

СЕМАНТИКА И ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА

УДК 81-116.3'42

ПОСЛОВИЧНЫЕ КОНЦЕПТЫ И ПАРЕМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

О.Б. Абакумова

Аннотация

В статье обсуждаются пословичные концепты *Правда* и *Truth* в русской и английской языковых картинах мира и в дискурсе. Пословицы анализируются как в неактуализованном режиме, где используется расширенный аппарат референциально-ролевой грамматики, так и в актуализованном режиме, для чего предлагается когнитивно-дискурсивная модель актуализации смысла пословицы в дискурсе. Цель проведенного исследования заключалась в описании национальной специфики репрезентации концептов в паремических высказываниях. Сопоставительный анализ эквивалентных концептов указанными способами показывает разную концептуальную природу этих явлений.

Ключевые слова: пословица, пословичный концепт, референциально-ролевая грамматика, прагматика, когниция, фрейм, национальная специфика сознания, паремический дискурс.

Языковые явления могут быть адекватно описаны только в том случае, если, с одной стороны, имеет место анализ их содержания, а с другой – выявлены особенности их функционирования в речи.

Пословица определяется в данной статье как лингвистический знак с текстовыми функциями и структурой предложения. Актуализованная пословица представляет собой практическое суждение, используемое для достижения определенной коммуникативной стратегии. Значение пословицы с позиций концептуальной теории значения Р. Лангакера [1] может рассматриваться как фиксированное в общественном сознании отражение определенного участка мира, знание о мире, свойственное социуму. Е.В. Иванова [2], подходя к значению пословицы с когнитивных позиций, вводит понятие пословичного концепта, под которым понимается все знание об объекте, которое можно получить на основе анализа содержательного плана пословиц. Это совокупность когнитивных элементов знания о мире, имеющих пропозициональный характер. Она предлагает описать пословичные концепты *Богатство*, *Счастье* и другие на основе анализа когнитивных уровней значения и внутренней формы пословиц.

Нам представляется интересным описать пословичные концепты, применив к ним расширенный аппарат референциально-ролевой грамматики (далее РРГ).

В отличие от выполненной в когнитивном русле изучения языка падежной грамматики Ч. Филлмора, РРГ принадлежит функциональному направлению в языке, хотя и использует те же понятия семантических ролей и тематических отношений. Ее главное отличие в том, что падежные роли понимаются не как исходные понятия, а как производные отношения, возникающие в результате взаимодействия таких факторов, как семантика предиката, лексическое содержание именных аргументов, выбор перспективы (актор или претерпевающий), морфолого-синтаксические характеристики периферийных элементов [3]. Эта теория базируется на установлении тематических отношений между предикатом и его аргументами, представляющими ситуацию, но также описывает модальность и иллокутивную силу пословичного предложения-высказывания, а также прагматический пик, или фокус интереса говорящего.

Прагматическая структура, вторая важная система этой грамматики, связана с организацией предложения в терминах дискурсных ролей отдельных его составляющих. Прагматическая значимость задается двумя взаимодействующими факторами: выделенностью в дискурсе и вводимым авторами понятием прагматического пика. Прагматическим пиком высказывания является участник, которого говорящий считает наиболее значимым в данной ситуации. Прагматический пик близок, но не идентифицируется с подлежащим. Наполнение этого понятия зависит от соответствующего языка. Исследователи говорят о разных типах фокуса интереса говорящего, выделяя узкий и широкий фокусы, последний, в свою очередь, делится на предикатный и сентенциальный. Дифференцируется также потенциальный и актуальный фокус интереса говорящего (см. [4]).

Мы расширяем понятийный аппарат РРГ за счет детализации тематических отношений, связанных с семантической ролью «качество», представленной в системе Р. Ван Валина и У. Фоли только примером *broken*, то есть пациенсом. Наш материал показал, что эта роль на самом деле очень многообразна и не может быть сведена только к пациенсу. Там, где речь идет о положительных качествах описываемого объекта, участника ситуации, его роль уже не может быть описана как пациент (объект, чье физическое состояние или местопребывание подвергается изменениям, который подвергается внешним воздействиям и испытывает влияние со стороны других участников ситуации или обстоятельств). Ср. *Truth is mighty and will prevail* (Правда сильна и она победит). Мы вводим падежную категорию «квалитатив» – падеж, который квалифицирует интересующий нас объект (абстрактное имя – далее АИ) и является результатом взаимодействия семантики предиката и второго актанта или сирконстанта, характеризующих абстрактное имя в семантической структуре пословичного предложения-высказывания, и детализируем ее в соответствии с языковым материалом. Эта роль как языковая универсалия дает возможность сравнить качества эквивалентных объектов в сопоставляемых языках.

Аппарат падежной грамматики и его вариант РРГ помогает выявить пословичный концепт и объяснить возможность разной интерпретации значения пословиц, которая зависит от того, какую квалификацию дает объекту говорящий. Ср. *За правду не судись, скинь шапку и поклонись*. Если говорящий приписывает АИ тематическую роль «квалитатив справедливости», пословица получает значение «Не следует обижаться, нужно быть благодарным тому, кто сказал тебе

правду». Если же говорящий квалифицирует правду иначе, приписывая ей противоположное качество, «квалитатив отсутствия справедливости», то пословица приобретает другое значение: «Не следует ожидать справедливого суда, но нужно поклониться власти имущим (то есть дать взятку)».

Чтобы использовать пословицу в речи, говорящий должен:

1) оценить коммуникативную ситуацию и выбрать коммуникативную стратегию;

2) оценить референтную ситуацию и установить ее тип, чтобы он совпал с семантическим инвариантом ситуации, описанной пословицей;

3) выбрать подходящую пословицу, которая назвала бы и смоделировала ситуацию и выразила отношение говорящего к ней так, чтобы вызвать нужную реакцию со стороны слушающего;

4) рекомендовать слушающему определенный тип поведения в соответствии с нормами, принятыми в данном обществе.

Мы различаем **два вида пословичных концептов**. **Первый (ПК1)** связан со смыслом, реализуемым индивидуальной пословицей в речи/дискурсе. Пословица является прецедентным феноменом, ее концепт представляет собой ментальную сущность, объединяющую понятийное основание, оценочный/ценностный компонент и образ. Концепт существует в сознании человека, определяется культурой и опредмечивается в языке [5]. **Второй тип** пословичного концепта (**ПК2**) имеет обобщенную природу, он опирается на пословичный фонд культуры. Мы определяем его как совокупность семантических ролей, выполняемых именем концепта в пословичных предложениях-высказываниях [6]. В этом случае пословицы объединяются общей темой и анализируются в неактуализованном режиме. ПК2 является обобщением реализованных ПК1, но находится под влиянием системы пословиц данного языка и отражает языковой взгляд на мир. ПК2 отражает культурно детерминированное представление о каком-либо абстрактном понятии, в то время как ПК1 отражает индивидуальное представление говорящего, его видение ситуации и его коммуникативную стратегию.

Дискурс определяется Ю. Хабермасом как рефлексивная форма коммуникативного действия, которая возникает, когда говорящие имеют разные точки зрения на предмет, но хотят достигнуть взаимопонимания, консенсуса, истинного или мнимого (см. [7]). С другой стороны, существует **паремический дискурс** (термин В.Г. Борботько), который тоже можно понимать двояко: как совокупность паремических высказываний, объединенных общей темой (ПД2), или как коммуникативное взаимодействие, в котором используется паремия (ПД1). Соответственно, пословичный концепт 1 типа (ПК1) выявляется в паремическом дискурсе ПД1, а ПК2 – в ПД2.

Согласно прагматически ориентированной концепции Ю. Хабермаса, следует различать собственно коммуникативную стратегию, нацеленную на взаимопонимание и совместную деятельность, и стратегическое действие, имеющее целью достижение успеха, то есть использование слушающего без учета его интересов. Стратегическое действие, в свою очередь, может быть двух видов: инструментальное индивидуально ориентированное и социально ориентированное стратегическое действие. В первом случае индивидуальные прагматические критерии находятся в центре внимания, во втором – выходят на первый план

и рассматриваются с рационалистических позиций социальные взаимодействия людей.

Наш анализ текстов СМИ [8], бытового диалога и художественных текстов с использованием пословиц [9] дал возможность расширить классификацию коммуникативных стратегий Ю. Хабермаса в зависимости от типа дискурса. В медийных текстах преобладает социально-ориентированная стратегия. В художественных текстах чаще используется собственно коммуникативная стратегия, но она развивает следующие типы: 1) интерсубъектная коммуникация (между двумя коммуникантами); 2) интрасубъектное общение (разговор с самим собой); 3) общение с неодушевленными объектами (в поэтическом тексте). Если автор произведения ищет коммерческого успеха, используются стратегии, нацеленные на успех. В повседневной коммуникации возможны все типы общения.

Наша модель использует все четыре типа речевых актов, предложенные Ю. Хабермасом: *Kommunikativa* (коммуникативный компонент), тип речевых действий, ориентированный на достижение консенсуса и использование коммуникативных стратегий; *Konstativa* (констатирующий компонент), тип, связанный с пропозицией и когнитивным использованием языка; *Representativa* (репрезентативный компонент), выражающий собственную позицию говорящего и его отношение к ситуации; *Regulativa* (регулятивный компонент), устанавливающий интерсубъективные отношения, то есть в результате дискуссии каждый из коммуникантов может изменить свою точку зрения.

Мы применяем модель Хабермаса к анализу пословиц и расширяем каждый компонент модели, особенно второй тип речевых действий, связанный с когнитивным описанием языка, за счет применения расширенного аппарата референциально-ролевой грамматики и фреймового анализа, который Т.С. Зевахина предлагает использовать для объяснения механизма метафоризации окказиональных фреймов при описании употребления и понимания смысла пословиц в речи [10]. Она выделяет 3 типа фреймов: образный фрейм, основанный на внутренней форме пословицы и представляющий прототип целого класса типовых ситуаций, окказиональный фрейм, представляющий референтную ситуацию в речи, и обобщенный фрейм, отражающий отношения между абстрактными сущностями. Суть теории заключается в работе живой метафоры при наложении трех видов фреймов в момент использования пословицы в речи.

Через операторы модальности мы переходим к анализу третьего типа речевых актов, который реализуется одновременно с остальными, но выражает отношение и личный опыт говорящего, его оценку ситуации. Именно оценка ситуации, как коммуникативной, так и референтной, является, на наш взгляд, главным стимулом использования пословицы в речи.

В четвертом типе речевого акта говорящий дает рекомендацию слушающему относительно поведения в подобной ситуации, которая опирается на систему деонтических норм, принятых в данной культуре. Это может быть сделано эксплицитно (в форме императива) или имплицитно (в форме косвенного речевого акта).

Модель имеет следующие преимущества.

Во-первых, она прагматически ориентирована, в ее основе лежит теория речевых актов и семантическая компетенция говорящего. Модель показывает,

что смысл пословичного высказывания связан с коммуникативной стратегией говорящего.

Во-вторых, она дает возможность описать как референцию, так и инференцию пословиц через наложение фреймов и развертывание пословичного сценария, который находит выражение в импликатурах косвенного речевого акта.

В-третьих, модель с расширенным аппаратом РРГ дает возможность описать семантическую референцию пословиц, их презумптивную предикацию в неактуализованном режиме.

В-четвертых, аппарат РРГ может быть использован для выявления пословичного концепта, который находит выражение в семантике пословиц.

Сначала рассмотрим индивидуальные пословичные концепты эквивалентных пословиц в русском и английском языках. Чтобы показать, как работает модель, можно сопоставить две пословицы о правде: *Truth lies at the bottom of a well* (Правда лежит на дне колодца) и *Ищи ветра в поле, а правду – на дне морском*, которые являются эквивалентными по данным Словаря А.В. Кунина (АРФС).

Пример 1. *Truth lies at the bottom of a well* (Truth is hard to find – Правду найти нелегко).

He impaired his vision by holding the object too close. He might see, perhaps, one or two points with unusual clearness, but in so doing, he, necessarily, lost sight of the matter as a whole. Thus there is such thing as being too profound. Truth is not always in a well. In fact, as regards the more important knowledge, I do believe that she is invariably superficial (P). Он держал свой предмет слишком близко к глазам, и это искажало восприятие. Возможно, это позволяло ему разглядеть одну-две детали необычайно четко, но при этом он неизбежно терял из виду целое. Так, всегда есть опасность слишком углубиться в частности. Правда не всегда лежит на дне колодца. В сущности, когда дело касается глобальных вопросов, она неизменно находится на поверхности.

Kommunikativa. Претензии на понимание. Говорящий объясняет слушающему обстоятельства дела, которые касаются таинственного предмета, сыгравшего важную роль в деле, и хочет сказать, что важная информация может находиться на поверхности, но, чтобы понять, в чем дело, нужно принимать в расчет все детали и обстоятельства одновременно. Это собственно коммуникативная стратегия, хотя говорящий позволяет себе играть с внутренней формой пословицы и меняет таким образом ее смысл на противоположный ('Правду не так уж трудно найти').

Konstativa. Претензии на истину. Говорящий говорит то, что думает и для чего у него есть доказательства. Пропозиция высказывания представлена предикатом *lies*. Это двухместный предикат.

Логическая структура: лежит что? где?

Семантический класс глагола: локативное состояние. Значение глагола в сочетании с абстрактным именем 'существует, может быть найден, находится в определенном положении и т. д.' (COD).

Тематические отношения: *truth* – тема, *well* – место. Тема – участник ситуации, находящийся под влиянием, но его состояние не подвергается изменению. Место – общий термин для семейства отношений (источник, путь, цель, реципиент) [11]. *Колодец* метафорически используется для обозначения одного из источников правды (PDP) и должен показать, что ее найти нелегко.

На уровне внутренней формы (образный фрейм) абстрактное имя *truth* реифицируется, уподобляется объекту, который спрятан где-то глубоко, и его трудно достать. Образ колодца часто используется в английских сказках, он связан с чудесными тайнами и движением вниз, а вода ассоциируется с опасностью. Герои английских сказок никогда не спускаются вниз, под землю.

На уровне окказиональной ситуации референтом правды являются скрытые от глаз невнимательного зрителя факты, связанные с таинственным предметом. Ситуация оценивается говорящим позитивно, он оптимистично настроен, уверен в положительном результате расследования.

Обобщенный фрейм – значение пословицы показывает отношения между предметом и его свойством (см. первый инвариант пословичных значений по Г.Л. Пермякову [12]).

Семантические макроролы: *truth* может быть интерпретировано как Актор, так как представляет и определяет ситуацию в отсутствие Агенса при двухместном предикате [11]. Анафорическое выражение, представленное местоимением *she*, поддерживает такую интерпретацию.

Оператор времени (The Present Indefinite Tense, Простое настоящее время) подтверждает, что речь идет о типичном свойстве объекта.

Модальность эпистемическая.

Representativa. Претензии на искренность. Говорящий искренен наполовину, он действительно хочет раскрыть известные ему факты, но хочет представить дело как несложное, демонстрируя свои интеллектуальные способности, поэтому оценивает случай как не очень трудный. Модальность эпистемическая, поскольку говорящий знает факты, верит в свои способности раскрыть дело, уверен в результате. Его оценка ситуации положительная. Иллокутивная сила высказывания представляет собой утверждение (констатив) по форме, но совет, рекомендацию по сути. Это косвенный речевой акт. Прагматический пик – *truth*, фокус интереса говорящего имеет предикативную и сентенциальную структуру.

Regulativa. Претензии на правильность. Говорящий создает такие интересующие отношения, когда он получает власть над слушающим, описывая ему детали дела, которые ему удалось получить методом дедукции. Пословица в его устах только подтверждает его положение лидера. Используя пословицу, он заставляет слушающего выявить деонтические нормы в семантике пословицы «Следует быть очень осторожным и внимательным, чтобы узнать правду» (это утилитарные нормы реализма). Прагматический пик высказывания – правда, актуальный фокус интереса говорящего предикатный, связан с источником правды, которая не всегда спрятана глубоко (*not always in a well*), и одновременно сентенциальный.

Таким образом, английский концепт прецедентного текста пословицы показывает, что правда действительно существует.

Теперь рассмотрим русский эквивалент.

Пример 2.

Ищи ветра в поле, а правду – на дне морском. Пословица чаще употребляется в сокращенном варианте *Ищи ветра в поле*. Не вернешь обратно, не найдешь (ФСРЯ).

Фамилии своей она нам не сказывала. Марья Петровна – вот и всё. А Омск, тоже сказать, город большой, не найдешь ее там. Ищи ветра в поле! (Ч., с. 7).

Kommunikativa. Претензии на понимание. Говорящий хочет, чтобы его поняли, и использует поговорку для усиления экспрессивности. Пословичное высказывание императивно по форме, но констативно по содержанию. Оно используется для достижения коммуникативной стратегии, но может быть и средством достижения инструментальной стратегии, если говорящий не хочет, чтобы слушающий предпринимал поиски.

Konstativa. Претензии на истину. Говорящий претендует на истину. Пропозиция передается предикатом «ищи (не найдешь)», который имеет следующие значения: 1) стараться найти, обнаружить; 2) стараться получить (СРЯ О).

Логическая структура: ищи что? где? не найдешь что? где?

Семантический класс глагола: деятельность.

Тематические отношения: *ветер, правда* – тема, *поле, море* – место.

Семантические макроролы: *ты* – Актор, *ветер, правда* – Претерпевающие.

На уровне образного фрейма правда уподобляется ветру, природной стихии, которая не подчиняется человеческой воле. Образ ветра символизирует свободу и равновесие. Возможно, здесь проявляется фатализм русского национального характера.

Окказиональный фрейм представляет невозможность найти человека без фамилии в огромном городе.

Обобщенный фрейм значения поговорки представляет объект, который невозможно найти или получить.

Предикат имеет форму императива, который характеризуется эмоционально-волевыми значениями, отсутствием формы времени и специальной интонацией приказа. Но на семантическом уровне (в словарной дефиниции) будущее совершенного вида используется для обозначения обычного, постоянного свойства предмета без временных ограничений [13, с. 464]. Отсутствие времени в матрице ядра указывает на императив [11]. В ядре клаузы в ее дефиниционном варианте индикатор отрицания.

Representativa. Претензии на искренность. Говорящий искренен наполовину, он действительно не знает, где найти человека без имени в большом городе, но и не собирается ничего предпринимать, чтобы узнать. Модальность высказывания аксиологическая, оценочная. Говорящий не верит в результат деятельности, его оценка очень эмоциональная и резко отрицательная, отражает пессимистический взгляд на ситуацию.

Regulativa. Претензии на правильность. Говорящий убежден, что имеет достаточно опыта, чтобы утверждать, что результат поисков может быть только отрицательным. Используя поговорку, говорящий имплицитно, что правда подобна стихиям и человек не может ее контролировать, так как она не имеет земных источников. Деонтические нормы, которые передаются в результате речевого акта, это нормы жизнеобеспечения (этические нормы, по В.И. Карасику): «*Не следует зря тратить время*».

Таким образом, русский пословичный концепт несет информацию совершенно иного рода, чем английский эквивалент: русские люди не верят, что можно найти правду на земле.

Анализ двух эквивалентных пословичных концептов показал, что они имеют общее логическое основание (обобщенный фрейм значения пословицы), но отличаются оценочностью и образностью, а также системой ценностей. Мы сталкиваемся с различными взглядами на одну ситуацию, которая проявляется в разных системах норм в английской и русской культурах. Что касается референциальной области концепта правды, то это факты, отражающие реальное положение дел в английской культуре, и нечто большее, чем просто факты, в русской. Правда понимается в английской культуре как сущность, которую можно найти, если приложить усилия, хотя это и может быть опасно.

В русской культуре правда – очень сложное явление, которое практически невозможно найти на земле. Русский концепт правды полисемантичен: *правда 1* (истина) означает знание (высшее религиозное знание, связанное с модусом веры); *правда 2* означает факты, которые соответствуют реальному положению дел; *правда 3* (справедливость) указывает на общественный порядок, основанный на справедливости, честности (см., например, (СРЯ О)).

В русских пословицах семантические различия между *правдой 1* (истиной) и *правдой 3* (справедливостью) нейтрализуются (ср. [14, с. 549]). Старорусское *исть* в истории русского языка оказалось параллельным латинскому *justus* [15, с. 321]. *Правда* в Словаре Академии Российской (1793) имеет первое (основное) значение ‘*истина, справедливость*’ (САР-4, с. 1043). Нам не удалось найти указание на справедливость в словарной дефиниции *truth* ни в одном из английских словарей. В Словаре английских пословиц *justice* описывается как отдельный концепт (см. (PDP)). В русских словарях пословиц, составленных по тематическому принципу, нет отдельной тематической группы пословиц для описания справедливости.

Используя **референциально-ролевую грамматику** для описания типичных семантических ролей и релевантного денотативного пространства, а следовательно, и для выявления специфики пословичных концептов *Правда* и *Truth*, мы расширили аппарат РРГ за счет детализации тематической роли «качество» и ввели семантический падеж «**квалитатив**», который определяется как «**падеж, дающий характеристику объекту через семантику предиката и второго актанта или сирконстанта в пословичном предложении/высказывании**» [6].

Анализ макроролей показал, что английское *truth* вдвое чаще, чем русское *правда*, занимает позицию **Актора**, участника ситуации, который представляет, определяет или контролирует ситуацию. *Правда* представлена в английских пословицах как могущественное, устойчивое, высоко оцениваемое явление, нежелательное и даже опасное, которое не нуждается в словах и защите. Русская *Правда* описана как изменчивое, ситуативное, не стремящееся к единственности явление, сокровенное, нуждающееся в поисках и словесном выражении, а также защите. Иначе говоря, мы имеем дело с разными концептами, а не с одним универсальным в разных языковых оболочках.

В ядре английского концепта лежит соответствие между содержанием речи и реальными фактами и событиями, их объективная идентификация. Описывая **источники Правды**, английское языковое сознание указывает на ее земное происхождение: доступность через опыт (*The tongue of experience utters the most truth – Опыт дает представление о правде*), через общественное мнение (*What*

everybody says must be true – То, что говорят все, должно быть правдой), через беседу с глазу на глаз (*Face to face, the truth comes out* – В разговоре лицом к лицу правда выходит наружу), добродетели (*A good heart cannot lie* – Доброе сердце не может лгать), шутку (*Many a true word is spoken in jest* – Часто правда говорится в шутку), речь детей, глупцов и подвыпивших людей (*Children and fools/drinkards tell the truth* – Дети да глупцы/пьяные говорят правду). Англичане утверждают, что правду найти нелегко (*Truth lies at the bottom of a well* – Правда лежит на дне колодца), но она проявит себя с течением времени (*Truth is Time's daughter* – Правда – дочь Времени).

Во фреймовых категориях «**квалитатив ценности**» и «**квалитатив власти, могущества**» высоко оценивается близость к Богу (*Truth is God's daughter* – Правда дочь Бога), надежное основание (*Truth always has a sure bottom* – Правда всегда имеет надежное основание), принадлежность высшему обществу (*Truthfulness becomes the gentleman* – Правда к лицу джентльмену), вечность и неизменность (*Truth never grows old* – Правда не стареет), ясность и доступность всем (*Fair fall truth and daylight* – Правда, как и дневной свет, на всех одна), ее власть и могущество (*Truth is mighty and will prevail* – Правда сильна и она победит. *Facts are stubborn things* – Факты – упрямая вещь).

В английских пословицах *Правда* персонифицируется и приобретает аллегорический **образ благородного воина**, что подтверждается деонтическими нормами и сочетаемостью с прилагательными (*mighty* – могущественная, *stubborn* – упрямая, *great* – великая) и глаголами (*will prevail* – победит, *conquer* – завоеует, *overtake* – возьмет верх, *hurts* – причиняет боль, *fears no colours / no trial* – не боится войны/суда, *has a scratched face* – имеет поцарапанное лицо, *finds foes* – находит врагов, *dash out thy teeth* – выбивает зубы, *scares many* – пугает многих).

В русских пословицах выделяются две мифологемы: **Правда-Истина** (*православная, чистая, подлинная, великая, святая, ярче солнца, пахнет ладаном, в огне не горит, в воде не тонет, света и суда не боится*) и **Правда-Матка** (*горькая, гневная, грубая, подноготная, голая, мирская, трудовая, крепко стоит, в счете не теряется, глаза колет, уши дерет, где-нибудь да сыщется, истомилаась, лжи поклонилась, раньше нас померла, в лес ушла*).

Анализ макроролей показал, что русская *Правда* чаще всего занимает позицию **Претерпевающего**, участника ситуации, который не представляет, не контролирует ситуацию, а сам находится под влиянием разных сил и обстоятельств.

Среди **источников Правды** самую большую группу составляет «**квалитатив принадлежности Высшим силам**» (*Правда живет у Бога, Правда свята, на небо взята*). Другие источники включают: самоусовершенствование (*Не ищи правду в селе, ищи в себе*), ссору (*Мошенники повздорили – и правда наружу*), наказание (*Кнут не дьявол, но правду сыщет*), дружескую беседу за рюмкой вина (*В ногах правды нет. Вся правда на дне рюмки. Истина в вине*), чувство счастья (*Где правда, там и счастье*). Утверждение о том, что правды для русских не существует, подтверждается категорией «**отрицательный локатив**» (*Ищи ветра в поле, а правду – на дне морском. Нет правды на земле*).

Наиболее многочисленная категория «**прескриптив нравственного поведения**» включает эксплицитные рекомендации относительно того, как нужно вести себя на людях и дома (*Живи правдой в людях, живи правдой дома. Правду*

молвишь, правду и чини. Не рой другому яму, сам в нее попадешь). Она отражает диалогический характер русского концепта в отличие от монологического английского. Русский концепт указывает на коллективное начало, на жизнь в общине, он детерминирован образом жизни крестьянина и влиянием православной религии.

Направленность русского сознания на поиски правды-справедливости нашла свое отражение в категориях «**квалитатив справедливости**» (*За правду-матку не гневишь, а скинь шапку и поклонись. Не в силе Бог, а в правде. Кто за правду горой, тот истинный герой. На воре шапка горит. Правда суда не боится*) и «**квалитатив несправедливости**» (*Правда Божья, а суд царёв. За правду-матку ссылают на Камчатку. И правда тонет, когда золото всплывает*). Эти семантические категории отражают мечты и чаяния простого народа об общественном порядке, основанном на справедливости и честности, лежат в ядре русского концепта и составляют его национальную специфику. Русский концепт представляет **этос крестьянина**, эмоционального, остро реагирующего на всякую несправедливость, верящего в чудо, но высоко адаптивного, привыкшего во всем полагаться на себя.

Подводя итоги, можно сказать, что **когнитивно-дискурсивная модель** помогает выявить пословичный концепт, ментальную сущность, которая объединяет логическую основу с образным и оценочным компонентом и вербализуется в языке через совокупность семантических ролей, выполняемых именем концепта в пословичных предложениях, а в речи является средством реализации коммуникативной стратегии говорящего, его оценки ситуации или ее фрагмента. **Английский пословичный концепт** представляет *Правду* как соответствие смысла речи фактам действительности, а также персонифицированный Закон существования, который требует подчинения. **Русский концепт** выявляет соответствие между смыслом слов, реальным положением дел и Идеалом социальной справедливости, который не достижим на грешной земле.

Наше исследование показало, что модель, включающая расширенный аппарат РРГ в сочетании с фреймовым анализом, позволяет получить новое знание об объекте, представленном в двух языках абстрактным именем (*правда/truth*), выявить особое место концепта в языковой картине мира в ее пословичном варианте. Было обнаружено, что разница в семантических функциях, выполняемых именем концепта в пословичных предложениях-высказываниях, детерминирована разной концептуальной природой описываемых явлений, их различной значимостью в пословичной картине мира. Пословичная картина мира отражает обобщенный национальный концепт, который является результатом рефлексии народа на протяжении веков, но он может не совпадать с конкретным индивидуальным концептом, связанным с употреблением пословицы в конкретном акте речи, где на первый план выходит коммуникативная стратегия говорящего.

Summary

O.V. Abakumova. Proverbial Concepts and Paroemic Discourse.

The article focuses on the discussion of the proverbial concepts of *Pravda* and *Truth* in Russian and English linguistic world-views and in the discourse. The proverbs are analysed both in a non-actualized mode by means of extended set of tools provided by role and reference grammar and in an actualized mode suggesting a cognitive-discourse model of realization

of a proverb's meaning in the discourse. The work is aimed to describe national specificity of the linguistic representation of the concepts in paroemic utterances. The cross-cultural analysis carried out using the mentioned methods shows their specific nature.

Key words: proverb, proverbial concept, role and reference grammar, pragmatics, cognition, frame, national specificity of consciousness, paroemic discourse.

Источники

- АРФС – *Кунин А.В.* Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Рус. язык, 1984. – 942 с.
- СРЯ О – *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. – М.: Рус. язык, 1987. – 750 с.
- САР-4 – Словарь Академии Российской. Ч. 4. – СПб., 1793. – 1272 стб.
- ФСРЯ – Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А.И. Молоткова. – М.: Сов. энцикл., 1967. – 543 с.
- COD – Concise Oxford Dictionary. – Bombay: Oxford Univ. Press, 1987. – 1263 p.
- PDP – The Penguin Dictionary of Proverbs by R. Fergusson, J. Law. – London: Market House Books Ltd, 2000. – 367 p.
- P – *Рое Е.А.* The Murders in the Rue Morgue. – URL: <http://www.poemuseum.org/works-morgue.php>, свободный.
- Ч. – *А.П. Чехов.* Из Сибири // Полное собрание сочинений и писем: в 30 т. – Т. 14–15. – М.: Наука, 1987. – С. 5–38.

Литература

1. *Langacker R.* A view of linguistic semantics // Topics in cognitive linguistics. – Amsterdam, Philadelphia, 1988. – P. 49–90.
2. *Иванова Е.В.* Мир в английских и русских пословицах. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – 280 с.
3. *Ван Валин Р., Фоли У.* Референциально-ролевая грамматика // Новое в зарубежной лингвистике. – 1982. – Вып. 11. – С. 376–410.
4. *Кибрик А.А., Плузган В.А.* Функционализм // Современная американская лингвистика: фундаментальные направления. – М.: УРСС, 2002. – С. 276–339.
5. *Слышкин Г.Г.* От текста к символу. – М.: Academia, 2000. – 126 с.
6. *Абакумова О.Б.* Пословичные концепты Правда и Truth в паремическом микродискурсе // Россия и Запад: диалог культур. – М., 2008. – Ч. 3. – С. 3–11.
7. *Habermas J.* The Theory of Communicative Action. V. 1. Reason and the rationalization of society. – Boston: Beacon Press, 1987. – 465 p.
8. *Абакумова О.Б.* Пословица в медийном дискурсе // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2010. – № 330. – С. 7–10.
9. *Абакумова О.Б.* Пословица в художественном тексте и когнитивно-дискурсивная модель ее актуализации // Учен. зап. Орлов. гос. ун-та. – 2011. – № 1 (39). – С. 122–129.
10. *Зевахина Т.С.* Метафора мертвая и метафора живая: экспериментальный подход к паремиологии дунганского и китайского языков // Труды Междунар. семинара «Диалог – 2002». – URL: <http://www.dialog-21.ru/digest/archive/2002/?year=2002&vol=22724&id=7316>, свободный.
11. *Van Valin R.D.* A Synopsis of Role and Reference Grammar // Advances in Role and Reference Grammar. – Amsterdam; Philadelphia: Benjamins, 1993. – P. 1–166.

12. *Пермяков Г.Л.* Пословицы и поговорки народов Востока. – М.: Лабиринт, 2001. – 624 с.
13. *Виноградов В.В.* Русский язык (грамматическое учение о слове). – М.: Высш. шк., 1972. – 614 с.
14. *Арутюнова Н.Д.* Истина и правда // Язык и мир человека. – М.: Языки рус. культуры, 1999. – С. 542–642.
15. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М.: Языки рус. культуры, 1997. – 824 с.

Поступила в редакцию
20.05.11

Абакумова Ольга Борисовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, докторант Орловского государственного университета.
E-mail: abakumova-ob@mail.ru