

Тлехатук Сусанна Руслановна

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ КУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ СОЦИУМА ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА**

В статье на материале фразеологических единиц рассматривается специфика репрезентации в предметной области "Экономика" тех культурных стереотипов, которые отражают отношение носителей национального языка к сфере всего материально-экономического. Показано, что во фразеологической картине мира аккумулируются, закрепляются и актуализируются результаты лингвокогнитивного аспекта мышления человека, вербальные результаты его когнитивной деятельности, связанной в том числе и с экономикой. Делается вывод о том, что в процессах непрофессиональной коммуникации, в неформальных коммуникативных актах фразеологизмы, пословицы и поговорки "экономического" характера максимально образно передают оценку той экономической и социальной реальности, в рамках которой находятся коммуниканты.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/44.html](http://www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/44.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 8(74): в 2-х ч. Ч. 2. С. 157-159. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 8; 81'33

*В статье на материале фразеологических единиц рассматривается специфика репрезентации в предметной области «Экономика» тех культурных стереотипов, которые отражают отношение носителей национального языка к сфере всего материально-экономического. Показано, что во фразеологической картине мира аккумулируются, закрепляются и актуализируются результаты лингвокогнитивного аспекта мышления человека, вербальные результаты его когнитивной деятельности, связанной в том числе и с экономикой. Делается вывод о том, что в процессах непрофессиональной коммуникации, в неформальных коммуникативных актах фразеологизмы, пословицы и поговорки «экономического» характера максимально образно передают оценку той экономической и социальной реальности, в рамках которой находятся коммуниканты.*

*Ключевые слова и фразы:* предметная область; язык; фразеологизм; фразеологическая картина мира; языковая картина мира; стереотип; бытийно-экономическое знание; субъект экономической деятельности.

**Тлехатук Сусанна Руслановна**, к. филол. н.  
*Адыгейский государственный университет, г. Майкоп*  
*tsusanna@mail.ru*

### ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ КУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ СОЦИУМА ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА

Предметные области (далее – ПО), или концептуальные структуры, представляют собой специфическую реконструкцию человеческого опыта, трансформированного в знания и зафиксированного в пространстве различных картин мира. В. Н. Телия характеризует языковую картину мира как факт национально-культурного наследия, ведь именно язык и есть один из способов фиксации этого наследия: «Язык окрашивает через систему своих значений и их ассоциаций концептуальную модель мира в национально-культурные цвета. Он придает ей и собственно человеческую – антропоцентрическую – интерпретацию, в которой существенную роль играет и антропометричность, т.е. соизмеримость универсума с понятными для человеческого восприятия образами и символами, в том числе и теми, которые получают статус ценностно определенных стереотипов (к последним, например, относятся представления о лисе как о хитром животном, о камне как эталоне бесчувствия, о рабе как “образце” безволия и т.д.)», – отмечает автор [8, с. 202]. В. Н. Телия считает, что языковая картина мира – «это информация, рассеянная по всему концептуальному каркасу и связанная с формированием самих понятий при помощи манипулирования в этом процессе языковыми значениями и их ассоциативными полями, что обогащает языковыми формами и содержанием концептуальную систему, которой пользуются как знанием о мире носители данного языка» [Там же, с. 175-176].

Понятие фразеологической картины мира активно вошло в обиход исследователей фразеологического яруса национального языка. В последнее время это понятие (как и модель фразеологической репрезентации мира) стало особенно актуальным при разработке сложных теоретических вопросов в рамках направления **когнитивной фразеологии**.

Под **фразеологической картиной мира** (далее – ФКМ) Л. Ю. Буянова и Е. Г. Коваленко понимают «результат и способ вербального описания макро- и микрокосмоса народом – носителем языка, основанного на тематико-идеографической систематике фразеологических единиц, и ее отдельных национально и культурно значимых фрагментов, концептуальным центром которых выступает человек» [5, с. 4-5].

ФКМ выступает системным элементом общенациональной картины мира. Общенациональная картина мира – категория динамичная, трансформирующаяся с изменением исторических условий, с новыми достижениями науки, с дальнейшим развитием методов познания. В силу этих причин, по мнению ученых, картины мира XX и XXI веков могут и будут иметь существенные различия, причем каждая из них не будет окончательной, исчерпывающей. Это обусловлено тем, что картина мира находится в постоянном движении, в динамике: ее пространство дополняется, видоизменяется, конкретизируется, уточняется по мере накопления знаний и приобретения опыта конкретным(-и) индивидом(-ами) и обществом в целом.

В отношении ФКМ следует отметить, что ее конституирующие элементы, напротив, с течением времени все-таки сохраняют стабильность семантики и прагматики, отражая этнокультурные и духовно-религиозные константы социума.

Формирование фразеологической единицы (далее – ФЕ) обычно происходит по схеме: явление / событие → содержание → образ → словосочетание → фразеологизм. Фразеологизм, представляя собой единицу сокровищницы народной культуры и достояние народного национального языкового сознания, является своеобразным когнитивным средством концептуального членения мира. Во фразеологии хранится этнодуховная память о событиях народной истории, укладе жизни, отражается народная мудрость и юмор. «Фразеологизмы не только выражают и передают из поколения в поколение, но и формируют культурное самосознание народа – носителя языка» [1, с. 23]. А. М. Бабкин отмечает: «Фразеологический фонд языка народа, национальное идиоматическое достояние – вот тот живой и неиссякаемый источник, который обеспечивает обогащение литературного языка новыми выразительными возможностями и средствами. Воздействие этого источника придает языку яркость черт национального характера и тот неповторимый колорит, который отличает один от другого как языки многовековой культуры, так и вновь слагающиеся и закрепляемые письменностью литературные языки» [3, с. 14].

Так как субъектом(-ами) экономической деятельности и экономического дискурса ПО «Экономика» выступает человек, языковая личность во всем многообразии ее языковых практик, фразеологизмы (в самом широком понимании), выражающие и отражающие ментально-культурную специфику оценки экономических, особенно материально-денежных отношений, вызывают значительный интерес. Язык как средство общения в международных экономических контактах, главным образом в современных условиях глобализации, представляет собой «мягкую силу», помогая установлению, закреплению, расширению и интенсификации эффективной международной деятельности в области экономического сотрудничества и взаимодействия.

В структуре национального языка и ФКМ ФЕ обращены на человека, их основной функцией является не столько описание мира, сколько его интерпретация и оценка. Поэтому «экономический» фрагмент целостной национальной ФКМ содержит такую культурную информацию, которая отражает ментальность и ментальные установки носителей русского языка, связанные с экономикой, материально-денежными отношениями, с богатством и бедностью как особыми социальными феноменами. Знание этой культурноносной информации предоставляет широкую возможность субъектам экономической деятельности оценить и понять тактику и стратегию «экономического» поведения рядовых членов социума, спрогнозировать результаты и последствия конкретных экономических манипуляций и действий, разрабатывать для получения максимальной прибыли гибкую модель экономического хозяйствования в том или ином государстве и социуме.

В. М. Мокиенко, признавая и подчеркивая огромный когнитивный потенциал фразеологических единиц, отмечает: «Объединенными усилиями историков фразеологии, культурологов и когнитологов можно создать наиболее объективную фразеологическую картину мира, в которой будет отражена вся многослойность информации, заключенной в этих уникальных языковых единицах» [7, с. 19].

В эпоху глобализации экономическое пространство становится общемировым, в нем действуют наднациональные и надгосударственные экономические законы – законы рынка, рыночной экономики. В то же время отношение людей (субъектов хозяйствования и экономической деятельности различного рода) из разных стран к деньгам, бедности и богатству, к достатку, материальным ценностям и т.п. во многом определяется контекстом их собственного социально-экономического бытия и спецификой социально-экономической структуры страны, а также социальными, культурными, религиозно-конфессиональными стереотипами и мировоззренческими установками. В процессах непрофессиональной коммуникации, в неформальных коммуникативных актах фразеологизмы, пословицы и поговорки «экономического» характера максимально образно передают оценку той экономической и социальной реальности, в рамках которой находятся коммуниканты. С помощью этих языковых конструкций передается от поколения к поколению накопленный житейский опыт, житейское отношение к экономическим реалиям и ситуациям, передается знание особого рода – **бытийно-экономическое**.

Закрепленные во ФКМ того или иного языка стереотипы всегда национальны, они представляют собой некоторый элемент концептуальной системы мышления. Считается, что стереотип – это такой феномен языка и речи, посредством которого сохраняются определенные доминантные составляющие национальной культуры. Например, в русской ФКМ посредством следующих ФЕ закреплены стереотипы, отражающие специфику материально-экономических и денежных отношений:

1. ФЕ как репрезентанты **ситуации крайней бедности и нужды** – *Сидеть на мели; Пойти по миру; Заплата на заплате; Голь перекатная; Гол, как осиновый кол; Крыша – решето худое; Горе лыком подпоясано; Ничего нет за душой; Лаптем щи хлебать; Ни кола, ни двора, ни куриного пера; Класть зубы на полку; Перебиваться с корки на корку; Сводить концы с концами; Пустить по миру* и др. (здесь и далее пословицы почерпнуты из [2; 6]).

2. ФЕ как репрезентанты ситуации **богатой жизни** – *Денег куры не клюют; Грести деньги лопатой; Денежный мешок; Толстый карман; Купаться в деньгах / золоте; Как сыр в масле катается; Жить на широкую ногу; Сало с салом ест; Сорить деньгами; Вытащить золотой билет* и др.

3. ФЕ как репрезентанты ситуации **долговой зависимости, жизни в долг**: *Жить взаимы; Влезать (влезть) в долги; В долгу, как в шелку; В долгах, как в репьях; По горло в долгах; Влез в долги по самые уши; В долг; У него каждый волосок заложен* и др.

4. ФЕ как репрезентанты ситуации **нищеты и безденежья**: *В кармане ветер свищет; В одном кармане пусто, а в другом нет ничего; За душой копейки нет; За душой грош не найдешь; Тощий карман; В кармане жидко* и др.

5. ФЕ как репрезентанты **отношения и оценки богатства – бедности**: *Денег ни гроша, зато слава хороша; Богатство – вода: пришла и ушла; Богатый душу черту закладывает; Лучшие быть бедняком, чем разбогатеть со грехом; Бедность учит, а богатство портит; И двери богатых стыдятся нищих; Друг дороже денег; Доброе братство дороже богатства; Богат не бывает тароват; Богат, да крив, беден, да честен; С деньгами и дурак проживет* и др.

6. ФЕ как репрезентанты **отношения к деньгам и операциям с ними**: *Деньги не бог, а милуют; Деньги не боги, а дают подмоги; Без денег – бездельник; Золото хоть и веско, а кверху тянет; Одна деньга в кармане не звенит; Медные деньги звончее золотых; Береги денежку про черный день; Запас карман не трет; Лишняя копейка карману не тяга; Из копеек рубли складываются; Без рубля не сотня; Заработанная копейка дорого стоит; Копейка к копейке – проживет семейка* и др.

Как видно из приведенных примеров, «экономический» фрагмент целостной национальной ФКМ представляет собой отражение тех социально-культурных и нравственных аспектов отношения к жизни, богатству и бедности, которые в условиях нового исторического витка остаются такими же актуальными и стабильными.

Исследователи когнитивно-аксиологической специфики ФЕ отмечают, что русский фразеологизм выступает особым «когнитивно-аксиологическим знаком, с помощью которого формируется и развивается

русская языковая национальная картина мира» [4, с. 209]. Русская концептосфера рассматривается в этом плане как «символьно-ассоциативная образная континуумность, конститuentами которой выступают фразеологизмы, выполняющие функцию концептуальных доминант. Концептуальная доминанта <...> – это такая фразеологическая единица, которая максимально однозначно и семантически адекватно актуализирует тот или иной фрагмент русской концептосферы, репрезентируя всю совокупность смыслов, семантических оттенков, ассоциативных корреляций, релевантных для него» [Там же].

Фразеологизмы как вербализованные продукты мыслительно-отражательной деятельности человека фиксируют все значимые аспекты его бытия, культурного контекста жизни и мировоззрения. ФЕ, формирующие ФКМ, представляют собой ментальные образы, специфические лингвокогнитивные знаки, которые содержат несколько стратумов информации, объединяющих денотацию, мотивацию и коннотацию. Именно поэтому ФЕ максимально образно и эмоционально репрезентируют особенности материально-денежных и экономических отношений в социуме.

#### Список источников

1. Авдышева Е. Г., Сеницына Ю. Н. Фразеологизм как культурно-ментальный знак // Современная филология: теория и практика: сборник материалов конференции. М., 2014. С. 23-31.
2. Аникин В. П. Русские пословицы и поговорки. М., 1988. 431 с.
3. Бабкин А. М. Лексикографическая разработка русской фразеологии. Л., 1964. 75 с.
4. Буянова Л. Ю. Русский фразеологизм как концептуальная доминанта: когнитивно-аксиологический статус // Фразеологические чтения памяти профессора В. А. Лебединской. Курган, 2006. Вып. 3. С. 209-211.
5. Буянова Л. Ю., Коваленко Е. Г. Русский фразеологизм как ментально-когнитивное средство языковой концептуализации сферы моральных качеств личности. М., 2012. 184 с.
6. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х т. М.: Русский язык, 1998. Т. 1. 699 с.
7. Мокиенко В. М. Познание и культура в зеркале когнитивной и исторической фразеологии // Фразеология, познание и культура: сб. докл. 2-й Междунар. науч. конф.: в 2-х т. Белгород, 2010. Т. 1. Фразеология и познание. С. 8-20.
8. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. М., 1988. С. 173-203.

#### SPECIFICITY OF REPRESENTING ECONOMICAL AND CULTURAL SOCIAL STEREOTYPES IN THE PHRASEOLOGICAL WORLDVIEW

**Tlekhatuk Susanna Ruslanovna**, Ph. D. in Philology  
Adyge State University  
tsusanna@mail.ru

The article by the material of phraseological units examines the specificity of representation in the subject area “Economics” of such cultural stereotypes which represent the native speakers’ attitude to the sphere of material and economical. The paper shows that phraseological worldview accumulates, consolidates and actualizes the results of linguo-cognitive aspect of human’s thinking, verbal results of his cognitive activity associated, among other things, with economics. The author concludes that in the process of non-professional communication, in non-formal communicative acts phraseological units, proverbs and sayings “of economical nature” figuratively transfer the evaluation of economic and social reality within which communicants exist.

*Key words and phrases:* subject area; language; phraseologism; phraseological worldview; language worldview; stereotype; everyday economical knowledge; subject of economic activity.

УДК 81'33

*В статье представлены результаты категориального анализа узкоспециальной терминологии нефтегазового оборудования, который проводился с целью выделения тематических групп ключевых терминов для дальнейшего их структурирования в формате терминологической базы данных для студентов нелингвистических направлений, изучающих технический перевод. Автор предлагает рассматривать узкоспециальный термин как динамическую единицу с развернутой изменяющейся семантикой в структуре технического знания, которое описывается согласно логико-гносеологическим классам: объект отражения, характер содержания, характер объема, уровни познания.*

*Ключевые слова и фразы:* узкоспециальный термин; категориальный анализ; терминологическая база данных; техническое знание; логико-гносеологическая структура.

**Федюченко Лариса Григорьевна**, к. филол. н., доцент  
Тюменский государственный университет  
lfedyuchenko@mail.ru

#### КАТЕГОРИАЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ УЗКОСПЕЦИАЛЬНОГО ТЕРМИНА В СТРУКТУРЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

Стремительное развитие интеллектуальных технологий существенно влияет на развитие современного общества, задает новые векторы развития различных наук, требует новых подходов и методик к извлечению