

Ирина Зыкова

Семиотика пространства в формировании значений фразеологизмов: лингвокультурологический подход¹

Человек – это часть целого, которое мы называем Вселенной, часть, ограниченная во времени и в пространстве.

Альберт Эйнштейн

Раздел 1. Лингвокультурологическая концепция фразеологического значения

Представляется необходимым обратиться прежде всего к вопросу о том, как понимается в нашей работе фразеологическое значение.

Разрабатываемая нами лингвокультурологическая концепция фразеологического значения базируется на следующих ключевых теоретических положениях, получивших определенное развитие в современной лингвистике:

- 1) культура (или концептосфера культуры) и язык – это две разные семиотические системы, между которыми существуют отношения интеракции (Лотман, Телия и др.);
- 2) значение языкового знака, фразеологического знака в частности, представляет собой двухуровневое образование: в нем выделяются поверхностный (или семантический) уровень и глубинный (или концептуальный) уровень (Беляевская, Болдырев и др.).

Опираясь на эти положения, мы полагаем, что фразеологическое значение представляет собой результат межсемиотической транспозиции. Понятие

1 Исследование выполнено при поддержке гранта ведущих научных школ НШ-2084.2014.6 «Образы языка и многоязычия в различных типах дискурсов».

«межсемиотическая транспозиция» было введено Р. Якобсоном (1978) для описания перевода содержания вербальных знаков в невербальные знаковые системы (например, в музыку, кино, живопись и проч.) В нашей работе под межсемиотической транспозицией понимается процесс так называемого обратного перевода, т.е. перевода концептуального содержания знаков различных семиотических областей культуры в знаковое пространство естественного языка, во фразеологические знаки в частности. Подробное описание результатов исследования этого процесса представлено в серии научных публикаций (Зыкова 2012, 2015, Zyкова 2014). Здесь же отметим главное. Как было установлено, в ходе межсемиотической транспозиции происходит поэтапное формирование фразеологического значения, характеризующееся образованием, прежде всего, глубинного (или концептуального) уровня значения фразеологизмов, на базе которого, в свою очередь, создается поверхностный (или семантический) уровень их содержания. При этом глубинный уровень фразеологического значения, выступая концептуальным основанием образа фразеологического знака, представляет собой довольно сложную концептуальную структуру – макрoметафорическую концептуальную модель.² Графически особенности формирования значений фразеологизмов в результате межсемиотической транспозиции можно представить в следующей схеме (схема 1).



Схема 1: Фразеологическое значение: специфика построения и организации

2 Следует отдельно отметить, что изучение специфики построения и организации фразеологического значения осуществлялось посредством созданного нами метода лингвокультурологической реконструкции (Зыкова 2014), при разработке которого мы опирались прежде всего на теорию метафорических концептов Дж. Лакоффа, М. Джонсона, а также на ряд современных работ в области когнитивной лингвистики таких ученых, как Е.Г. Беляевская, В.З. Демьянков, П. Карлетон, Е.С. Кубрякова, Р. Лэнкер, Г. Радден, М. Редди, М. Тернер, Дж. Фоконье и др.

Знаки культуры, концептуальное содержание которых подвергается межсемиотической транспозиции и участвует в построении значений фразеологизмов (прежде всего, их глубинного уровня), чрезвычайно разнообразны и принадлежат к различным семиотическим областям (например, к музыке, театру, архитектуре, спорту, профессиональной или повседневной деятельности, религии и проч.). Особой значимостью в процессе фразеологизации обладают знаковые средства пространства, в своей совокупности составляющие так называемую семиотику пространства (*semiotics of space*).

Раздел 2. Пространство как знаковая область культуры и ее роль в процессе фразеологизации

Изучению семиотики пространства с разных научных позиций посвящено значительное количество работ (Иванов, Топоров 1965, Pereira 1968, СППС-ТЗС 1986, Cassirer 1992, Pellegrino 1994, Успенский 1996, Хайдеггер 2000, ЛАЯ-ЯП 2000, Домников 2002 и мн. др.). Представления о пространстве относятся к числу древнейших, восходящих к архаическим формам осмысления мира и его устройства. Как указывает А.И. Пигалев (1998), «формирование первых представлений о пространстве начинается уже в палеолите на основе попыток осмысления различных силовых воздействий, процессов движения и изменения. Но эти попытки были обусловлены жесткой необходимостью антропогенеза, поскольку определенное осмысление пространства выступает как условие существования человека». Ю.А. Асоян (2007: 304) в своей работе отмечает, что «пространственная семантика – одна из первичных форм означивания человеком мира; пространственные категории представляют способ понимания предметов в их взаимной соотнесенности и отнесенности к человеку (далеко-близко, высоко-низко), фиксируют меру духовно-практического овладения действительностью (пространство сакральное и профанное, место свое и чужое; территория)». В архаичной культуре, согласно Б.А. Успенскому (1996), пространство оценивается в нравственных категориях; география выступает как разновидность этических знаний.

Как представляется, особую роль в становлении пространственной семиотики культуры (или культур) играют, по всей вероятности, следующие процессы:

- 1) процесс, связанный с восприятием человеком себя как объекта в пространстве, с которого начинается и посредством которого осуществляется пространственное измерение, с постижением границ/пределов своего собственного тела, приводящим к пониманию внешнего и внутреннего пространства, своего (личного) и не-своего (природного, чужого) пространства; с осмыслением функциональной специфики частей своего тела в пространственно-ориентационной деятельности;
- 2) процесс, связанный с освоением природной среды, в пределах которой проживает тот или иной народ, и которая может включать определенные участки территории, акватории и аэротории со свойственными им объектами, которые наделяются в ходе их познания определенными символическими (или сакрально-символическими) смыслами;
- 3) процесс, связанный с преобразованием природной среды и созданием искусственных пространственных статичных и динамичных объектов, к которым относятся, к примеру, созданные ландшафтные и архитектурные объекты, разного рода транспортные средства, и сопряженное с этим процессом осознание их особой значимости в жизнедеятельности общества.

С учетом этого в семиотике пространства можно условно выделить следующие основные группы отличающихся по своей природе пространственных знаков: 1) антропо-соматические знаки, например: голова, рука, нога, пята, шаг и др., а также знаки-действия ходить, плыть, бежать и многие другие; 2) природно-ландшафтные (географические) знаки, например: поле, гора, лес, река, дерево, камень, небо, холм и многие другие; 3) социально-технические знаки, например: город, мост, дорога/путь, собор/храм, порог, лодка (корабль), самолет и многие другие.

Отличаясь существенным знаковым разнообразием и значительным объемом передаваемых культурных смыслов, в том числе (сакрально-)символических смыслов (Лотман 1965), семиотическая область пространства представляет собой один из весьма продуктивных источников процесса фразеологизации. Об этом свидетельствует не только довольно значительное количество образуемых на ее базе фразеологизмов, но и факт их (т.е. фразеологизмов) принадлежности к самым разным номинативным областям. Ср. такие фразеологические знаки, например, русского языка, как:

- *под [самым] носом* ‘в непосредственной близости, рядом с кем-либо’;
- *рукой подать* ‘очень близко, совсем рядом’;
- *на шаг от чего-либо* ‘в непосредственной временной близости’;
- *не за горами* ‘1) недалеко, рядом; 2) в ближайшем будущем’;
- *между небом и землей* ‘в неопределенном, неясном положении’;
- *ни к селу, ни к городу* (сказать или сделать что-либо) ‘без видимой причины, без связи, последовательности’;
- *заказывать/заказать путь (дорогу)* ‘лишать кого-либо возможности делать что-либо; закрывать доступ куда-либо’;
- *перебрасывать (перекидывать) мост* ‘связывать, соединять кого-либо’;
- *в одной лодке* ‘в одинаковом (часто – опасном) положении’;
- *кричать на всех перекрестках* ‘повсюду и всем говорить о чем-либо, ничего не скрывая’;
- *на всех парусах* ‘1) очень быстро, с предельной скоростью; 2) успешно, быстро продвигаться в чем-либо (в каком-либо деле)’.

Обращает на себя внимание тот факт, что сформированные при участии знаковых средств пространства фразеологизмы обозначают разного рода явления, среди которых расстояние/дистанция (степень удаленности объектов), время, причинно-следственные связи действий/событий, препятствия и проблемы, межличностные или социальные отношения, вербальная коммуникация, скорость, успех и проч.

Основным объектом для нашего исследования стали фразеологические знаки английского языка, в семантике которых описываются различные аспекты вербальной коммуникации, например: *flattery will get you nowhere* ‘похвала не убедит кого-либо сделать то, что не хочется делать’, *to talk shop* ‘обсуждать профессиональные темы’, *to take the floor* ‘принимать участие в обсуждении; произносить речь’.

В результате анализа отобранного фразеологического материала, проводимого в рамках разрабатываемого нами лингвокультурологического подхода к фразеологическому значению, было установлено, что благодаря определенным знаковым средствам пространства (пространственной локализации, пространственных отношений, движения в пространстве и проч.) в английском языке формируется отдельная группа фразеологизмов, глубинным основанием значения которых является макрометафорическая концептуальная модель *VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL*, например: *to argue round and round* (букв. спорить по кругу)

‘говорить не по существу’, *to speak by the card* (букв. говорить по компасу) ‘говорить точно’.

Согласно полученным данным, данная модель характеризуется определенным креативным потенциалом, который проявляется, прежде всего, в ее способности порождать в английской языковой системе некое множество фразеологизмов, а именно более 280 единиц. Кроме того, креативность макророметифорической концептуальной модели *VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL* проявляется также и в том, что она является источником различных фразеологических образов, в которых разные аспекты вербальной деятельности уподобляются определенным аспектам путешествия. Остановимся подробнее на том, какого рода фразеологические образы порождает данная модель.

Раздел 3. Семиотика пространства в построении фразеологических образов вербальной коммуникации как путешествия в английском языке

Согласно проведенному исследованию, макророметифорическая концептуальная модель *VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL* образуется посредством синтеза концептуального содержания, «транспонируемого» из определенных знаковых средств семиотики пространства, а именно из тех, которые представляются англоязычному социуму наиболее релевантными в процессе познания сущностных особенностей вербальной деятельности. В связи с этим образы английских фразеологизмов, порождаемых данной моделью, можно дифференцировать по целому ряду оснований.

Так, макророметифорическая концептуальная модель *VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL* продуцирует фразеологические образы, в которых вербальная коммуникация (разные ее аспекты) репрезентируется как сухопутное, водное и воздушное путешествие, или, иначе говоря, как (целенаправленное) движение/перемещение в трех разновидностях пространства – земном, водном и воздушном, например:

- *gossiping and lying go hand in hand* ‘сплетни и ложь идут рука об руку’;
- *to dip into a book* (букв. окунуться/нырять в книгу) ‘читать книгу не полностью, только отдельные ее части’;
- *ill news flies fast* (букв. плохие новости летят быстро) ‘негативная информация распространяется стремительно’.

Следует отметить, что наибольшей в количественном отношении является группа английских фразеологизмов, образы которых передают представление о вербальной деятельности как о перемещении по суше (или по земле) пешком, или на каком-либо транспорте (например, на машине, телеге), ср.:

- *the story goes that* (букв. рассказ идет так/идет таким образом) ‘говорят’;
- *to drive home* (букв. довести до дома) ‘говорить так, чтобы сказанное было понято и усвоено’.

Второй по количеству составляющих ее единиц является группа английских фразеологизмов, в образах которых вербальная коммуникация уподобляется водному путешествию, т.е. перемещению в водном пространстве или по поверхности водного пространства вплавь или с использованием специальных средств и, возможно, при определенных погодных условиях, например:

- *to get/catch someone's drift* (букв. попадать в чье-либо течение) ‘понимать то, о чем говорится’;
- *be in the eye of the storm* (букв. быть в эпицентре (в самом центре) бури или морского шторма) ‘оказаться участником спора’;
- *to nail one's colours to the mast* (букв. прибить свой флаг к мачте) ‘публично высказываться о чем-либо’;
- *to take the wind out of someone's sails* (букв. забрать ветер из парусов, замедлив ход судна) ‘сказав что-либо неожиданное, заставляя чувствовать кого-либо неуверенно (или менее уверенно)’.

Самой малочисленной является группа английских фразеологизмов, в образах которых отражаются представления о вербальной коммуникации как о (целенаправленном) перемещении по аэротории, т.е. в воздушном пространстве, например:

- *(words) take air* (букв. ~ (слова) полетели) ‘получить огласку, стать общеизвестным’;
- *winged words* ‘крылатые слова’;
- *rumours are in the air* (букв. слухи (витают, летают, парят) в воздухе) ‘слухи распространяются’;
- *bad news has wings* (букв. плохие новости/известия имеют крылья) – ‘негативная информация распространяется быстро’.

Кроме того, одним из оснований дифференциации образов исследуемых фразеологизмов, источником продуцирования которых является

макрометафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL, может выступать направлением, по которому осуществляется перемещение или движение в определенном (земном, водном или воздушном) пространстве, например:

- движение по кругу: *to talk around something* (букв. говорить вокруг чего-либо) ‘не говорить прямо, открыто о чем-либо’;
- движение по горизонтали: *to go in one ear and out the other* (букв. входить в одно ухо и выходить из другого) ‘не помнить сказанного’;
- движение по вертикали: *to extol someone/something to the skies* (букв. возносить кого/что-либо до небес) ‘нахвалять кого-либо или что-либо’;
- движение или перемещение по обширной территории: *to spread the word* (букв. распространять повсюду/повсеместно слово) ‘рассказывать о чем-либо большому количеству людей’;
- центробежное движение: *joking apart* (букв. подшучивание прочь (т.е. отдалить на расстояние от)) ‘выражать намерение говорить серьезно’;
- движение в одном или одновременно в нескольких направлениях: *be talking out of both sides of one's mouth* (букв. произносить слова одновременно с двух сторон своего рта) ‘говорить разные вещи разным людям об одном и том же предмете’.

Помимо этого, порождаемые макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL образы английских фразеологизмов, описывающих разные аспекты вербальной деятельности, могут дифференцироваться на основании отражения в них определенного маршрута и скорости передвижения, трудностей, испытываемых при движении в той или иной разновидности пространства, определенного местоположения и расстояния в пространстве, например: *a fast talker* (букв. быстрый оратор) ‘человек, способный уговорить кого-либо сделать что-либо’; *be on dangerous ground* (букв. находиться на опасной территории) ‘говорить на неприятную тему’; *on the tongues of men* (букв. на языках людей) ‘все говорят об этом’; *to go beyond a joke* (букв. идти за пределы шутки, т.е. идти (слишком) далеко) ‘начинать сильно беспокоить, тревожить кого-либо (например, своими разговорами)’ (Зыкова 2015).

Раздел 4. Заключение

Обобщая полученные в ходе исследования результаты, мы приходим к следующим выводам. Семиотика пространства является одним из

важных источников формирования фразеологизмов того или иного языка, обозначающих различные явления действительности. Другими словами, концептуальное содержание, передаваемое в пространственных знаках культуры, играет существенную роль в процессах фразеологической концептуализации. Как показало изучение английских фразеологизмов, описывающих вербальную коммуникацию, концептуальное содержание определенных знаковых средств семиотики пространства, подвергаясь процессу межсемиотической транспозиции, участвует в формировании в английском языке отдельной группы фразеологических знаков, глубинным основанием значения которых является макрометафорическая концептуальная модель *VERBAL COMMUNICATION IS TRAVEL*. Данная модель обладает определенным креативным потенциалом. Она продуцирует в английской языковой системе более 280 фразеологизмов, образы которых отличаются дифференциацией, которая обусловлена культурной значимостью для представителей англоязычного социума тех или иных знаковых средств пространства в формировании представлений о сущностной природе вербальной деятельности или о характере вербальных процессов посредством фразеологизмов.

Источники и литература

- АСОЯН, Юлий, 2007: Пространство. Светлана Я. Левит (гл. ред.): *Культурология. Энциклопедия*. Том 2. Москва: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). 304–311.
- ДОМНИКОВ, Сергей, 2002: *Мать-земля и Царь-город. Россия как традиционное общество*. Москва: Алетейа.
- ЗЫКОВА, Ирина, 2012: Семиотика музыки в построении фразеологического значения (лингвокультурологический подход). *Вопросы когнитивной лингвистики* 4. 108–117.
- ЗЫКОВА, Ирина, 2014: *Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков*. Москва: ИЯз РАН.
- ЗЫКОВА, Ирина, 2015: *Концептосфера культуры и фразеология: Теория и методы лингвокультурологического изучения*. Москва: ЛЕНАНД.
- ИВАНОВ, Вячеслав, ТОПОРОВ, Владимир, 1965: *Славянские языковые моделирующие семиотические системы*. Москва: Наука.
- ЛАЯ-ЯП 2000 = *Логический анализ языка. Языки пространств*. Нина Д. Арутюнова, Ирина Левонтина (отв. ред.). Москва: Языки русской культуры.
- ЛОТМАН, Юрий, 1965: О понятии географического пространства в русских средневековых текстах: *Труды по знаковым системам*. Выпуск II. Отв. ред: Юрий М. Лотман. Тарту: Тартуский Государственный Университет. 210–216.

- ПИГАЛЕВ, Александр, 1998: Пространство культуры. Светлана Я. Левит (гл. ред.): *Культурология. XX век*. Энциклопедия в 2-х томах. СПб.: Университетская книга. Адрес сайта: <http://psylib.org.ua/books/levit01/index.htm>.
- СППС-ТЗС 1986 = Семиотика пространства и пространство семиотики: *Труды по знаковым системам. Выпуск 19*. Отв. ред: Юрий М. Лотман. Тарту: Тартуский Государственный Университет.
- УСПЕНСКИЙ, Борис, 1996: *Избранные труды*. Том I. *Семиотика истории. Семиотика культуры*. Москва: Языки русской культуры.
- ХАЙДЕГГЕР, Мартин, 2000: Искусство и пространство. Рената Гальцева (ред.): *Самосознание культуры и искусства XX века: Западная Европа и США*. Москва, Санкт-Петербург: Университетская книга. 109–114.
- ЯКОБСОН, Роман, 1978: *О лингвистических аспектах перевода. Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике*. 16–24.
- CASSIRER, Ernst, 1992: *An Essay on Man: an Introduction to a Philosophy of Human Culture*. New Haven and London: Yale University Press.
- PELLEGRINO, Pierre, 1994: Space, Form, and Substance. Thomas Sebeok, Jean Umiker-Sebeok (eds): *Advances in Visual Semiotics*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- PEREIRA, Irene, 1968: *The Nature of Space: A Metaphysical and Aesthetic Inquiry*. Wash.
- ZYKOVA, Irina, 2014: Phraseological Image as an Insight into the Cultural Worldview. Vida Jesenšek, Dmitrij Dobrovol'skij (eds.): *Europhras 2012. Phraseology and Culture*. Maribor: Mednarodna založba Oddelka za slovanske jezike in književnosti, Filozofska fakulteta. 321–336.