояние человека – состояние щемящей тоски, беспокойства. Подразумевается глубокое внутреннее переживание, скрываемое от других. Имеется в виду, что лицо испытывает сильное чувство тоски, грусти, тревоги. Такое состояние, естественно, человеком не одобряется, поэтому толкование значения этого фразеологизма надо сопровождать указанием на характер эмотивного отношения: говорится с неодобрением.

Другой вопрос, который мы хотели бы специально оговорить, - это вопрос об отношении эмоций к концептуализации их в языковой картине мира. В целом изучение эмоций как особого языкового феномена «является одним из важнейших направлений коммуникативно-ориентированной лингвистики – лингвистики эмоций (или теории эмотивного языка). В рамках этого направления ключевыми аспектами являются исследование процессов категоризации человеческих эмоций, анализ эмоциогенных ситуаций, эмоциогенных факторов текста, специфики и особенностей эмотивного вокабуляра языка, определение конкретных элементов языка, являющихся вербальными манифестантами чувств, эмоциональных состояний и отношений человека и др.» (Фомина 2006, 6).

Мы полагаем, что фразеологические единицы языка имеют едва ли не основное значение в вербализации человеческих чувств, посредством фразеологизмов передается очень сложная гамма эмоций-отношений. Часто считают, что эмоции – это только чувства и как таковые они лишены концептуального содержания. Однако, по мнению Дж. Лакоффа, эмоции имеют чрезвычайно сложную концептуальную структуру, которая даёт почву для весьма разнообразных нетривиальных выводов (см. об этом: Лакофф 2004, 491). Лакофф анализирует концепт «anger» («гнев») и убедительно показывает, что эмоции не являются просто аморфными чувствами, но обладают детально разработанной когнитивной структурой. Он приходит к выводу, что эмоциональные концепты являются воплощёнными, т.е. «реальное содержание концептов коррелирует с физическим опытом тела» (Лакофф 2004, 258). Последнее («коррелирует с физическим опытом тела») очень важно, потому что нацеливает на обязательное в этом случае антропоцентрическое изучение эмоций в языке, а применительно к фразеологизмам, создаваемым обычно на образно-ассоциативной основе, заставляет апеллировать к человеческому воображению в соотношении сигнификативного значения фразеологизма с его образной внутренней формой, которая является эмоциогенным фактором, «возбудителем» того или иного чувства-отношения к содержанию, отображаемому во фразеологизме. Не случайно, мотивационный макрокомпонент семантики фразеологизма (собственно его внутренняя форма) сопровождается когнитивным маркером «вообрази, представь...», а эмотивный макрокомпонент – эмотивным маркером «испытай неодобрение // презрение // унижение // пренебрежение и т.п.

Что же надо иметь в виду под эмоциональным концептом? Эмоциональный концепт надо понимать как «квант структурированного знания» определенный фрагмент эмоционального мира человека, зафиксированный когнитивной структурой в языке, т.е. обозначенный либо лексемами, либо фразеологизмами, в общем – языковыми единицами, способными обозначать эмоции. Фразеология содержит много фразеологизмов, обозначающих чувствосостояния (*вешать/повесить нос, глаза на лоб лезут/полезли, душа <сердце> в пятки [уходит/ушла, ушло], душа <сердце> не на месте, как у Христа за пазухой, кровь стынет в жилах, отлегло от сердца, сердце кровью обливается, сходится/сойти с ума, хоть ложись да помирай <умирай> и т.п.*) и чувства-отношения (*душа не лежит, поворачиваться/повернуться спиной, принимать/принять близко к сердцу, [как] кость в горле, как об стенку <стену> горох, как с гуся вода, от чистого сердца, сидеть в печёнках, хоть бы хны, хуже <пуще> горькой редьки и т.п.*). При этом чувства-отношения можно выразить дважды: толкованием значения фразеологизма и когнитивным маркером эмотивности, ср, например, *к чёрту <к чертям, ко всем чертям; к чёртовой бабушке>* - вон, долой. Имеется в виду, что лицо в грубой форме выражает крайнее раздражение против другого лица, реже – против какого-либо вещного объекта, желая поскорее избавиться от объекта раздражения. Говорится с неодобрением.

Таким образом, можно утверждать, что эмоции поддаются концептуализации в языковой картине мира, при этом они рассматриваются не только как основная мотивирующая система, но и как индивидуальные психоэмоциональные процессы, которые придают смысл и значение человеческому существованию (см. об этом: Изард 2000, 52). С учетом сказанного можно видеть, что в концептуализации эмоций в языковой картине мира наблюдается два взаимосвязанных аспекта: релятивный характер эмоций (они всегда выражают отношение субъекта к кому-либо, чему-либо) и 2) непосредственность эмоционального переживания.

Фразеологизмы любого языка выявляют в себе две функции: собственно-номинативную (они называют различные явления реального мира) и эмотивно-оценочную. Последняя непосредственно связывается с прагматикой языка. Как известно, оценка реалий окружающего мира говорящим основывается обычно на эмоциональных переживаниях. «В человеке всё движимо эмоциями, эмоции являются мотивационной основой его деятельности» (Изард 2000, 208). При этом, как полагают многие исследователи, понятия «эмоция» и «оценка» взаимопроникают и взаимообуславливают друг друга, и это находит своё отражение в языке. При этом, если оценку можно выразить рационально-логически, как например, в предложении «Эта книга хорошая», то эмотивность «автоматически» включает в себя оценку, нельзя выразить то или иное эмотивное отношение, не оценивая содержание, выражаемое фразеологизмом. На этом основании можно утверждать, что рассмотрение эмотивности фразеологизмов в аксиологическом аспекте не может обойтись без разделения эмоций-отношений, выражаемых фразеологизмами, на мелиоративно и пейоративно маркированные.

Какое отношение имеет концептуализация эмотивных переживаний, отражаемых во фразеологизмах, к культуре? Различаются ли национальные культуры характеристиками эмоциональных состояний? На эти вопросы надо отметить положительно. Как утверждают некоторые исследователи (см., например: Matsumoto 2003, 290; Ekman, Friesen 1969; Шаховский 2004, 47-48), национальные культуры значительно различаются характеристиками эмоциональных состояний, набором лексики и фразеологии, которая используется при описании и категоризации эмоций. В.И. Шаховский, например, пишет: «Общеизвестно, что эмоции являются таксоном культуры и что их вербализация в различных языковых культурах не всегда совпадает по форме, объёму и качеству эмотивных смыслов. Всё множество эмотивной лексики и фразеологии конкретного языка передаёт национальную картину чувств, а определённая группировка эмотивных знаков по исходным эмотивным смыслам отражает глобальную эмоциональную картину чувств. Эти знания об эмоциях существенно влияют на речевое поведение в обоих типах общения – внутри- и межкультурном» (Шаховский 2004, 48). Всё сказанное выше позволяет думать, что существуют культурные нормы проявления эмоций (Ekman, Friesen 1969), которые предписывают характер проявления индивидами конкретного этноса универсальных эмоций при определенных обстоятельствах. При сопоставлении эмотивной лексики и фразеологии это должно быть более заметно. Менее заметен национально самобытный характер эмоциональных концептов при отсутствии сопоставления языков и культур. Часто это бывает следствием того, что психолингвисты, предметом изучения которых являются эмоциональные концепты, обычно сосредоточивают своё внимание на тех из них, которые лексикализованы в их родном языке. Да и в одном языке для того, чтобы виднее была национальная самобытность эмоциональных концептов, необходимо свести воедино все виды репрезентации эмотивной составляющей этнокультурных концептов, а именно: лексические единицы, которые фиксируют элементами своего значения позитивные и негативные оценочные представления, группы слов, называющих собственно эмоции, языковые единицы, которые приобретают эмотивную окраску в контексте, непосредственно эмотивную лексику – междометия, слова в метафорическом значении и, конечно же, фразеологические единицы, имеющие ассоциативно-образный характер внутренней формы, провоцирующей также яркую эмотивность фразеологизмов.

Таким образом, нет сомнения, что отражение эмоций в различных языках имеет этнокультурную обусловленность. При этом важно отметить, что вербализация эмоциональных концептов теснейшим образом связана со спецификой национального характера этноса. «Именно язык находится с характером в теснейшем взаимодействии. Сильнейшие и очень тихие, настойчивые и плодотворным образом живущие существа вливают в него (язык) свою мощь и нежность, глубину и сокровенность, и он посылает для образования тех же настроений родственные звучания из своих глубин» (Humboldt 1876, 31, мы цитируем по (Фомина 2006)).

В нашей диссертационной работе речь идёт об эмоциях-отношениях. Таким образом, эмотивный макрокомпонент в семантической структуре фразеологизма

всякий раз будет указывать на то или иное эмотивное отношение (эмоцио-отношение) к образно-ассоциативному содержанию внутренней формы фразеологизма.

Эмотивный макрокомпонент в структуре семантики фразеологизма взаимодействует с другими компонентами и прежде всего с денотативным и оценочным макрокомпонентами. Мы уже говорили, что оценка действует в контексте мнения, в диапазоне “хорошо – плохо”. Оценочная шкала “хорошо – плохо” является основой той модальной рамки, которую оценочность “задает” высказыванию. Эмотивность же действует в контексте чувства-отношения (мы употребляем этот “сложный” термин в отличие от другого термина – “чувство-состояние”) в диапазоне “одобрение – неодобрение”. Эмотивная шкала “одобрение – неодобрение” является основой той модальной рамки, которую эмотивность “задает” высказыванию. И у оценочности и у эмотивности есть свои отношения с экспрессивностью. Экспрессивность – это такая семантическая категория (см. Лукьянова 1986, 140), которая связывается с экспрессивной функцией языка и имеет систему средств выражения на всех уровнях. В идиомах экспрессивное значение – это представление об “образе-гештальте” и об эмоциональном отношении к нему. Семантическим основанием эмотивности является чувство-отношение субъекта к обозначаемому. См. примеры некоторых эмотивных идиом: *не находить себе места* – испытывать крайне возбужденное нервное состояние, беспокоиться, тревожиться (говорится с неодобрением); *носиться как с писаной торбой* – уделять излишне много внимания, заботы тому, кто этого не заслуживает (говорится с неодобрением); *коптить небо* – существовать без определенной жизненной цели, жить без пользы для других (говорится с неодобрением).

Эмотивный компонент имеет самое существенное значение для прагматики фразеологических единиц, поскольку семантика этого компонента адекватна его прагматическому статусу.

При описании эмотивности фразеологизмов необходимо различать понятия “эмоциональность” и “эмотивность” в духе Ш.Балли (Балли 1961), который впервые ввел эти сущности, а также других лингвистов, поддержавших разделение этих понятий (Ларин 1974, Шаховский 1983, 1987; Шингаров 1971, 3, 9; Маслова 1991, 185 и др). Эмоциональность – психическая характеристика личности, состояния, уровня ее эмоциональной сферы. Эмотивность – лингвистическая характеристика речевых средств или всего текста, понимаемого как совокупность языковых средств, способных произвести эмоциональный эффект, т.е. вызвать у реципиента соответствующие эмоции (см. об этом: Маслова 1991, 185). Соответственно будем разграничивать и понятия эмоции и эмотивности в духе информационной концепции Г.Х. Шингарова. Эмоции – обозначение чувств-переживаний, эмотивность – обозначение психических процессов, связанных с эмоциями, но не сводимых только к ним.

Эмотивный компонент фразеологических единиц объединяет в себе всю информацию, соотносимую с чувством-отношением субъекта к обозначаемому. «Наиболее естественным путем изучения семантики эмотивно-оценочной



модальности представляется рассмотрение образующих её чувств-отношений как психических универсалий в форме экстенсионалов этих отношений, соержащих целый ряд взаимодействующих переменных, в том числе субъект, объект и характер отношения, место, время и способ проявления, социальные роли субъекта и объекта (если объект – лицо) и т.п. Под экстенсионалом понимается набор релевантных черт или параметров, образующих некую типовую ситуацию в мире» (Графова 1991, 67). При этом эти черты отражаются в сознании в виде определенного эмотивно-оценочного отношения, а знания о мире складываются по определенным правилам (нормам, схемам) из знаний о некотором наборе стереотипных ситуаций (см. об этом: Мински 1979).

Эмотивность фразеологических единиц “возбуждается” внутренней формой фразеологизма, т.е. образом-гештальтом, который лежит в основе смысловой целостности фразеологизма и вызывает образно-ассоциативную связь с ним сигнификативного значения фразеологизма. Ассоциативно-образное основание фразеологизма является необходимым стимулом для появления эмоциональной реакции: без этого стимула у говорящего (и соответственно у слушающего) не может появиться чувства-отношения из диапазона “одобрение – неодобрение”. Эмотивное чувство-отношение всегда мотивировано, “эмотивно окрашенное значение обнаруживает себя через мотивацию, которая и служит эмоциогенным макрокомпонентом этого значения” (Телия 1991, 21).

Во втором параграфе второй главы приводится описание оценочно-эмотивных предикатов.

Фразеологизмы придают всему высказыванию, содержащему их, определенную иллокутивную силу, равнозначную перформативному употреблению предикатов типа одобрять, презирать, унижать, пренебрегать и т.п. Один и тот же фразеологизм, употреблённый в разных контекстных высказываниях, может вызвать различные чувства-отношения говорящего к обозначаемому (амбивалентность эмотивных характеристик). В связи со всем этим неизбежно встают вопросы: можно ли содержательно описать каждый вид “чувства-отношения”, насколько это описание окажется объективным и тем самым пригодным для практических целей (для практики составления фразеологических словарей, для преподавания языков в части фразеологии и т.п.).

На эти вопросы можно ответить положительно. Несмотря на то, что эмотивность фразеологизмов рассматривается и с точки зрения узуса употребления (конвенциональности) и употребления окказионального, когда определенная эмотивность “открывается” лишь в данном определенном высказывании, все же можно каждому чувству-отношению приписать определенное объективное содержание – это определенные психические универсалии, которые поддаются обобщению и содержат “целый ряд взаимодействующих переменных, в том числе субъект, объект и характер отношения, место, время и способ его проявления, социальные роли субъекта и объекта (если объект – лицо) и т.д.” (Графова 1991, 67). Таким образом, каждое чувство-отношение имеет свой экстенсионал, под которым “понимается набор релевантных черт, или параметров, образующих некую типовую ситуацию в мире” (Графова 1991, 67). Речевые ситуации стереотипны. Их стереотипность

основывается на определенных правилах, нормах, существующих в языковом социуме. Это-то и ограничивает возможности окказионального эмотивного употребления фразеологизмов, заставляет их подчиняться узусу, а во фразеологических словарях открывает возможность пусть относительной, но все же устойчивой эмотивной характеристики фразеологических единиц. Как говорит В.Н. Телия, “например, вряд ли уместно говорить о том, что *перемывать косточки* вызывает восторг, восхищение и говорится с одобрением, что тот, о ком говорят *голь перекатная*, вызывает нежность и одобрение, а работа *до седьмого пота* – ярость и пренебрежение и т.п.” (Телия 1996, 205). Таким образом, если сами чувства (ярость, негодование, радость, гнев и т.п.) в основе своей субъективны, их проявления сиюминутны, целиком ситуативны, в самой сильной степени зависимы от речевой ситуации, то чувства-отношения – социологизированы, типизированы, подконтрольны узусу. Именно с этих позиций мы и характеризуем семантическое содержание (экстенсионалы) эмотивно-оценочных отношений, выражаемых во фразеологизмах. В диссертации характеризуются основные эмотивно-оценочные отношения, предварительно распределённые на несколько групп в связи с их “нерядоположенностью”: 1. неодобрение, презрение, пренебрежение, уничижение, осуждение, порицание; одобрение; 2. ирония, шутка, насмешка; 3. почтение, снисхождение и т. п. При этом имеется в виду, что при определении экстенсионалов дается не описание соответствующих лексем (одобрение, неодобрение, презрение и т.п.), а универсально-типологическое интерпретирование “вычленяемой в мире и отражаемой сознанием ситуации переживания и выражения определённого национально-оценочного отношения” (Графова 1991, 67).

Здесь приведём описание только некоторых эмотивно-оценочных отношений, в частности, неодобрения и презрения.

Эмотивно-оценочное отношение **неодобрения**. Неодобрение - это наиболее широкий экстенсионал, составляющий крайнюю точку эмотивно-оценочной шкалы “одобрение – неодобрение”. Неодобрение как термин условно используется в качестве понятия, обозначающего весь диапазон эмотивно-оценочной модальности отрицательного спектра. В силу этого экстенсионал неодобрения лишен эмоциональной доминанты, неодобрение – это и презрение, и уничижение, и пренебрежение, и порицание и т. п. В русской, французской и английской фразеологии большинство единиц является неодобрительными, говорится с неодобрением. Отрицательно окрашенные эмотивно-оценочные фразеологизмы преобладают над положительными по причине особенностей человеческого сознания и языка членить отрицательный опыт более подробно и тщательно, чем положительный. Положительный же опыт воспринимается как норма (см. об этом: Вольф 1985), в области аксиологических понятий норма лежит не в середине шкалы, а практически совпадает с ее положительным полюсом (см. об этом: Арутюнова 1988, 235), да и самое норму можно характеризовать как положение, которое соотносится с позитивной оценкой социума, оценкой не отдельного субъекта (что может быть в конкретной ситуации), а всех и каждого (что обычно бывает в языковом стандарте). Нормы, существующие в языковом социуме, являются социально-положительными, вызывают одобрение поступков

индивидов, различных явлений и предметов, нарушение норм и несоблюдение запретов вызывает отрицательную реакцию окружающих. Экстенционал неодобрения может быть описан лишь в самом общем виде, потому что он включает в себя параметры, присущие всем другим составляющим его конкретным экстенционалам: субъект (лицо или социальный коллектив) считает, что объект (лицо или социальный коллектив, или поведение лица, или объект предметного мира, или какое-либо явление) не соответствует его требованиям (или его социума) по какому-либо аспекту (морально-нравственному, социальному, функциональному, этическому, эстетическому и т.п.) и потому испытывает к объекту (выражает это в своём поведении, в том числе и речевом) отрицательное эмотивно-оценочное отношение, желая вызвать такое же отношение у адресата.

Эмотивно-оценочное отношение **презрения**. “Презрение – это чувство-отношение, объектом которого выступает лицо (реже – группа лиц или социальный коллектив). Это устойчивое, интенсивное эмоционально-оценочное отношение отрицательного спектра, возникающее только в связи со значимыми для субъекта людьми и событиями и вызываемое либо нарушением объектом оценки основных морально-этических норм субъекта (и общества) в сфере межличностных или социальных отношений, либо осознанием субъектом своего превосходства над объектом в силу принадлежности последнего к менее престижному социуму, нежели тот, членом которого он сам является” (Графова 1991, 68). Презрение распространяется только на людей (их действия, поступки и т.п.), но не на вещи или явления: см. такие фразеологизмы, как *держат нос по ветру, лизать пятки, ни уха ни рыла* и т.п.

Аналогичным образом в диссертации описываются эмотивно-оценочные отношения пренебрежения, уничижения, осуждения, порицания, одобрения, а также шутки (шутливое), насмешки (насмешливое), почтения (почтительное), снисхождения (снисходительное).

В третьей главе – **«Сопоставительное описание эмотивных фразеологизмов русского, французского и английского языков»** - говорится о разработке общей методики сопоставления эмотивных фразеологизмов указанных языков и приводится система межъязыковых фразеологических эквивалентов.

Большие усилия исследователей были направлены на выработку системы межъязыковых фразеологических эквивалентов. Может быть, до сих пор нет более или менее единого понимания межъязыковой фразеологической эквивалентности, однако различные типы межъязыковых фразеологических эквивалентов стали формулироваться во многом сходно у разных исследователей. Очевидно, что исследователи по-разному понимают семантическую структуру фразеологизма, различным образом выделяют наиболее главные компоненты семантической структуры, по-разному видят зависимость между компонентами, по-разному понимают коннотацию фразеологических единиц и т.п. От этого во многом зависит и выделение тех или других межъязыковых фразеологических эквивалентов. Так, например, некоторые исследователи (см. Туровер 1973; Быстрова 1976), анализируя фразеологизмы в типологическом аспекте, приходят к мысли о необходимости разграничивать межъязыковую фразеологическую

эквивалентность и типологическую идентичность фразеологических единиц. Они выделяют полные конвергенты – структурно-семантические тождества, характеризуя фразеологизмы, полностью совпадающие по семантике, внутренней форме, лексическому составу, стилистической окраске, лексико-семантической сочетаемости и т.п. Во многих случаях допускаются различия в семантике. М.М. Копыленко, сопоставляя русские и казахские фразеологизмы, различает следующие эквиваленты: абсолютные, кальки, полукальки и др. (Копыленко 1988). Другие исследователи, например, С. Влахов и С. Флорин рассматривают понятие межъязыковых фразеологических эквивалентов в основном на основе лексико-семантических и грамматических признаков. В таком случае они признают эквивалентами лишь максимально идентичные фразеологические единицы (Влахов, Флорин 1986). Влахов и Флорин полагают, что фразеологические эквиваленты - это фразеологизмы в принимающем языке, по всем показателям равноценные переводимым фразеологическим единицам. Обычно вне зависимости от контекста они обладают теми же денотативными и коннотативными значениями, иначе говоря – между соотносительными фразеологическими единицами не бывает различий в отношении смыслового содержания, стилистических особенностей, метафоричности, эмотивности и экспрессивной окраски, они должны иметь приблизительно одинаковый компонентный состав, ряд одинаковых лексико-грамматических показателей: сочетаемость, принадлежность к одной грамматической категории, употребительность и т.п. Важным свойством фразеологических межъязыковых эквивалентов признается отсутствие национального колорита. Национальный колорит является свидетельством национально-культурного своеобразия фразеологизма, а это приводит к невозможности признать фразеологическую эквивалентность фразеологизмов даже при их семантической и грамматической близости (Влахов, Флорин 1986, 233).

В диссертации проработаны взгляды исследователей относительно сопоставления фразеологических единиц. Многие исследователи выделяют только три межъязыковых фразеологических эквивалента: полные, совпадающие по значению и структурному составу, частичные, допускающие всевозможные различия, и безэквивалентные фразеологические единицы.

В нашей работе межъязыковые семантические эквиваленты описываются более подробно. В этом описании мы следуем функционально-параметрическому отображению семантической структуры фразеологизмов, уже описанному в диссертации, и некоторым ученым, предложившим более детальную разработку фразеологической эквивалентности. Многочисленные идеи, предлагаемые различными исследователями в области сопоставительной фразеологии, в диссертации описаны только в силу их интересности и новизны. В результате проработки большого количества фразеологических единиц русского, французского и английского языков мы пришли к следующей системе межъязыковых фразеологических эквивалентов.

Сделаем одно предварительное пояснение. В нашем исследовании анализируются эмотивные фразеологизмы, а мы строим систему межъязыковых фразеологических эквивалентов на основе функционально-параметрического

описания семантики фразеологизмов с выделением в ней денотативного, грамматического, оценочного, мотивационного, эмотивного и стилистического макрокомпонентов, т.е. строим её с учётом всех компонентов семантики. Однако здесь не стоит искать никакого противоречия. Во-первых, эмотивны по существу почти все фразеологизмы, во-вторых, эмотивность (эмотивный макрокомпонент) теснейшим образом связан с другими компонентами семантики фразеологизма и прежде всего с внутренней формой фразеологизма. Более того, вершиной семантики фразеологизма является именно эмотивность, значение фразеологизмов всегда стремится к эмотивности, такова природа фразеологизмов как единиц вторичной производности. Таким образом, сопоставляя эмотивные фразеологизмы разных языков, приходится учитывать всю сложность их семантики.

Система же межъязыковых фразеологических эквивалентов такова:

**Межъязыковые полные структурно-семантические эквиваленты.** Это фразеологизмы, совпадающие по всем компонентам. Если и можно обнаружить какие-либо различия, то самые незначительные. См. русско-французские полные структурно-семантические эквиваленты: *закрывать глаза на...* – *fermer les yeux sur, a...*; *опустить руки* – *baisser les bras*; См. русско-английские полные структурно-семантические эквиваленты: *из первых рук* – *at first hand* (ср. *at second hand*), *[материно, материнское] молоко на губах не обсохло* – *the mil hasn't dried on smb.'s lips*.

**Межъязыковые частичные структурно-семантические эквиваленты.** Это межъязыковые структурно-семантические эквиваленты, имеющие при семантически соотносительном значении лексические, грамматические и лексико-грамматические различия разного рода. См. русско-французские межъязыковые частичные структурно-семантические эквиваленты: *делать большие глаза* – *ouvrir des yeux ronds*: во французском фразеологизма употребляется глагол *ouvrir* (букв. открывать) и прилагательное *ronds* (букв. круглые), этим и обусловлены незначительные различия; *держат язык на привязи* – *tenir sa langue en bride* (букв. держать свой язык в узде). См. русско-английские частичные структурно-семантические эквиваленты: *бросаться словами* – безответственно обещать, советовать – *promise the moon* (букв. обещать луну), *выводить/вывести на чистую воду* – *call smb's bluff* (букв. считать чьим-либо блефом, обманом).

**Квазиэквиваленты.** Это сходные или очень близкие по структуре фразеологические единицы, имеющие заметные различия в сфере употребления, национальной культуры, образа жизни и – что самое главное – при осмыслении внутренней формы. При переводе к ним надо относиться с осторожностью: они бывают псевдоподобны. См. русский фразеологизм *сказать своё слово* – проявить себя в чём-либо, оказать влияние на что-либо. Французский фразеологизм с точно такой же структурой *dire son mot* (букв. сказать своё слово) буквально прочитывается «сказать своё слово», но означает «высказаться, высказать своё мнение», русский фразеологизм *набрать в рот воды* означает «хранить упорное молчание, ничего не говорить», очень близкий по структуре фразеологизм французского языка (*en*) *avoir l'eau a( la bouche* (букв. имея воду во рту) имеет значение «исходить слюной (при виде чего-либо вкусного, соблазнительного).

**Межъязыковые****функционально-смысловые**

**эквиваленты.** Это эквиваленты, совпадающие по семантике, реализующие в процессе функционирования один и тот же семантический инвариант, но полностью (или почти полностью) различающиеся по лексико-грамматическому составу и образности, заложенной в основе внутренней формы. См. *ни к селу ни к городу* говорить, смеяться и т.п. – *sans rime ni raison* (букв. ни рифмы ни смысла): русский фразеологизм содержит смысл «ни к месту», французский – «без всякого смысла». Ср. русские и английские функционально-смысловые эквиваленты: *с глаз долой – vanish from one's presence* (букв. исчезнуть от чьего-либо присутствия), *хоть головой об стенку бейся – I might put a rope round my neck* (букв. я вынужден закрутить верёвку вокруг шеи).

**Межъязыковые фразеологические семантические корреляты.** Это такие русские, французские и английские фразеологизмы, которые переводятся посредством фразеологизма совершенно иной структуры, но соотносительного по значению. При этом они могут отличаться оттенками значения, образностью, функционально-стилистическими особенностями и т.п. По сравнению с межъязыковыми функционально-смысловыми эквивалентами корреляты имеют значительно большие различия, особенно во внутренней форме, в национально-культурном колорите и т.п. Самое главное, что межъязыковые фразеологические семантические корреляты – это фразеологизмы, переводимые фразеологизмами же другого языка. Русско-французские фразеологические семантические корреляты: *перемывать/перемыть косточки* – злословить, сплетничать, судачить о ком-либо (говорится с неодобрением) – *casser du sucre sur le dos de qn* (букв. ломать, бить, разбивать сахар на спине кого-либо). При одинаковом значении имеются значительные различия во внутренней форме данных коррелятов. Русско-английские фразеологические семантические корреляты: *глаза на мокром месте – smb cries over smallest thing* (букв. кричит по самым пустякам), *smb is to tears* (букв. закрыться от слезоточивости), *отбивать хлеб у кого – take bread out of smb's mouth* (букв. брать (вынимать) хлеб из чьего-либо рта) и т.п.

**Безэквивалентные фразеологические единицы.** Это такие фразеологизмы, которым в другом языке не находится семантически соответствующих фразеологизмов. Они переводятся посредством описательного или семантического перевода, т.е. их значения надо просто толковать. Причины безэквивалентности фразеологизмов заключаются в том, что реальная действительность отражается по-разному в образах, лежащих в основании фразеологизмов, в сознании представителей того или иного культурно-языкового социума по-разному видятся природно-климатические, территориальные, общественно-исторические и культурные особенности жизни этноса и т.п. Различны и системы языков, наличествующие в них процессы идиомообразования, закономерности сочетаемости слов и т.п. (см. об этом, например, Гак 1966, 251-252). Все эти факторы и приводят к безэквивалентности фразеологических единиц русского, французского и английского языков. Приведём примеры безэквивалентных фразеологизмов русского языка: *казанская (казанский) сирота, семь пятниц на неделе, толочь воду в ступе, разводиться антимонии и т.п.*

Безэквивалентные фразеологизмы составляют основное содержание национально-культурной самобытности русских, французских и английских фразеологизмов, рассматриваемых в последнем параграфе третьей главы. Национально-культурная самобытность фразеологических единиц исследуемых языков в большей мере проявляется в образных основаниях (внутренних формах) сопоставляемых фразеологизмов. Это основной путь выявления национально-культурной специфики фразеологических единиц.

В диссертации сопоставляются отдельные соотносительные по значению фразеологизмы исследуемых языков, фразеологические синонимические серии, фразеологические группы.

В заключении подводятся итоги всего диссертационного исследования и высказываются соображения о дальнейших перспективах изучения эмотивности фразеологических единиц русского, французского и английского языков. Дальнейшие перспективы мы видим в необходимости раскрывать образный, эмотивный, аксиологический и культурный потенциал фразеологизмов, в раскрытии того, как фразеологизмы передают мысли и чувства человека, каким образом фразеологизмы участвуют в кодировании эмоциональных переживаний как внеязыковых концептов, какое место занимают эмотивные концепты в национальной культуре того или иного народа, каким образом эмоциональные переживания связаны с культурой, закрепляемой в языке, как субъект языка и культуры осознаёт эмотивные концепты и использует их в дискурсивных практиках, как он идентифицирует их содержание в контексте национальной культуры. Делаются выводы применительно к сопоставительному анализу фразеологизмов разных языков: сопоставительный анализ фразеологических единиц обязательно надо строить с учетом всех макрокомпонентов семантической структуры и прежде всего внутренней формы и эмотивности сопоставляемых языков – русского, французского и английского.

**Основные положения диссертации отражены  
в следующих публикациях:**

1. Эмотивность идиом.// Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. № 16(40): Аспирантские тетради: Научный журнал. – СПб., 2007. с.300 – 305.

2. Образная мотивация как основание эмотивности идиом // Актуальные проблемы лингвистической культурологии - 5. Материалы десятой научно-практической конференции. Москва: «Прометей», 2006, с. 145-151.

3. О внутренней форме некоторых фразеологизмов русского и французского языков// Актуальные проблемы лингвистической культурологии - 4. Материалы 11 научно-практической конференции. Москва: «Прометей», 2007, с. 157-160.