

Тихонова Н. А.

[НАЦИОНАЛЬНЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ КОД В ЗЕРКАЛЕ МОТИВИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ](#)

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/93.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

[Альманах современной науки и образования](#)

Тамбов: Грамота, 2012. № 2 (9): в 3-х ч. Ч. III. С. 218-220. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/

[© Издательство "Грамота"](#)

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

языка, обусловленную своеобразием восприятия окружающего мира представителями разных культур. В связи с этим наиболее широко освещённые в исследовательской литературе получили вопросы, связанные с переводом так называемой безэквивалентной лексики - лексики, обозначающей этнокультурные реалии (специфические факты истории, особенности географической среды, предметы материальной и культурной жизни и т.д.). Однако культурно-специфическая информация далеко не ограничивается реалиями, маркируемыми безэквивалентной лексикой. В последние годы внимание исследователей сосредоточено на передаче культурно-специфических смыслов языковых единиц, которые С. В. Виноградов называет ассоциативными реалиями - той фоновой информацией, которая не закрепились в безэквивалентной лексике, а находит «своё материализованное выражение в компонентах значений слов, в оттенках слов, в эмоционально-экспрессивных камертонах, во внутренней словесной форме и т.п., обнаруживая информационные несовпадения понятийно-сходных слов в сравниваемых языках» [Виноградов 2004: 38].

Существенный недостаток в решении проблемы передачи в переводе культурно-специфической информации является то, что данная проблема разрабатывается в переводоведении по-преимуществу с лингвистических позиций. Как справедливо отмечает Т. Г. Пшёнкина, преобладание в переводоведении лингвистических моделей привело к тому, что культурологическая составляющая перевода долгое время была подчинена языковым факторам, и проблемы передачи культурно специфической информации в переводе решались в рамках языковых соответствий, реализуемых наиболее рациональными способами на основе уже осуществлённых переводов [Пшёнкина 2005: 86].

Однако на настоящий момент, как отмечает Н. К. Гарбовский, переводоведение преодолело лингвистический и литературоведческий «изоляционизм» и развивается на основе междисциплинарного подхода с привлечением данных и методов других научных дисциплин - логики, культурологии, антропологии, этнографии, психологии, социологии и др., что свидетельствует о том, что перевод как объект может изучаться с разных сторон, разными научными дисциплинами [Гарбовский 2004: 205].

В последние годы в теории межкультурной коммуникации наиболее интенсивно разрабатывается когнитивный подход к пониманию проблемы передачи культурно-специфических смыслов, что позволяет рассматривать культурологическую составляющую перевода в терминах когнитивистики. В соответствии с когнитивным подходом, передача культурно-специфических смыслов понимается как трансляция ключевых культурных концептов, которые манифестируют особенности национально-культурного менталитета представителей разных лингвокультур, участвующих в процессе межкультурного общения (В. В. Карасик, О. А. Леонтович, В. В. Красных, Н. Ф. Алефиренко и др.). Наличие исследований, рассматривающих процесс перевода с точки зрения межкультурного общения, позволяет говорить о выделении в теории перевода культурологического аспекта, в рамках которого перевод рассматривается как взаимодействие культур.

Эти тенденции в переводоведении дают новые возможности для разработки лингвометодических моделей, направленных на обучение переводчиков адекватному воссозданию культурного пространства переводческого процесса.

Список использованной литературы

1. Виноградов В. С. Перевод. Общие и лексические вопросы. - М., 2004.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода. - М., 2004.
3. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. - М., 1999.
4. Миньяр-Белоручев Р. К. Как стать переводчиком? - М., 1999.
5. Найда Ю. А. К науке переводить // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. - М., 1978.
6. Пшёнкина Т. Г. Вербальная деятельность переводчика в межкультурной коммуникации: психолингвистический аспект: Дис. на соиск. уч. степ. док. филолог. наук. - Барнаул, 2005.
7. Тюленев С. В. Теория перевода. - М., 2004.
8. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. - СПб., 2002.
9. Neubert A. & Shrieve G. M. Translation as Text. - Kent - Ohio, 1999.
10. Nida Eu. Linguistics and Ethnology in Translation-Problems // Language in Culture and Society. - New York - Evanston - London, 1964.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ КОД В ЗЕРКАЛЕ МОТИВИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ

*Тихонова Н. А.
Томский государственный университет*

Культурный код - понятие, используемое в гуманитарном знании при раскрытии национальных особенностей культуры, которые наиболее отчетливо проявляются в процессе теоретических кросскультурных исследований, а также в практике межкультурного взаимодействия.

Собственно теория кодирования входит в семиотическую проблематику, где код рассматривается «в качестве «строительного материала» для плана выражения знаков и текстов» [Никитина 2006: 52]. Однако, например, в философии коды выступают в роли культурных констант, ценностно-смысловых структур, позволяющих идентифицировать элементы культуры одного народа через их сравнение с другими в контексте бытия человека в рамках определенной культурной традиции.

Интегративный подход реализован в лингвосомиотике культуры. Здесь код осмыслен как «система означивания, т.е. сформированная стереотипами этнокультурного сознания конфигуративная совокупность знаков и механизмов их применения с целью осуществления двух взаимосвязанных процессов: (а) образования и структурирования довербальных смыслов и (б) их вербализации в ходе обработки, преобразования, хранения и передачи внегенетической информации в рамках определенной коммуникативно-прагматической парадигмы» [Алефиренко 2002]. Поскольку означивание приводит в конечном итоге к созданию некоего «языка», то, как представляется, понятие культурного кода сближается с понятием **язык культуры**.

Взгляд на язык как знаковую систему человеческой коммуникации дает основание включить в определение языка культуры «те средства, знаки, символы, тексты, которые позволяют людям вступать в коммуникативные связи друг с другом, ориентироваться в пространстве культуры. Язык культуры - это универсальная форма осмысления реальности, в которую организуются все вновь возникающие или уже существующие представления, восприятия, понятия, образы и другие подобного рода смысловые конструкции (носители смысла)» [Пархоменко 2001: 81]. Таким образом, благодаря языку культуры обеспечивается адекватная интерпретация некоторого фрагмента действительности, сохраненного в опыте, в сопутствующем знаковом контексте. В свою очередь, простейший способ сохранения и передачи опыта - фиксация его в естественном языке.

Этноязыковое кодирование культурно-исторического опыта в значении языкового знака связано с двумя ипостасями речемыслительной деятельности: когнитивной и дискурсивной. Другими словами, «с культурой слово связано генетически и функционально: с одной стороны, слово - порождение ее творческой энергии, оно же, с другой - способ смыслоупорядочивания отношений в системе породившей его культуры [Алефиренко 2002]. Слова объективируют и активизируют различные структуры сознания и вызывают в нём разные образы, впечатления, картины и сцены. Но, как справедливо замечает Л. В. Лаенко, «чтобы подобная активизация произошла, ей должны предшествовать процессы номинативной деятельности» [Лаенко 2004: 71]. Именно акт номинации отражает опыт человека в его взаимодействии с миром. Заметим, в последние годы номинативная деятельность оказывается в центре внимания лингвистов не столько как процесс рождения имени для обозначения тех или иных объектов реального мира, сколько как результат процессов концептуализации и категоризации (Е. С. Кубрякова, В. Н. Телия, Н. Д. Арутюнова, Ю. С. Степанов, Б. А. Серебренников, Д. Н. Шмелев и др.).

В предложенной работе речь идет, собственно, не о лексической номинации, в результате которой появляются языковые новообразования, а о тесно связанной с ней лексической мотивации. Следует уточнить, что мотивированность понимается нами в рамках мотивологического направления Томской школы русистики как взаимообусловленность значения и звучания слова на основе соотносительности его с языковой или неязыковой действительностью [Блинова 2004: 43]. То есть, ключевым моментом мотивологической концепции является *осознаваемость этой связи носителем языка на современном временном отрезке*. Для сравнения укажем, что в ономазиологии мотивированность представляется как связь между словами в момент их наименования, а в семасиологии как причинная связь между звуком и смыслом, между звучанием и значением слова.

Средство воплощения мотивированности - внутренняя форма слова, которая не только отражает процесс познания человеком окружающей действительности через закрепление результатов этого познания во внешней форме и в значении языковой единицы, но и представляет языковую картину мира через рефлексию её обыденным сознанием. Все это означает, что мотивированное слово выступает ключом к коллективному культурному опыту в силу того, что при соотношении значения и звучания слов идет когнитивно-рефлексивный анализ, работает *со-знание*, и человек осознает связи как внутри, так и вне системы.

Признавая универсальность мыслительных процессов и относительное сходство бытовой практики представителей разных этносов и культур, все-таки отметим, что ход размышлений при осознании связи звучания и значения слова не может быть одинаковым у носителей разных языков уже в силу национальной специфики языка. К тому же для носителя каждого языка характерна своя манера структурирования окружающей действительности, определяющая фиксацию в языковых единицах тех характеристик реалии, событий, ситуаций, фактов, имеющих особое значение именно для данного лингвокультурного сообщества.

Специфику национального культурного кода можно выявить путем сопоставления концептуальных областей, которые репрезентируются в мотивированной лексике соотносимых лексических континуумов разных языков. Эти когнитивные фрагменты фактически парцелируют культурный опыт на «участки», или культурные коды, как составляющие единого национального культурного кода.

Обратимся к примерам из концептуальной области «Пища/Еда», представляющей кулинарный код русской культуры. Для выявления специфики элементов русского культурного пространства к анализу привлечен материал немецкого языка и проанализированы обозначения марок молочной продукции, производимой в России и Германии: 31 русское наименование и 58 немецких единиц. Выбор данного семантического континуума обусловлен не только непосредственно значением молока как ценного продукта питания любого этноса, но и высокой коммуникативной значимостью наименований продаваемого продукта, поскольку производители при проведении брендинговой кампании всегда ориентируются на этнокультурные стереотипы и языковое сознание потребителя. Иначе говоря, названия вскрывают языковой и культурный код.

Следует отметить, что абсолютное большинство наименований в обоих языках являются мотивированными. В русских наименованиях заключена следующая информация:

- 1) топонимическая информация: *Останкинское, Ступинское, Можайское, Волга-Волга, Лианозовское*;
- 2) антропонимическая информация: *Милая Мила, Настенька*;
- 3) общеславянский архетип «деревня» как традиционное представление о том, где и как получают молоко: *Домик в деревне, Пастушок, Бурёнка, Му, Заречье*;
- 4) прецедентные имена/тексты, связанные с апелляцией не к референту, а к дифференциальным признакам прецедентного имени/текста: *Иван Поддубный* (известный атлет-гиревик), *Простоквашино* (деревня из известного мультфильма, в котором кот Матроскин купил себе корову), *33 коровы* (отсылка к строке из песни к кинофильму «Мери Поппинс, до свидания»);
- 5) коннотативные смыслы, связанные с ситуацией потребления молока: *Доброе утро, На здоровье, Любимая чашка, Вкуснотеево*.

Немецкие наименования содержат информацию следующего характера:

- 1) топонимическая информация: *Albmilch, Sachsenmilch, Bayernland, Bremerland, Frankenland, Münsterland, Bodensee, Ravensberger Alt-Mecklenburger*;
- 2) германский архетип «Hof» (подворье): *Bauer* (крестьянин выращивает коров), *Wiesenfrisch* (коровы пасутся на лугах и питаются свежей травой), *Landhof* (деревенское подворье), *Hofgut* (деревенское хозяйство);
- 3) коннотативные смыслы: *Weideglück* (букв. пастбище + счастье), *Glücksklee* (четырёхлистный клевер - символ удачи), *Bärenmarke* (букв. медведь + марка, сорт: медведь для немцев символ силы);
- 4) диалектизмы: *Milram, Söbbeke, Froop, Gropper, frischli*.

В итоге сопоставления подтверждается идея о том, что в целом режимы восприятия универсальны (в противном случае иная культура была бы совершенно непроницаемой). Вместе с тем, мы «выхватываем» из реальности соответствующий нашему коду опыт и соотносим его со своими знаниями, ценностями, нормами, смыслами, кодифицированными средствами родного языка. Как показал анализ материала, русские стремятся выразить в наименованиях свою эмоциональность и принадлежность к единому культурному пространству, в то время как немцы в большей степени ориентированы на региональную дифференциацию внеязыкового пространства.

Список использованной литературы

1. **Алефиренко Н. Ф.** Этноязыковое кодирование смысла в зеркале культуры // Мир русского слова. - 2002. - № 2. - <http://learning-russian.gramota.ru/journals.html?m=mirrs&n=2002-02&id=330>.
2. **Блинова О. И.** Русская мотивология: Учеб.-метод. пособие. - Томск, 2004. - 66 с.
3. **Лаенко Л. В.** Перцептивный признак как объект номинации // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - 2004. - № 2. - С. 71-77.
4. **Никитина Е. С.** Семиотика. Курс лекций. - М., 2006. - 528 с.
5. **Пархоменко И. Т., Радугин А. А.** Культурология в вопросах и ответах. - М., 2001. - С. 81-86.

К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВОЙ ИЗБЫТОЧНОСТИ ИСПАНСКОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ

Федосова О. В.

Волгоградский государственный педагогический университет

Известно, что языковая избыточность наряду с языковой экономией свойственна любой разговорной речи. «Применительно к кодифицированной норме явления экономии и избыточности постоянно взаимодействуют в устном тексте, преобразуя эту норму и переводя ее в узусную» [Лаптева 2006: 57]. Испанский лингвист А. М. Вигара Таусте также указывает на языковую избыточность как одну из тенденций, присущую испанской устно-разговорной речи [Vigara Tauste 1994].

Тенденция к избыточности проявляется в испанской разговорной речи на всех языковых уровнях. На фонетическом уровне она реализуется в нарушении звукового облика слов путем прибавления лишних звуков к слову. Добавочные фонемы могут присоединяться к началу слова, когда произносятся, например, *abajar* вместо *bajar*, *allegar* вместо *llegar*, *amarrón* вместо *marrón*, *emprestar* вместо *prestar*, *entodavía* вместо *todavía*, *amoto* вместо *moto*, *afoto* вместо *foto* и т.д. Лишние звуки могут прибавляться также в конец слова (*veloce* вместо *veloz*, *interese* вместо *interés*) и в его середину (*ansí* вместо *así*, *trompezar* вместо *tropezar*, *empenzar* вместо *empezar*, *fisno* вместо *fino*).

На лексическом уровне избыточность также проявляется в отклонении от кодифицированной нормы языка. Чаще всего это отклонение проявляется в немотивированных лексических повторах. Для устной разговорной речи характерна коммуникативная, а не эстетическая функция: говорящему важен, во-первых, сам процесс общения, а, во-вторых, важно донести собственную мысль или информацию до собеседника, и при этом он, как правило, не думает об эстетике речи, отрицающей немотивированные лексические повторы. Приведем примеры таких повторов из записей испанского лингвиста А. М. Вигара Таусте:

- Y de nuestros queridísimos hermanos ¿qué sabes?
- Pues mira, **el viernes precisamente hablé con los dos. El viernes hablé con Pepe Luis y con Paco.**
- ¿Y qué cuentan?

[Цит. по: Vigara Tauste 1994: 4].

(- А о наших дорогих братьях, что ты знаешь?)