

ИДИОМЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ «КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ» В КУЛЬТУРЕ

Кухтарова Катерина Валерьевна

студент, Московский государственный университет, РФ, г. Москва

В настоящее время все острее поднимается и обсуждается вопрос о сущности сложной взаимосвязи языка, культуры и менталитета человека. Ввиду современных споров на эту тему, наше исследование представляется остро актуальным, поскольку целью работы является раскрытие культуры англичан и американцев через идиоматику английского языка, основываясь на теорию «ключевых слов» А. Вежбицкой. Таким образом, мы в данной работе демонстрируем неразрывную связь между названными выше понятиями. Выбор идиоматического пласта языка обусловлен тем, что идиомы являются бесценным ключом к культуре народа. Также несмотря на общий язык, идиомы у американцев и англичан абсолютно разные, и через эти различия мы доказываем в своей работе, что у этих национальностей культура и менталитет (как одно из ее проявлений) отличаются друг от друга.

Новизна работы заключается в том, что предпринятая попытка изучить культуру и менталитет англичан и американцев через идиоматический пласт базируется на теории А. Вежбицкой. По мнению исследовательницы, аксиология народа, его установки, мировоззрение одновременно формируются и отражаются в языке, и соответствующие языковые единицы представляют собою так называемые «бесценные ключи» («priceless clues») к пониманию этих аспектов культуры, другими словами, «ключевые слова», которые «не являются универсальными и должны рассматриваться как отражающие специфику видения мира, присущего носителям именно данного языка и данной культуры». Таким образом, А. Вежбицкая приходит к мысли о том, что тщательное, глубокое изучение лексического пласта и других разделов языка дает нам некие знания, а они, в свою очередь, возможность судить о базовых ценностях обслуживаемой этим языком культуры. Эти «ключевые слова», на наш взгляд, и можно назвать «ключами к изучаемой культуре» [1, с. 8].

Для того, чтобы признать то или иное слово ключевым в культуре, нужно, чтобы оно было общеупотребительным, частотным, было в составе фразеологизмов, пословиц, поговорок и т. д. Именно поэтому мы считаем, что идиомы отражают «ключевые слова» в культуре, именно через них представляется возможным изучить менталитет того или иного народа.

Для понимания «ключевых слов» ученая разработала метод толкования национальных понятий – ЕСМ («естественный семантический метаязык»). Она использует небольшое количество «примитивов» – неразложимых, не требующих дальнейшего разъяснения и понятных любому человеку слов. Посредством метаязыка можно объяснить любой сложный аспект культуры, разбив его на неразложимые, ясные компоненты. «Благодаря метаязыку, результаты такого исследования становятся понятны даже не принадлежащим к данной изучаемой культуре и не владеющим данным языком» [1, с. 11].

На основе вышеизложенного был проведен глубокий анализ большого количества идиом американского и британского вариантов английского языка. В полном объеме его привести в данной статье не представляется возможным, мы продемонстрируем лишь пример анализа одной группы идиом, которые раскрывают ключевое слово «Privacy». Это единственное общее для американцев и англичан понятие, выведенное нами; остальные различаются.

Для начала мы дали проанализировали и сгруппировали некоторые идиомы и дали их толкование:

Таблица 1.

Идиомы британского английского	Идиомы американского английского
<p>in private - конфиденциально</p> <p>private eye - наемный (частный) детектив</p> <p>private war - личная, частная, локальная война</p> <p>my home, my castle - мой дом, мой дворец,</p> <p>there is no place like home - нет места лучше в мире, чем собственный дом</p> <p>home sweet home - дом, родной дом</p> <p>to bring home to somebody - довести до сознания</p> <p>to set one's house in order - приводить свои дела в порядок</p> <p>busy body - назойливый; сующий нос не в свое дело</p>	<p>air one's dirty linen in public - выносить сор из избы, говорить на людях о личных проблемах</p> <p>home sweet home - родной дом</p> <p>none of your business - не твое дело</p> <p>drop dead - оставить кого-то в покое, наедине</p> <p>eat away at - кого-л. разъедать, вторгаться в чужое личное пространство</p> <p>me-time - время, посвященному самому себе</p>

[4,5].

My home, my castle

(a) некто (X) может думать нечто вроде этого:

(b) это место, где я живу

(c) это место - мое

(d) здесь я делаю то, что хочу

(e) здесь мои правила

(f) здесь я отделен от мира

(h) здесь я чувствую себя в безопасности

(i) это хорошо для X-а

none of your business

(a) некто (X) может думать нечто вроде этого:

(b) это нечто, что делаю только я

(c) это нечто, что знаю только я

(d) я не должен рассказывать об этом другим людям

(e) никто другой не должен думать, спрашивать и знать об этом

(f) если некто спрашивает об этом, я чувствую себя плохо и сержусь на этого человека

me-time

- (a) некто (X) может думать нечто вроде этого:
- (b) это некое количество времени
- (c) это когда я делаю нечто для себя и только для себя
- (d) это когда я думаю о себе и только о себе
- (e) в это время я не делаю что-то для других
- (f) в это время я не думаю о других
- (g) никто не должен вступать со мной в контакт в это время
- (h) это хорошо для X-а.

Как мы видим из толкований, неоспоримым является стремление к изоляции, необходимость в отделении себя от других. В некоторых приведенных нами идиомах порицается излишний интерес к другому («busy body», «drop dead», «eat away at»). Далее мы попытались на основе анализа данных идиом прийти к определению общего для англичан и американцев ключевого слова:

«Privacy» (приватность):

- (a) некто (X) может думать нечто вроде этого:
- (b) это когда я один
- (c) мне хорошо в этот момент
- (d) я нуждаюсь в этом
- (d) никто не может быть со мной в это время
- (e) мне нравится, что никто не вступает в контакт со мной в этот момент
- (h) если некто будет со мной в это время, мне будет плохо.

Ключевое слово «privacy» является одним из базовых для понимания культуры американцев и англичан. Отсюда можно выделить следующие черты менталитета, общие для обоих народов: ярко выраженный индивидуализм, приближающийся к эгоцентризму, некоторая дистанцированность. Вероятно, рождение этого культурного скрипта связано с отдаленным географическим положением США от Европы и островным типом культуры Англии.

По итоговым результатам исследования идиоматики американского и британского английского языка мы также выявили следующие ключевые слова, не приведенные в данной статье: «Self-expression» и «Self-possession», «Arrogance» и «Vanity», «Friendship», «Success». Они позволили нам сделать соответствующие выводы о культуре американцев и англичан и раскрыть, помимо предложенного в данной статье, следующие черты менталитета: англичанам присущ консерватизм, убежденность в собственном превосходстве, материализм, вежливость, сдержанность, надежность, доброжелательность, контроль над своими эмоциями, умеренность, самообладание, упорство, патриотизм, трудолюбие, скрытность характера, честность, стремление к успеху и богатству. Что касается американцев, можно дать следующую характеристику: погоня за материальным успехом («американская мечта»), трудолюбие, общительность, дружелюбие, фальшивая вежливость, поверхностность, отзывчивость, самозащитность, эгоцентризм, патриотизм, нетактичность, перфекционизм, материализм, несдержанность, упорство, ненасытность, честность.

Таким образом, мы доказали, что идиомы действительно являются отражением «ключевых слов», будучи «окном» в культуру того или иного народа.

Список литературы:

1. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – М.: Языки славянской культуры, 2001.
2. Вежбицкая А. Русские культурные скрипты и их отражение в языке // Русский язык в научном освещении. – 2002. – No 2(4).
3. Литвинов П. П. Англо-русский фразеологический словарь с тематической классификацией. – М.: Яхонт, 2000.
4. Dilin Liu. The Most Frequently Used Spoken American English Idioms: A Corpus Analysis and Its Implications // TESOL Quarterly, Vol. 37, No. 4 (Winter, 2003).