

## **Сопоставительный анализ ценностных составляющих концепта «свой/чужой» во французской и русской языковой картине мира**

Внимание автора в статье фокусируется на определении ценностных составляющих концепта «свой/чужой» во французском и русском языках. В работе предлагается семантическая классификация французских и русских фразеологических единиц и сопоставительный анализ материалов двух языков. Описание номинативной плотности понятия «свой/чужой» во французском и русском языках, с учетом статистики репрезентаций, позволяет сравнить ценностные шкалы концепта в каждом из указанных языков и определить степень сходства и расхождения между сравниваемыми языками.

**Ключевые слова:** концепт, фразеология, таксономия, репрезентативность, лингвокультура, семантический диапазон

Фразеология, как отмечается в работах авторитетных лингвокультурологов, является аутентичным эмпирическим материалом в контексте исследований, посвященных языковой картине мира (ЯКМ) [1]; [4]; [5]; [7]; [8]; [10].

Данная работа представляет собой сопоставительный анализ валерных шкал французского и русского концептов «свой/чужой», выполненный на материале 291 французской и 257 русских фразеологических единиц, извлеченных методом сплошной выборки из следующих авторитетных источников:

- Фразеологический словарь русского языка Л. А. Войновой, В. П. Жукова, А. П. Молоткова, А. И. Федорова, под редакцией А. И. Молоткова [2];
- Новый большой французско-русский фразеологический словарь В. Г. Гака, Л. А. Мурадовой, под редакцией В. Г. Гака [6].

Предварительный анализ материала дал нам повод предположить, что данный парный концепт проявит себя в качестве одного из ядерных и, следовательно, универсальных фрагментов соответствующих ЯКМ. Безусловно, в рамках данной работы мы не выстраиваем полномасштабную структурную модель концепта, а принимаем во внимание исключительно его ценностную составляющую в рассматриваемых языках, которая, как многократно отме-

чалось в литературе, является определяющей, наиболее важной ипостасью концепта [4, с. 142, 145–146], [8, с. 174].

Цель работы – сопоставление валерных составляющих концептов «свой/ чужой» во французской и русской фразеологии.

Важно отметить, что мы рассматриваем понятия «свой/чужой» в расширительном смысле, анализируя и указания на то, кому принадлежит что-либо, и отношение человека к себе, к другим людям, собственную/чуждую стихию, то есть в целом все, что имеет какое-либо отношение к свойственности, притяжательности и т. д.

*Таблица*

**Семантический диапазон и статистика репрезентаций  
концепта «свой/чужой»**

Французский язык		Русский язык			
	Предмет обозначения / ипостась концепта	Кол-во ФЕ	Предмет обозначения / ипостась концепта	Кол-во ФЕ	
1	Отношение к себе и своему/чужому (толерантное/нетолерантное)	98	1	Отношение к себе и своему/чужому (толерантное/нетолерантное)	77
2	Мера ответственности своей/чужой	45	2	Действия в своих/чужих интересах	63
3	Констатация родства (кровное/некровное); отсутствие родства	38	3	Констатация родства (кровное/ некровное); отсутствие родства	39
4	Принятие чьей-то позиции	30	4	Материальная собственность своя/чужая	32
5	Собственная/чужая стихия	28	5	Доверие / отсутствие доверия; лицемерие (двойная игра)	23
6	Единство/единомыслие	14	6	Дом как домашний очаг (как пространство своего)	17

Следует отметить, что при определении ценностных составляющих французского и русского концептов «свой/чужой» мы исходили из методики анализа, предложенной Ф. С. Дзуцевой, которая считает, что одновременный учет семантического диапазона и статистики репрезентаций позволяет определить валерную шкалу концепта [3].

Согласно алгоритму действий, предложенному данным автором, мы выполнили семантическую классификацию ФЕ, исходя из параметра «пред-

мет обозначения». Затем, опираясь на мысль о том, что чем массивнее в языке представлено понятие, тем оно значимее [8, с. 28–29], выстроили ценностно-иерархическую структуру концепта в каждом из означенных языков. Классификация французских и русских ФЕ по семантическому параметру позволила выделить несколько групп ФЕ, обозначающих концепт «свой/чужой» в соответствующих языках. Далее мы расположили полученные группы ипостасей концепта на вертикальной иерархической шкале в соответствии с принципом убывания числа репрезентаций граней концепта. Такой подход позволил нам выяснить степень значимости каждой из ипостасей концепта в обоих языках. Полученные результаты мы обобщили в представленной таблице.

Как отмечалось выше, чем более значимой является та или иная ипостась, тем выше будет показатель репрезентативности. Основываясь на полученных данных, мы можем наглядно рассмотреть, что, вероятнее всего, для французов и русских представляет наибольшую ценность, а также подкрепить эти данные примерами фразеологических единиц.

Итак, первой группой по степени репрезентативности является «**Отношение к себе и своему/чужому (толерантное/нетолерантное)**», причем лидирующую позицию она занимает в обоих изучаемых языках. Эта ипостась может быть представлена следующими французскими ФЕ: *Ce qui n'est pas clair n'est pas français* – То, что не ясно, то не по-французски и т.п., русскими ФЕ: *Плевать в чью-л. душу* – Оскорблять самое дорогое для кого-либо, самое сокровенное в ком-л.

Далее, как мы видим, на втором месте для французов находится группа «**Мера ответственности своей/чужой**», которая иллюстрируется следующими примерами: *Être jaloux de sa parole* – Быть верным своему слову, *Renvoyer la balle à qn* – Переложить на чужие плечи вину, ответственность; а для русских второй по важности ипостасью является группа «**Действия в своих/чужих интересах**», представленная такими ФЕ, как: *Плестись под чью-либо (чужую) дудку* – Вести себя так, как угодно кому-л., во всем подчиняться кому-л.

Группа «**Констатация родства (кровное/некровное), отсутствие родства**», находящаяся на третьем месте в обоих языках, вновь дает нам повод говорить о некоторой «солидарности» двух языков в плане культурных ценностей. К французским ФЕ, которые иллюстрируют данную группу, относятся такие фразеологизмы, как: *Tel père, tel fils* – Яблочко от яблони недалеко падает; а к русским – *Седьмая (десятая) вода на киселе* – Очень дальний родственник.

Четвертую строчку в «списке ценностей» французов занимает группа «Принятие чьей-то позиции»; ее могут проиллюстрировать такие ФЕ, как: *Changer de bord* – *Перейти на чью-то сторону, перевернуться*; а в русском материале – «Материальная собственность своя/чужая», вербализуемая такими ФЕ, как: *На чужой счет* – *На средства других, за деньги других*.

Далее во французском языке следует группа «Собственная/чужая стихия», иллюстрируемая такими фразеологизмами, как: *Comme un poisson dans l'eau* – *Как рыба в воде*, и русская группа «Доверие / Отсутствие доверия; лицемерие (двойная игра)», которую представляют ФЕ типа: *Распахивать душу* – *Откровенно делиться мыслями, переживаниями*.

И, наконец, шестое место в рейтинге ценностей для французов находится группа «Единство/единомыслие», представленная в нашем материале такими ФЕ, как: *Être du même tonneau* – *Быть таким же, быть того же поля ягодой*. В русском материале группа «Дом как домашний очаг (как пространство своего)», занимающая данную позицию, представлена ФЕ типа: *Своя рука* – *Единомышленник, который может поспособствовать*.

По результатам нашего исследования можно сказать, что в двух рассматриваемых нами языках наблюдается достаточно значимое, хотя и не полное сходство во взгляде на культурные ценности в терминах свойственности, притяжательности, что вполне объяснимо, учитывая то обстоятельство, что анализируемый концепт представляет собой один из наиболее архетипических феноменов ЯКМ. Основанием для такого утверждения могут служить:

- показательное сходство в числе выделенных групп ФЕ;
- показательное сходство в номинативной плотности понятия;
- лидирующая позиция на ценностно-иерархической шкале группы «Отношение к себе и своему/чужому (толерантное/нетолерантное)» во французском и русском языках, представленная наибольшим количеством репрезентаций. Во французском материале, как видно из таблицы, числовой показатель репрезентативности фразеологических единиц равен 98, а в русском – 77;

- «солидарность» между французским и русским языками проявляется в отданном обеими лингвокультурами третьим местом группе «**Констатация родства (кровное/некровное), отсутствие родства**» в рейтинге ценностей.

Отметим, что и в самих числовых показателях наблюдается минимальная разница: во французском языке этот показатель равен 38, а в русском – 39.

Несомненно, есть и различия. Согласно результатам нашего исследования, некоторые ипостаси концепта, которые обладают наибольшей степенью репрезентативности в одном языке, в другом могут быть представлены либо заметно меньшим количеством ФЕ, либо не представлены вообще.

К примеру, во французском языке (помимо вышеперечисленных) на первый план выходят следующие ипостаси концепта «свой/чужой»: «Мера ответственности своей/чужой», представленная 45 ФЕ, далее – «Принятие чьей-то позиции», включающая 30 ФЕ, «Собственная/чужая стихия» содержащая 28 ФЕ, и ипостась «Единство/единомыслие», иллюстрируемая 14 ФЕ; в то время как в русском материале в основной список ценностей некоторые из этих ипостасей не входят, присутствуя периферийно.

По данным нашего анализа, в русском языке предпочтение отдано следующим группам: «Действия в своих/чужих интересах», репрезентируемая 63 ФЕ, далее – «Материальная собственность своя/чужая», представленная 32 ФЕ, «Доверие / отсутствие доверия; лицемерие (двойная игра)», включающая 23 ФЕ, а также «Дом как домашний очаг (как пространство «своего»)», имеющая в своем составе 17 ФЕ.

Итак, основываясь на результатах нашего исследования, можно утверждать, что:

а) в обеих лингвокультурах понятие «свой/чужой» составляет важный фрагмент ЯКМ (судя по вполне сопоставимому общему числу ФЕ), что позволяет отнести его к числу собственно культурных концептов:

б) в обеих лингвокультурах мы имеем дело с существенной степенью сходств как семантического диапазона, так и статистики репрезентаций концепта «свой/чужой» в фондах ФЕ, притом что наблюдается и достаточно заметная специфика восприятия ценностей соответствующих лингвокультурных сообществ.

### *Литература*

1. Алефиренко Н. Ф. Фразеологическое знание и концепт // Когнитивная семантика: материалы Второй междунар. школы-семинара по когнитивной лингвистике 11–14 сент. 2000 / отв. ред. Н. Н. Болдырев; редкол.: Е. С. Кубрякова и др.; в 2 ч. Ч. 2. Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2000. 261 с.

2. Войнова Л. А., Жуков В. П., Молотков А. И., Федоров А. И. Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. 4-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 1986. 543 с.

3. Дзуцева Ф. С. Семантический диапазон и статистика репрезентаций структурных компонентов концепта как критерии измерения его ценностной со-

ставляющей // Современные исследования социальных проблем. Красноярск: Научно-исследовательский центр, 2017.

4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004. 477 с.

5. Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: Издательский центр «Академия», 2004. С. 17.

6. Новый Большой французско-русский фразеологический словарь / В. Г. Гак, Л. А. Мурадова и др.; под ред. В. Г. Гака. М.: Русский язык – Медиа, 2005. – XX, 1625, [3] с.

7. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: монография. Волгоград: Перемена, 2004. 340 с.

8. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Академический проект, 2004. 487 с.

9. Стернин И. А. Структура концепта // Избранные работы. Теоретические и прикладные проблемы языкознания. Воронеж, 2008. 174 с.

10. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996.

УДК 811.11

*Е. С. Сотникова (г. Иркутск, Россия)  
Иркутский государственный университет*

## **Роль эвфемизмов во внутриполитическом дискурсе современного немецкого языка**

Статья посвящена описанию особенностей функционирования эвфемизмов в политическом дискурсе. Рассматривается их семантический потенциал, анализируется специфика употребления эвфемизмов во внутренней политике.

**Ключевые слова:** политический дискурс, эвфемизмы, внутренняя политика, семантический потенциал

Политический дискурс обслуживает все сферы политической жизни общества, его основная цель – влияние на слушателей. Для достижения данной цели используется огромный диапазон лингвистических средств, которые оказывают воздействие на сознание адресата с семиотической точки зрения. Одним из таких средств является использование эвфемизмов в речи.