

Литинская Наталья Васильевна

## **ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ДОМИНАНТ ИТАЛЬЯНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ**

Статья посвящена изучению средств языковой репрезентации ценностей италяязычного этноса: рассматриваются составляющие итальянской ценностной картины мира - семья, регионализм, история, любовь к прекрасному, вербализированные аксиологемами familismo "семейственность", regionalismo "регионализм", storia "история", culto della bellezza "культ красоты". Опираясь на работы, посвященные итальянскому менталитету, автор исследует основные лексико-фразеологические и метафорические способы объективации ценностных доминант итальянской лингвокультуры.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2014/10/25.html](http://www.gramota.net/materials/1/2014/10/25.html)

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

Источник

### **Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2014. № 10 (88). С. 97-100. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2014/10/](http://www.gramota.net/materials/1/2014/10/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

Таким образом, связный текст подчинен определенным закономерностям своей организации, все элементы которой, синтаксические отрезки, имеют форму определенных языковых единиц и решают свои, специфические, задачи в акте коммуникации. При этом композиционность, его внешняя структурная организация, основанная на соположении составляющих его элементов, и композициональность как внутреннее основание их синтаксического соединения, которая проявляет себя на уровне связного коммуникативного целого, являются важными категориями текста, проявляющими себя через линейные и иерархические отношения между его частями.

*Список литературы*

1. Гальперин И. Р. Грамматические категории текста (опыт обобщения) // Серия литературы и языка. М., 1977. Т. 36. № 6. С. 522-532.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 334 с.
3. Голубева А. И. Скрепки как особый вид связочных средств и их функционирование в научном тексте // Научная литература, язык, стиль, жанры: сб. статей. М.: Наука, 1985. С. 272-280.
4. Ляпон М. В. Смысловая структура сложного предложения и текст. К типологии внутритекстовых отношений. М.: Наука, 1986. 200 с.
5. Перфильева Н. П. Метатекст: текстоцентрический и лексикографический аспекты: автореф. дисс. ... д. филол. н. Новосибирск, 2006. 32 с.
6. Прохоров Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс: учебное пособие. 3-е изд. М.: Флинта: Наука, 2009. 224 с.
7. [http://lib.ru/INPROZ/CHATER/r\\_weshi.txt](http://lib.ru/INPROZ/CHATER/r_weshi.txt) (дата обращения: 12.07.2014).
8. Lawrence D. H. Things // Английский рассказ XX века: сборник 3. М.: Менеджер, 1998. С. 184-198.

**ON THE ISSUE OF STRUCTURE OF COHERENT TEXT  
(BY THE EXAMPLE OF D. H. LAWRENCE'S WORK "THINGS")**

**Kulintseva Natal'ya Aleksandrovna**, Ph. D. in Philology  
*Pyatigorsk State Linguistic University*  
*Natasha777.07@list.ru*

The article is devoted to the structure of text, intratextual connections and relations between different parts of text and their overall impact on communication process presented in text. The author examines the significance of such categories of text as sequentialization and compositionality. At the level of compositionality the author considers structurization taking into account the "part – whole" relation, where each of text parts is sequentially included as a component part into the hierarchically more complex structure, namely into the relation "sentence – paragraph – paragraph complex – coherent text". The author's particular interest is in the final component of paragraph and/or paragraph complex.

*Key words and phrases:* coherent text; sequentialization; compositionality; final component of paragraph; paragraph; paragraph complex.

УДК 811.131.1:159.922.4

**Филологические науки**

*Статья посвящена изучению средств языковой репрезентации ценностей италяязычного этноса: рассматриваются составляющие итальянской ценностной картины мира – семья, регионализм, история, любовь к прекрасному, вербализированные аксиологемами *familismo* «семейственность», *regionalismo* «регионализм», *storia* «история», *culto della bellezza* «культ красоты». Опираясь на работы, посвященные италяязычному менталитету, автор исследует основные лексико-фразеологические и метафорические способы объективации ценностных доминант итальянской лингвокультуры.*

*Ключевые слова и фразы:* ценность; доминанта; ценностная картина мира; аксиологема; лингвокультура; метафора; концепт.

**Литинская Наталья Васильевна**

*Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко, Украина*  
*natalit2005@ukr.net*

**ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ  
ДОМИНАНТ ИТАЛЯЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ<sup>©</sup>**

В современных лингвистических исследованиях, посвященных вопросам взаимосвязи языка и культуры, особое внимание уделяется проблеме ценностей – фундаментальным характеристикам культуры, занимающим

важное место в структуре языковой личности. Отражением ценностей определенного языкового социума является ценностная картина мира, в пределах которой формируются наиболее существенные для данной культуры смыслы – ценностные доминанты, совокупность которых образует определенный тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке [2, с. 168].

Культурные ценности являются объектом изучения многих гуманитарных наук: философии, истории, антропологии, социолингвистики, лингвокультурологии. Представители аксиологического направления в лингвокультурологии отмечают, что ценности непосредственно отражаются в семантике языковых единиц и коммуникативной деятельности представителей культурно-языкового сообщества [1, с. 9]. Языковая информация о системе ценностей раскрывает особенности мировоззрения и определяет менталитет этнической группы [3, с. 50].

Методика изучения ценностных доминант в языке представляет собой систему исследовательских процедур, направленных на освещение различных сторон концептов, а именно смыслового потенциала соответствующих концептов в данной культуре. Вслед за Т. С. Медведевой, мы считаем, что собственно лингвистическое исследование ценностных доминант представляется возможным через интерпретативный анализ трудов философов, историков, антропологов, социологов, культурологов на языке оригинала, поскольку особое внимание в них уделяется именно этноспецифическим концептам. Как отмечает автор: «Различные интерпретации этих концептов дают представление об их понятийной и ценностной составляющих, позволяют выявить когнитивные метафоры, посредством которых запечатлено знание о фрагменте мира» [4, с. 20].

Вопросам ценностной системы итальянского этноса посвящены труды итальянских, русских и американских ученых Л. Бардзини, С. Патриарки, Г. Лоджа, К. Тулио-Атлана, Д. А. Шевляковой, Э. Банфилда. Систематические исследования по вопросам итальянского менталитета начинают осуществляться со второй половины XX столетия, в результате которых выяснилось, что итальянцам присуща ярко-выраженная психо-культурная черта, которую американский антрополог Э. Банфилд определил термином *familismo morale* – «аморальная семейственность». Автор использует это понятие для обозначения основополагающей роли семьи жителей южных регионов Италии. Потеряв со временем определение *morale*, термин *familismo* используется для комплексного объяснения некоторых перманентных черт итальянского менталитета: центральной роли семьи, защиты ее интересов, организационных и предпринимательских способностей итальянских семей, преобладания семейных ценностей над общегосударственными [6].

Таким образом, в пределах итальянского социума семья является аксиологично маркированным понятием, что определяет аксиологическую природу сформированного на ее основе концепта. Ценностно-маркированной языковой единицей – репрезентантом концепта *famiglia* выступает предикативное словосочетание *tengo famiglia*, которое означает оправдание какого-либо некорректного поведения индивидуума высшими потребностями его семьи. Использование глагола *tenere* «иметь» (южноитальянский диалект) вместо *avere* «иметь» (стандартный итальянский) объясняется происхождением данного словосочетания из южных диалектов Италии. В этом контексте социальный строй Италии иронически определяется с помощью выражения, включающего словосочетание *tengo famiglia* в качестве атрибута: *l'Italia è la Repubblica dei tengo famiglia* – «Италия – Республика имеющих семью».

Превалирующая роль семьи в итальянском обществе находит языковое выражение в определении Италии как «федерации семей»: *l'Italia è una federazione di famiglie*, в атрибутивных словосочетаниях, включающих лексему *Italia* в соединении с лексемой *famiglia*: *l'Italia delle famiglie* «Италия – страна семей» и лексемой *casta*: *l'Italia delle caste* «Италия – страна каст». Ценностный компонент концепта *famiglia* прослеживается в метафорических номинациях семьи, в основе которых лежит признак опоры: *perno* «стержень», *fondamento* «фундамент», *base* «базис», *cardine* «основа», *pilastrò della società* «опора общества» и защиты: *cittadella* «крепость», *fortezza* «твердыня», *baluardo* «оплот», *involucro protettivo* «защитная оболочка», *porto sicuro* «надежный порт», в пространственных номинациях: *il centro della comunità italiana* «семья – центр итальянского общества», *il centro focale di riferimento per ogni singolo individuo* «семья – точка отсчета для каждого индивидуума». В метафорических определениях итальянской семьи встречается также религиозный компонент: *la famiglia italiana è l'arca santa* – «итальянская семья – Ноев ковчег» [7, р. 260].

В итальянском лингвокультурном пространстве одним из основных аксиологических ориентиров является принадлежность к группе родственников, что гарантирует ее членам определенные привилегии. В лексическую систему итальянского языка вошел неологизм *parentopoli*, образованный от существительного *parente* «родственник» и форманта греческого происхождения *-poli* аналогично словообразованию *tangentopoli*, обозначающему распространенный в Италии феномен коррупции. Данная лексема характеризует итальянское общество как систему обмена услугами между членами семьи или знакомыми. Таким же образом лексема *nepotismo*, образованная от латинского существительного *nepos* «племянник», обозначает социальный феномен фаворитизма. Данное выражение происходит от практики распределения римскими папами должностей между своим родственниками. На современном этапе развития итальянского общества такая социальная норма выражается притяжательными конструкциями, включающими лексемы, обозначающие родственные связи: *essere figlio di famiglia*, *essere figlio di papà* «быть чьим-то сыном», «получать какие-либо блага благодаря собственной семье».

Специфика итальянской ценностной картины мира определяется историческими факторами, такими как позднее формирование итальянского государства и поздняя национальная унификация итальянского народа. Слабая национальная самоидентификация итальянцев констатируется в афоризме *Fatta l'Italia bisogna fare gli italiani* – «Создав Италию, необходимо создать итальянцев», авторство которого принадлежит итальянскому

писателю Массимо д'Адзелио. Национальный состав современной Италии представлен разнообразными местными этническими субгруппами с собственной региональной идентичностью. Жители каждой области подчеркивают свое происхождение и гордятся собственным диалектом, оригинальным вкладом в искусство, гастрономическими традициями и психологическими различиями.

Подобная привязанность к родным местам определяется в итальянском языке аксиологемой *regionalismo* – «регионализм» и синонимическими лексическими средствами, в основе номинаций которых лежит территориальный признак: *localismo* «местный патриотизм», *municipalismo* «местничество», *particolarismo regionale* «региональный партикуляризм». Любовь к собственному поселку, городу или области находит языковое воплощение также в ключевом для итальянской лингвокультуры понятии *campanilismo* или *amor di campanile* «региональный патриотизм». Данная лексема происходит от слова *campanile* «колокол», поскольку именно он символизирует жизнь населенного пункта и характеризует культурные, социальные и исторические противоречия между итальянскими городами или провинциями. Словосочетания, включающие лексему *campanile*, обозначают национальную характеристику итальянцев, проявляющуюся в защите местных интересов: *questioni di campanile* «узкоместные интересы», *vivere all'ombra del proprio campanile* «защищать интересы своей общины», *ogni campanile suona le sue campane* «смотреть со своей колокольни».

Несмотря на региональную раздробленность Италии, фактором этнической унификации итальянцев остается общая история, которая интерпретируется как история культуры [8]. В коллективной памяти итальянцев сохраняется образ Италии – преемницы Древнего Рима, давшей начало европейской цивилизации. Аксиологема *storia* отражается в метафорическом определении Италии как «колыбели цивилизации»: *culla della civilizzazione europea*, «родины античного искусства»: *terra di classicità*, а также в пространственной метафоре «центр»: *l'Italia è il centro politico e culturale della civiltà occidentale* – «Италия – политический и культурный центр западноевропейской цивилизации».

В итальянском языке существует значительное количество лексических единиц, актуализирующих оценочное восприятие Рима представителями италоязычного этноса. Рим определяется как «центр мира» с помощью латинизма *Caput Mundi* – «Голова мира», метафорой «перекресток»: *crocevia di ogni attività* – «перекресток всех видов деятельности»; оценочные характеристики города актуализируются прилагательными *eterno* и *imperiale*: *Città eterna* «вечный город», *capitale imperiale* «величественная столица». Пословица *Tutte le strade conducono a Roma* «Все дороги ведут в Рим», превратившаяся в интернационализм, имплицитно центральное место Рима не только для итальянцев, но и для всего мира. Многовековая история Рима определяется пословицей *Roma non fu fatta in un giorno* «Рим не сразу строился».

Мифологема Рима в коллективном языковом сознании итальянского этноса связывается также с идентификацией Италии и ее столицы с духовным центром мира. Присутствие на территории Италии Ватикана – центра католической религии, обуславливает ее определение «духовной» страной. Данная коннотация осуществляется пространственными метафорическими номинациями Рима с использованием лексем *centro*, *polo* «центр», *cuore* «сердце», *capitale* «столица», *sede* «средоточие»: *cuore di uno dei centri più significativi della spiritualità mondiale* – «сердце одного из важнейших центров мировой религии»; *capitale della cristianesimo* – «столица христианства»; *centro della religione cattolica* – «центр католической религии»; *Sede Spirituale* – «духовное средоточие»; *Santa Sede* – «святое местонахождение»; *polo culturale* – «культурный центр», а также номинацией Италии с помощью конструкции, включающей прилагательное *cattolico* в превосходной степени: *il paese più cattolico del mondo* «самая католическая страна в мире».

Знаковым этапом в формировании ценностной системы итальянцев выступает эпоха Ренессанса, с которой ассоциируется доминирование Италии в сфере искусства, живописи, литературы. Достижения в визуальных видах искусства привели к формированию в Италии культа красоты, гармонии, художественного вкуса [5, с. 28]. Зрительное восприятие действительности итальянцев трансформировалось в ценностную доминанту культа прекрасного – *il culto della bellezza*. По мнению Л. Вердоне, искусство, которое итальянцы имеют возможность наблюдать ежедневно, превращается в элемент коллективного самосознания [9]. В свою очередь, итальянский антрополог Г. делла Лоджа утверждает, что генетическая склонность итальянцев к красоте обусловлена красотой итальянских пейзажей, повлиявших на формирование их эстетических вкусов [8].

Понятие красоты в итальянской лингвокультуре выражается в аксиологически маркированном названии Италии *Bel Paese* «красивая страна». Данное определение обуславливается присутствием на территории Италии большого количества архитектурных памятников, красивыми пейзажами, мягким климатом и богатыми гастрономическими традициями, которые комплексно определяются словосочетанием *il bene culturale* «культурное наследие». Среди оценочных номинаций Италии преобладают ее сравнения с садом: *il Giardino d'Europa* – «сад Европы», *Eden dell'arte* – «Райский сад искусства», музеем: *museo a cielo aperto* – «музей под открытым небом», раем: *paradiso terrestre* – «земной рай».

Ценностная доминанта *il culto della bellezza* реализуется также в общеизвестной любви итальянцев к зрелищам и склонности к театральности [6, р. 97]. В повседневной жизни эта черта проявляется в чрезмерном внимании к внешнему виду и этикету, в так называемом искусстве подавать себя – *l'arte d'apparire*. Понятия элегантности, стиля, привлекательной внешности (*eleganza*, *stile*, *classe*, *bellezza*) являются неотъемлемой частью культурного стереотипа итальянцев, что усиливается ведущей ролью Италии в сфере моды. Стремление итальянцев хорошо выглядеть в любой ситуации актуализируется словосочетанием *fare bella figura* «уметь держать себя», «не ударить лицом в грязь», употребляющимся в интенциональных предложениях: *cucinare per fare bella figura* – «готовить еду, чтобы произвести впечатление», *vestire per fare bella figura* –

«одеваться, чтобы произвести впечатление». Данное словосочетание отражает культурную норму итальянского общества, которая предполагает особенный кодекс поведения, включающий чрезмерное внимание к установленным правилам этикета.

Подводя итоги, можно отметить, что формирование ценностной картины мира итальянцев – результат взаимодействия региональных, культурно-исторических и социальных факторов. Ценностные параметры италоязычного общества вербализируются с помощью аксиологем *familismo*, *regionalismo*, *storia*, *culto della bellezza*. Исследование показало, что основными языковыми средствами выражения ценностей итальянской лингвокультуры являются единицы лексико-семантической системы, а именно аксиологически маркированные лексемы и словосочетания, афоризмы, пословицы, а также средства вторичной номинации – когнитивные метафоры, актуализирующие различные признаки исследуемых доминант. Принимая во внимание тот факт, что ценностные представления итальянского лингвосоциума нельзя считать окончательно сформировавшимися, необходимо осуществлять поиск новых исследовательских методов, направленных на раскрытие динамики их содержания.

#### Список литературы

1. **Бабаева Е. В.** Лингвокультурологические характеристики русской и немецкой аксиологической картин мира: дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2004. 438 с.
2. **Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
3. **Маслова В. А.** Лингвокультурология: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 208 с.
4. **Медведева Т. С., Опарин М. В., Медведева Д. И.** Ключевые концепты немецкой лингвокультуры: монография / под ред. Т. И. Зелениной. Ижевск: Удмуртский ун-т, 2011. 160 с.
5. **Шевлякова Д. А.** Доминанты национальной идентичности итальянцев: автореф. дисс. ... д. культурологии. М., 2011. 46 с.
6. **Banfield E. C.** The Moral Basis of a Backward Society. New York: The Free Press, 1958. 204 p.
7. **Barzini L.** Gli italiani. Virtù e vizi di un popolo. Bergamo: BUR Saggi, 2008. 453 p.
8. <http://gnosis.aisi.gov.it/sito%5CRivista17.nsf/servnavig/23> (дата обращения: 27.08.2014).
9. **Verdone L.** Una società senza valori può sopravvivere? Milano: Edizioni Paoline, 2012. 160 p.

#### LINGUISTIC REPRESENTATION OF VALUE DOMINANTS OF THE ITALIAN LINGUOCULTURE

Litinskaya Natal'ya Vasil'evna

Taras Schevchenko Kiev National University, Ukraine

natalit2005@ukr.net

The article is devoted to the study of the linguistic means of the Italian-speaking ethnic group's values representation. Such components of the Italian value worldview as family, regionalism, history, love for beauty, which are represented by axiologemes "familismo", "regionalismo", "storia", "culto della bellezza", are considered. The author, basing on the works dealing with the Italian mentality, studies the main lexical, phraseological and metaphorical means of the verbalization of the Italian linguoculture value dominants.

*Key words and phrases:* value; dominant; value worldview; axiologeme; linguoculture; metaphor; concept.

УДК 37

#### Педагогические науки

*В статье рассматриваются особенности семантики английских прилагательных, входящих в лексико-семантическую группу «характер человека» в том виде, как она представлена в учебном курсе британского издательства Macmillan "New Inside Out". Выявляются причины трудностей освоения этой группы лексики студентами-филологами и переводчиками. Предлагаются стратегии, с помощью которых эти трудности могут быть успешно преодолены.*

*Ключевые слова и фразы:* прилагательное; характер человека; лексико-семантическая группа; полисемия; лексическая лагуна; контекст; переводческий эквивалент.

Малаховская Мария Львовна, к. филол. н.

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

lmalakh2001@mail.ru

#### ИЗУЧЕНИЕ ТЕМЫ «ХАРАКТЕР ЧЕЛОВЕКА» В ГРУППАХ СТУДЕНТОВ-ФИЛОЛОГОВ И ПЕРЕВОДЧИКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОГО УЧЕБНОГО КУРСА "NEW INSIDE OUT")<sup>©</sup>

Давно известно, что успех в освоении иностранного языка в большой степени определяется тем, насколько интересен для учащихся материал учебного курса [8, p. 181-182]. Многолетний опыт преподавания