

Дукальская Ирина Владимировна

КОНЦЕПТЫ ИНОУСЬ В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2010/2-2/20.html

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

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2010. № 2 (33): в 2-х ч. Ч. II. С. 58-60. ISSN 1993-5552.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2010/2-2/

© 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

Очевидно, сначала пассив сочетался с именем только в номинативе, и последнее выражало пассивный субъект (субъект состояния), а сам пассив выражал состояние. С этим согласуется и то, что в санскрите пассив обозначается ещё и суффиксом -уа, происходящем от индоевропейского суффикса глаголов состояния *-iо-, следовательно, первоначально значение состояния было характерным значением медиа. Формы, восходящие к индоевропейскому медиу, «получили преимущественно пассивное значение».

Старые медиальные значения сохранились у ряда глаголов, имеющих только медиальные окончания (депонентных); «пассив глаголов, обозначающих уход за телом, сохранил возвратное значение» [1, с. 313].

Исследуя истоки пассивных и активных перифрастических конструкций в романских языках, М. Николау показал, что французская пассивная конструкция *être + participer*, имеющая 2 различных временных значения (презента и претерита), сохранила значения, которые имела в латыни и чаще всего использовалась в активном значении. Кроме того, существовало 3 типа пассивных конструкций: а) инфект (*amatur*), б) перфект (*amatur fuit*), в) среднее между ними, а также активная перифрастическая конструкция *habeo + participere* - наследие классической латыни. Автор склоняется к выводу о том, что развитие аналитических форм с активным значением имело место на поздних этапах существования латинского языка [6, р. 15-30].

Таким образом, испанское *se* происходит от латинского возвратного местоимения *se*, которое, в свою очередь, восходит к латинскому пассиву и праиндоевропейскому медиу. Показательно, что значения переходности и непереходности глаголов медиа практически не различались на раннем этапе существования индоевропейских языков или различались слабо, притом, что значение непереходности было основным (или одним из основных) значением медиа. Также пассив тесно связан со значением состояния, так как на более позднем этапе в медиа развилось пассивное значение, а многие медиальные глаголы имели значения состояния. Кроме того, медиа мог давать в древних языках такие значения как возвратность, взаимность, совершение действия для себя или в свою пользу, то есть значения, встречающиеся у современного испанского *se*, и имеющие активный характер. Результаты исследования М. Николау показывают, что активные значения часто встречались и у пассивных перифрастических конструкций, а на поздних этапах существования латинского языка происходило развитие аналитических форм с активным значением. Эти факты дают возможность предположить, что в поздней латыни проявляется тенденция к активизации высказывания, предпосылки которой встречаются еще на ранних этапах существования индоевропейских языков.

Список литературы

1. Савченко А. Н. Сравнительная грамматика индоевропейских языков. М.: Высшая школа, 1974. 410 с.
2. Соболевский С. И. Грамматика латинского языка. 3-е изд. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1948. Часть первая (теоретическая). Морфология и синтаксис. 432 с.
3. Ярхо В. Н., Лобода В. И. Латинский язык. М.: Высшая школа, 2008. 399 с.
4. Litvinenko E. V. Historia de la lengua española. Киев: Вища школа, 1973. 163 с.
5. Menéndez Pidal R. Manual de gramática histórica española. Madrid: Espasa-Calpe, 1985. 370 p.
6. Nicolau M. Remarques sur les origines des formes périphrastiques passives et actives des langues romanes // Bulletin linguistique. 1936. № 4.

УДК 80

Ирина Владимировна Дукальская

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г. Самара

КОНЦЕПТЫ *HOME* И *HOUSE* В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ[©]

Дом (англ. *home, house*) в английской лингвокультуре имеют символику стабильности, безопасности, благосостояния. Мы понимаем английский дом, жилище как концепт, содержание которого легко узнаваемо и имеет символическое значение в английской культуре в целом. Под концептом мы понимаем семантическое образование, отражающее объект, обладающее лингвокультурной спецификой и каким-либо образом характеризующее носителей определенной культуры. Культурный концепт - сложное ментальное образование, в составе которого, по В. И. Карасику, выделяется понятийный, образный и ценностный компонент. Культурный концепт как квант переживаемого знания воплощается в языковых единицах, разворачивается в определенном дискурсе и живет в сознании языковой личности. Когда языковой знак со своей образной основой внедряется в концепт и мотивирует его, образуется лингвокультурный концепт.

Народ Великобритании очень ценит свою свободу и болезненно относится к вторжениям в личную жизнь, их личный мир. В английской пословице *My house [home] is my castle* отражена одна из главных черт английской ментальности. На наш взгляд концепт *house, home* в английской лингвокультуре является существенным для построения концептуальной системы и вовлечен в когнитивный процесс.

Концепт дома, жилища у англичан несколько отличается от подобного концепта у носителей других культур. Исторически сложилось так, что владение землей, замком, поместьем являлось вершиной социального положения; отсюда и стремление жителей Великобритании иметь загородный дом. Отсюда и английская идиома *(to build) castles in the air - (to have) plans or dreams that are not likely to happen or come true* [5]. Даже в городах двух-трехэтажные домики с небольшим палисадником перед окном преобладают над многоквартирными корпусами. Загородные поместья являются привилегией высшего общества Великобритании.

Для жителя Соединенного королевства дом, жилище (*англ. house, home*) является образом родины; он любит свою землю как родной дом, с этим местом у него связаны радости досуга, а не повседневные хлопоты. Образ родины ассоциируется с ухоженным палисадником под окном.

Государственные учреждения и главный законодательный орган Великобритании не случайно когда-то получили свои названия: *The Houses of Parliament - the building in which the British parliament sits, or parliament itself: We bring you a report on today's debate in the Houses of Parliament* [Ibidem], *the Home Office - the British government department that deals with the law, the police and prisons about who can enter the country* [Ibidem].

Вербализация концепта *house, home* находит отражение в идиомах и пословицах. Следующие выражения показывают, что дом для человека - это не просто стены, окна и крыша над головой. Дом - это место, где тебя любят, ждут, где находятся близкие люди. *A home from home - a place where you feel relaxed and comfortable as if you were in your own home. Home is where the heart is - a home is where the people you love are. Home sweet home (ironic) - used to say how pleasant your home is (especially when you really mean that it is not pleasant at all)* [Ibidem].

Практически для каждого человека дом является символом стабильности и залогом безопасности. Подтверждение этому обнаруживается в следующем английском выражении: *be home and dry - to have done sth successfully, especially when it was difficult: I could see the finish line and thought I was home and dry* [Ibidem].

Выражение *bring home the bacon* означает "to be successful at sth; to earn money for your family to live on" [Ibidem], а выражение *keep open house* имеет, отчасти, противоположное значение "держать двери дома открытыми (для гостей), жить на широкую ногу, устраивать приемы; отличаться, славиться гостеприимством" - *A retired actress had built herself a sumptuous residence in his immediate neighbourhood and kept open house* (W. S. Maugham) [1].

В основе всех вышеперечисленных примеров лежит образ дома; он символизирует наиболее значимые жизненные ценности. Только дома человек может чувствовать себя полностью расслабленным; никто его не поймет так, как любимые люди, которые живут с ним под одной крышей. Об этом говорят английские пословицы: *Charity begins at home - Милосердие начинается дома. Every dog is a lion at home - У себя дома всякая собака - лев.*

Функциональные свойства различных видов жилища тоже ложатся в основу образности дома. Так, например, замок (*англ. castle*) символизирует защищенность - *My house [home] is my castle*; выражение *the king of the castle* означает "самая важная персона" [Ibidem]. Хижина (*англ. hut*)- убожество, нищета; домик (*англ. cottage*) - скромность, умеренность; выражение *love in a cottage* означает "с милым рай и в шалаше" - *She knew the poverty and struggle ahead. But she was fond of Manuel, and life with love in a cottage, even a leaky one, had attractions even to her rather prosaic mind* (W. Du Bois) [Ibidem]. Дворец *англ. palace* - роскошь.

Житель Великобритании стремится отгородить свою частную жизнь от внешнего мира; *порог (англ. threshold)* дома является как бы разделительной чертой. *It is an old custom for a newly married woman to be carried across the threshold of her new house by her husband* [5]. Этот обычай свидетельствует о том, что дом (*house*) является чем-то очень личным, закрытым от посторонних глаз местом. Когда мужчина женится, он приводит жену в свой дом; пересекая порог как символическую черту, он впускает нового человека в мир своей семьи. Образ порога несет еще и библейскую символику. Пророк Софония упоминал о людях, *перепрыгивающих через порог* [Соф. I, 9] в храм; по мнению толкователей, это означает людей, преступающих пределы права и справедливости по отношению к ближним; входят они в *дом Божий* со своими жертвами и приношениями и в то же время *наполняют его насилиями и обманом* [2]. В английской лингвокультуре часто встречаются образы, возникшие не на национальной почве; тем не менее, они понятны носителям этой лингвокультуры, так как библейские и мифологические эпизоды являются общим достоянием разных культур.

Жилище англичанина повернуто спиной к улице; если он захочет посидеть на улице, то скорее расположится позади дома. Дом для англичанина - это «духовная крепость», место, где он отрешается от работы и повседневных забот. Недаром в английской и других лингвокультурах церковь получила название Дома Господня: *House of God - a church or other religious building- In my opinion the house of God should always be open* (J. Fowels) [1].

In my father's house are many mansions. В этом библейском изречении под выражением *father's house* понимается Дом Господень.

Культурные концепты являются частью переживаемого опыта определенного культурного сообщества, которые воплощаются в языковых единицах и живут в сознании людей.

Список литературы

1. **Англо-русский фразеологический словарь** / А. В. Кунин. 4-е изд. М.: Русский язык, 1984. 944 с.
2. **Библейская энциклопедия** [Электронный ресурс]. URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/biblic>
3. **Карасик В. И.** Культурные доминанты в языке // *Языковая личность: культурные концепты*. Волгоград: Перемена, 1996.
4. **Маслова В. А.** Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие. 3-е изд. М.: Флинта: Наука, 2007. 296 с.
5. **Longman dictionary of English language and culture**. Edinburgh-Gate-Essex: Longman Group UK Ltd., 1992. 1528 p.

УДК 81'367.622.12

Татьяна Владимировна Дьякова

Волгоградский государственный педагогический университет

АЛЛЮЗИИ И КОННОТОНИМЫ КАК СРЕДСТВО ВТОРИЧНОЙ НОМИНАЦИИ
ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ АВТОРСКОЙ СКАЗКИ)[©]

Имена собственные относятся к тем языковым средствам, которые дают возможность передать как смысловое, так и эмоциональное содержание. Имена собственные способны вызывать различные ассоциации и представления, с ними связанные.

Имена собственные являются особой группой имен существительных, выполняющих в языке функцию «называния отдельных лиц и индивидуальных единичностей, отличающего их от других однородных предметов и явлений» [3].

В настоящее время существует две точки зрения в определении специфики имен собственных как особой категории. Ряд ученых (С. Ульман, К. А. Левковская, Ж. Вандриес, В. Брендалль) отрицает существование у имен собственных значения. В пределах этого направления характерно рассмотрение имени собственного как своего рода ярлыка, который навешивается на объект, выделяя его среди других, ему подобных. В середине XX века такой подход был известен как теория этикеток (*label theory*). В рамках этого подхода функция имени собственного сводится к простой номинации.

Другие исследователи (Х. Серенсен, Ф. И. Буслаев, Л. М. Щетинин) настаивают на признании значения имени собственного, хотя среди сторонников этого подхода имеются определенные расхождения относительно вопроса о наличии у имени собственного понятийного ядра.

Свойство приобретать обобщенный смысл в первую очередь присуще именам собственным, соотносимым с известными денотатами. Оно основано на четких и прочных связях между именем и известным лицом и, соответственно, всеми постоянными ассоциациями, вызываемыми отличительными признаками этого лица [1].

Имена собственные имеют много общего с именами нарицательными. Их сближение осуществляется путем наличия устойчивых ярких ассоциативных связей.

Как известно, имена собственные могут претерпевать изменения и переходить в класс имен нарицательных. Связующим звеном между именем собственным и именем нарицательным служат ситуативные окказиональные имена нарицательные, появившиеся в стилистических целях. Антропонимы и топонимы, используемые в качестве аллюзий, попадают именно в группу переходных имен.

Аллюзия в художественном тексте – компактная текстовая единица второго плана, несущая информацию о предшествующем тексте, событии или факте. Аллюзия является связующим звеном между прецедентным и принимающим текстом и вызывает у читателя ассоциации, эстетически, содержательно и эмоционально обогащающие понимание принимающего текста.

Неотъемлемой характеристикой аллюзии являются модификации в плане содержания, претерпеваемые аллюзией под влиянием принимающего контекста [2, с. 23].

Употребление аллюзивного топонима или антропонима обычно представляет собой метафорический перенос имени знаменитого персонажа, героя, исторического лица, а также названия мест исторических или вымышленных событий на другие лица или события на основании общности их сигнификативной специфики.

Например, Дж. Барри в повести о Питере Пене обращается к Queen Mab: “*No woman, however large, could have had a more exquisite boudoir (dressing-room) and bed-chamber combined. The couch, as she always called it, was a genuine queen Mab, with club legs; ... the carpet and rugs the best early period of Margery and Robin*”. Queen Mab – это фея, персонаж английского фольклора, который великолепно описан в известной речи Меркуцио из «Ромео и Джульетты». Это миниатюрное существо, набрасывающее на лицо спящего свою вуаль и помогающее ему видеть сны, в которых исполняются желания.