

10. Henríquez Ureña P., Alonso A. Gramática castellana. La Habana: Editorial Pueblo y Educación, 1977. Tomo I. 292 p.
11. Hernández Alonso C. Gramática funcional del español. Madrid: Editorial Gredos, S. A., 1984. 534 p.
12. Millás J. J. Cuentos de adúlteros desorientados. Barcelona: DEBOLS!LLO, 2010. 142 p.
13. Real Academia Española. Nueva gramática de la lengua española. Morfología. Sintaxis I. Madrid: Espasa Libros, S. L. U., 2010. 1960 p.

УДК 81-23

*Л. Р. Хомкова (г. Иркутск)  
Иркутский государственный университет*

### **Гносеологическая функция метафорических средств выражения оценки (на материале немецкого и русского языков)**

Человек при помощи языка способен выразить оценку различными способами. Метафора при этом выступает одним из ведущих элементов его оценочной деятельности и обладает значительной диагностической силой в раскрытии смыслового наполнения концептов. Она служит источником информации о социокультурных и философско-религиозных воззрениях, о системе ценностей народа – носителя языка.

*Ключевые слова:* картина мира, метафора, оценка, оценочность, эмотивность

В лингвистических исследованиях последних лет заметна тенденция к изучению языка в тесной взаимосвязи с миропониманием человека, его духовной и практической деятельностью. В связи с этим особое внимание лингвистов привлекает проблема оценки, поскольку в процессе жизнедеятельности человек не просто познает мир, но и выражает свое отношение к нему, оценивает факты и явления.

Под оценкой вообще понимается суждение о ценности обозначаемого в целом или отдельного его свойства (объект оценки), хотя сама оценка имеет разные аспекты: утилитарные, гедонистические, морально-нравственные и др. Реестр этих аспектов зависит от того, какую ценность усматривает

субъект в объекте. Под ценностью при этом понимается всякий предмет любого интереса, желания, стремления. Таким образом, оценка возникает лишь тогда, когда из всех явлений и предметов окружающего мира человек выделяет те, которые представляют для него ценность в каком-либо определенном смысле. В своей жизнедеятельности человек сталкивается с огромным количеством таких предметов и явлений, при этом возникает такое же множество различных оценочных реакций.

Важнейшее свойство оценки состоит в том, что она предполагает ориентацию на норму и на оценочные стереотипы, т. е. на социально обусловленное предположение о том, что такое хорошо и что такое плохо для данного социума и его отдельного представителя.

Оценка может быть двух видов: рациональная и эмоциональная, или эмотивная, т. е. связанная с чувствами. Разграничение этих двух видов необходимо, поскольку интуитивно ясна разница между суждением о ценности и эмоциональной реакцией на объект. Рациональная оценка качества или количества какого-либо признака обусловлена представлением о нормах бытия объекта действительности. Она относится к дескриптивному аспекту значения и является суждением о ценности того, что вычленено и обозначено как объективная данность. Что касается второй, то существует два типа психологической оценки, связанных с эмоциональной сферой человека. Одна из них описывает чувства, эмоциональное состояние субъекта, испытываемое им по отношению к объекту обозначения: например, *ненавистный*, *гадкий*, *радостный*. Такая эмоциональная оценка согласуется с рациональной и, по существу, амальгамируется с ней.

Другая же (эту оценку мы и будем называть эмотивной) «побуждает испытывать некоторое чувство-отношение по поводу обозначаемого посредством стимулирующего воздействия на реципиента образного или равноценного ему представления обозначаемого» [3, с. 118]. Таким образом, эмотивная оценка обусловлена не объективными признаками обозначаемого, а признаками, приписываемыми ему творческим мышлением человека и вызываемыми у него определенные эмоции и переживания. Такая оценка не амальгамируется с рациональной, а «наслаивается» на нее, соотносясь не с собственно обозначаемым, а с мотивационным основанием выражения, играющим роль стимула для переживания. Эмотивная оценка обладает иллюзивной силой: она побуждает испытывать некоторое чувство-отношение и

является, в конечном счете, реализацией определенного иллокутивного намерения, вызывая, в случае коммуникативной удачи, соответствующий перлокутивный эффект.

Нельзя не заметить, что распределение собственно оценки как отношения к ценности обозначаемого и эмотивной оценки как чувства-отношения, связанного с ассоциативно-образным восприятием обозначаемого, сопряжено с различием самих типов языковых значений (в данном случае – номинативных). В первом случае это оценочные наименования, а во втором – экспрессивные, представляющие продукт вторичной номинации, сохраняющий ассоциативно-образную мотивацию. Чтобы убедиться в этом, достаточно сравнить экспрессивный потенциал таких пар наименований, как *глупец* (нем. *schwachsinniger, dummer Mensch*) и *осел* (нем. *blöder Esel, blödes Schwein*), *бездельник, лентяй* (нем. *Nichtstuer*) и *трупень, паразит* (нем. *Sitzfleisch, Parasit, Faulpelz, fauler Sack*), *неуклюжий, неловкий* (нем. *ungeschickt*) и *медведь* (о человеке: нем. *ein Elefant im Porzellanladen, ein rechter Bär*). Как видим, метафора создает «квазиденотат», на который, собственно, и ориентирована эмотивная оценка.

Метафора является одним из наиболее выразительных экспрессивных речевых средств. Эмоционально-оценочный компонент является определяющим в ее семантике. По мнению В. А. Банина, метафора выступает «экспрессивным пиком всего высказывания, усиливающим сигнал одобрения или неодобрения посредством актуализации мелиоративных или пейоративных сем» [1, с. 4].

Метафоры мелиоративной оценки представлены в языке скупо и фрагментарно. Наиболее же частотными являются метафоры с пейоративной оценкой. С. А. Хахалова предполагает, что такая неравномерность «связана с определенным рода мыслительными процессами, не позволяющими метафоре проникать в глубину широкого пласта положительных эмоций» [4, с. 102]. Действительно, становится очевидным тот факт, что язык не пользуется своими ресурсами и крайне редко образует метафоры для обозначения таких общеизвестных качеств, как добрый, щедрый, уравновешенный, работающий, умный, в то время как антонимы этих характеристик широко представлены и прочно закреплены в лексической системе.

Таким образом, метафорическая система оценок в языке представлена крайне неравномерно и асимметрично. Это явление, по всей видимости, имеет

не только языковую природу, но и психологическую, а также социальную. Можно предположить, что такое распределение метафорических обозначений (например, человека) обусловлено тем, что «человеку свойственно называть не своим именем того, кто заслуживает порицания, представляет собой отклонение от нормы» [2, с. 103]. Практически это обстоятельство связано с тем, что объекты, избираемые для метафорического именованья человека, по тем или иным причинам вызывают устойчивое и всеобщее отношение, связанное с пейоративной оценкой (например, *свинья, собака, осел*), либо реалии сами по себе нейтральны, но приписывание их свойств человеку воспринимается как его дискредитация (например, *сундук, пень, тумба, die Mimose, die Flasche, der Spielball, der Sack, das Wachs*). Такие метафоры создают обширные пласты лексики разговорного употребления, составляя ее экспрессивное ядро. Выход за пределы узуса обнаруживает, по сути дела, ничем не ограниченные возможности такого способа характеристик.

Исследование социально-психологического аспекта метафоры, изучение ее роли в формировании социальных оценок помогает сделать важные выводы о многих психологических и социальных явлениях, в частности о том, какие человеческие качества порицаются, а какие одобряются; какие явления стоят в центре, а какие остаются в стороне; какие существа и предметы получают «второе имя», а какие называются только «своими именами»; какие реалии действительности устойчиво связываются ассоциациями в сознании членов языкового коллектива, а какие остаются изолированными. Это обусловлено тем, что в основе оценочных смыслов метафор всегда лежит целостная картина мира данного социума. Признак, попадающий в фокус оценки, является воплощением ценности, соизмеримой со стандартом, принятым в том или ином коллективе, поэтому, возвращаясь к понятию эмотивности, мы не можем обойти стороной национально-культурный аспект исследования метафоры, вопрос о «культурной коннотации». Ведь «эмотивность – это не только след эмоциональной реакции на образ, лежащий в основе значения, который сам по себе также вызывает психологическое напряжение, но еще и результат интерпретации образного основания в категориальном пространстве установок культуры и ее идеалов» [3, с. 232]. Гармония с этими установками выражается в спектре положительных чувств-отношений в диапазоне одобрения, а дисгармония – в диапазоне неодобрения (презрения, осуждения, пренебрежения, унижения и т. д.). В этих чув-

ствах-отношениях всегда присутствует эмпатия субъекта некоторой ментальности, осознающего, каким подобает или не подобает быть объекту отношения с точки зрения образцов бытия.

В метафорах любого языка (в первую очередь «стертых» и узуальных) воплощены культурно-значимые смыслы. Поэтому наблюдение за их образными основаниями, сопоставление метафор в различных языках помогают выявить характерологические черты мировидения, интуитивно соотносимые носителями языка с установками их культур, с ментальными образцами, играющими роль предписаний для социальной и духовной жизненных практик.

Исключительно на материале метафор нами было проведено исследование когнитивного потенциала базовых концептов немецкой и русской культур «die Arbeit», «der Erfolg», «der Misserfolg» и «работа», «успех», «неудача» [5]. В ходе анализа эмпирического материала сделан вывод о том, что указанные концепты во многом отличаются по своему содержанию. Это связано с тем, что отношение к ним формировалось на основе разных представлений о мире, Боге и человеке, проповедуемых доминирующими в рассматриваемых культурах религиозно-философскими учениями. Приведем несколько примеров, демонстрирующих различия в функционировании исследуемых явлений в двух языках и двух культурах.

При наблюдении за метафорическим составом немецкого языка создается впечатление, что немцы просто не умеют работать плохо (они либо работают хорошо, либо не работают вообще), поскольку этот язык (в сравнении с русским) очень слабо использует свой метафорический потенциал для описания непродуктивного труда. Он изобилует метафорами, отражающими идею плодотворных усилий, напряжения умственных и физических сил (*mit eiserner Energie, voll Glüt arbeiten; studieren, dass der Kopf raucht; schufteten, dass die Funken fliegen; geistige Klimmzüge machen; Himmel und Hölle in Bewegung setzen; Dampf machen* и др.), и практически отказывает в выборе метафорических средств для выражения безделья через профанацию действия. Только два встретившихся в ходе анализа выражения передают, хотя и не совсем точно, эту идею: *Däumchen drehen* и *Hunde flöhen*. В немецком языке встретилось гораздо больше метафор (обозначающих бездействие), в образных основаниях которых лежат ситуации, указывающие на полное отсутствие активной деятельности, на стереотипную нерабочую позу – лежачую или сидячую: *auf dem Pflaster liegen, auf der faulen Haut liegen, kalt und erstorben*

*liegen, im erfrorenen Strom stillstehen, das Sitzfleisch, jahrelangen Tiefschlaf in der europäischen Verkehrspolitik beenden, tot sein, die Sonne aufs Fell / auf den Panz brennen lassen* и др.

В связи с этим хотелось бы отметить наличие в русском языке целого ряда синонимических выражений, передающих идею безделья, в образных основаниях которых явно прослеживается профанация плодотворного труда, например, *бить баклуши, грузии околачивать, дурака валять, пень колотить, плевать в потолок, гонять собак (ворон), считать галок (мух, ворон)*. Все приведенные примеры не означают бездействия как такового. Наоборот, во фразеологизмах отображается либо активное физическое действие, либо активное перемещение, либо затраченные умственные усилия. Просто результат действия или воздействия во всех случаях оказывается совершенно незначительным. Красной нитью через весь ряд проходит мысль: бездельничать – значит активно заниматься мелким, незначительным или явно пустопорожним делом. Как заметила В. Н. Телия, в этих «стертых», перешедших в состав фразеологизмов метафорах таким образом отразились характерологические черты отношения к безделью, свойственные русскому менталитету: стремление скрыть безделье имитацией активной деятельности по пустякам [3, с. 232].

Различия в вероучительных вопросах во многом определили своеобразие этики и мотивации труда в православии и протестантизме. Они свидетельствуют о различиях западного и восточного христианства в оценках земных благ, в воззрениях на проблему искупления и спасения, на задачи земной жизни и роль труда в деле спасения души. Например, важным моментом в трудовой этике немецкой культуры является вопрос об отношении к богатству и вознаграждению за труд. Социальное опрощение, столь естественное для православной традиции, чуждо протестантизму, где чрезвычайно прочно укрепились отношение к труду как к средству для достижения материального успеха и уважения в обществе. Быть богатым – стремление и желание каждого в рассматриваемой культуре. Это морально-этическая норма, которая поощряется социально. Быть же бедным – очень плохо и противоречит общественной этике. Даже несчастья, согласно немецкой пословице, случаются только с бедными: *Unglück trifft nur die Armen*; а тот, кто работает, не может быть беден: *Wo Arbeit das Haus bewacht, kann Armut nicht hinein*.

В русской культуре всегда провозглашалось: «не в деньгах счастье». Немецкая поговорка к деньгам относится более лояльно и утверждает, что

лишь деньги, *в одиночку*, счастья не принесут: *Geld allein macht nicht glücklich*. В целом отношение к деньгам в немецкой культуре – положительное, поскольку за ними стоит личный труд. Деньги выступают здесь символом надежности. Если состояние заработано собственными руками или умом, то вряд ли кто-то из немцев усомнится в вашем праве наслаждаться им. Протестантизм прямо призывает к росту благосостояния, в котором видится знак благоволения Божия. Успех в делах, богатство и прибыльность бизнеса в протестантских конфессиях свидетельствуют о богоизбранности человека.

Согласно протестантским учениям, жизнь дана человеку для того, чтобы добрыми делами и подвигами он мог заслужить спасение. К добрым делам относятся всякий хорошо исполняемый труд, усердие, профессионализм. Честный труд является как бы основной молитвой и ориентирует верующих на активность в этой жизни, на формирование личной дисциплины и ответственности. Выбирать «меньшее из зол» и спокойно переносить тяготы судьбы – это не укладывается в сознании немцев. Инициатива, творческий подход к делу ценятся очень высоко в рассматриваемой культуре и считаются главными слагаемыми успеха. Свободная конкуренция признается основой экономической системы, а прибыль – двигателем экономического роста. Индивидуумы свободны в преследовании своих экономических интересов. Они имеют право накапливать ресурсы без значительного ограничения со стороны государства и не обязаны перераспределять их тем, кто обладает меньшими.

Итак, в ходе наблюдения над эмпирическим материалом мы установили, насколько тесно метафора как один из способов создания языковой картины мира связана с мировосприятием народа – носителя языка, духовным опытом языкового коллектива, системой его ценностей, и определили, какое влияние оказывают экстралингвистические факторы на формирование аксиологического статуса метафоры. Разная интерпретация некоторых реалий и фактов в разных культурах обуславливает национально-культурную специфику оценочной семантики метафор и подтверждается особым составом метафор для оценки этих реалий.

### *Литература*

1. Банин В. А. Субстантивная метафора в процессе коммуникации (на материале совр. англ. языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / МПГУ им. В. И. Ленина. М., 1995. 16 с.
2. Складывшаяся Г. Н. Метафора в системе языка. СПб.: Наука, 1993. 151 с.
3. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
4. Хахалова С. А. Метафора в аспектах языка, мышления и культуры. Иркутск: ИГЛУ, 1998. 249 с.
5. Хомкова Л. Р. Структурно-семантическая характеристика метафорического фрейма «Работа – успех – неудача» (на материале немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2002. 193 с.