

D. Dobrovol'skij, E. Piirainen. Zur Theorie der Phraseologie: kognitive und kulturelle Aspekte.
[Stauffenburg Linguistik, Bd. 49] Tübingen: Stauffenburg, 2009. 211 S.

Книга содержит результаты последних исследований авторов в области фразеологии и развивает идеи, изложенные в их предыдущей книге [Dobrovol'skij, Piirainen 2005], в которой строится теория конвенционального образного языка. Данная теория основывается на представлении о том, что единицы образного лексикона (прототипические идио-

мы, образные однословные метафоры и т. п.) отличаются от «обычных» не образных единиц тем, что их семантика как бы двухслойна: помимо актуального лексического значения, она включает также концептуальную структуру, имплицитруемую ее внутренней формой, и эта концептуальная структура существенным образом влияет на собственно лексическое значе-

ние образной единицы. В первой книге авторы применили этот принцип к материалу однословных метафор, а данная книга демонстрирует возможность его использования при описании фразеологии, в том числе контрастивном. Идея о влиянии образной составляющей плана содержания идиомы на различные аспекты ее функционирования разрабатывается также в [Добровольский 1996; Баранов, Добровольский 2008, 2009а] и применяется при описании большого массива русских фразеологических единиц в словаре [Баранов, Добровольский 2009б]. Тот факт, что идиомы рассматриваются не только в рамках фразеологии, но и в рамках теории конвенционального образного языка, определяет новизну и оригинальность применяемого авторами подхода. Действительно, с одной стороны, идиомы – в силу своей раздельнооформленности и устойчивости – относятся к фразеологии. С другой – исходя из свойств их семантики, они должны быть отнесены (наряду с конвенциональными однословными метафорами) к образным единицам лексикона.

Вопрос о влиянии внутренней формы (слова, словосочетания) на его актуальное значение имеет давнюю традицию, своих сторонников и противников (среди наиболее последовательных противников назовем И.А. Мельчука); в настоящее время «сторонники», очевидно, одерживают верх. Представляется вероятным, что здесь, как и в других местах, истина находится где-то посередине, а именно, следует признать, что внутренняя форма может влиять на актуальное значение. Так, например, актуальное значение ныне устаревшего слова *получка*, помимо смысла 'ежемесячная плата за работу по долговременному найму', включает некий дополнительный компонент, имплицитный, имплицитный его внутренней формой, т.е. глаголом *получить* в его лингвоспецифичном «советском» значении (фиксирующем фрагмент определенной картины мира); иной аналогичный дополнительный компонент имеет слово *жалованье* и т.п. При исследовании этого феномена следует, однако, иметь в виду, что внутренняя форма бывает в разной степени актуальна не только для разных языковых единиц, но и для разных говорящих – в зависимости от их образовательного уровня и индивидуального психологического типа. Однако как раз фразеология – это область, где внутренняя форма в наибольшей степени реальна и автономна; здесь задача исследователя – в том, чтобы выявить некие системные связи, знание которых, в идеале, позволило бы предсказать те или иные свойства лингвистического поведения идиом на основании тех или иных свойств их внутренней формы. И можно сказать, что развиваемая авторами теория кон-

венционального образного языка с этой задачей довольно хорошо справляется.

Теория фразеологии должна уметь объяснять, зачем языку нужны идиомы, т.е. в чем состоит их особая уникальная функция. Она должна быть в состоянии объяснить особенности семантики, прагматики и синтактики идиом, а также особенности их дискурсивного поведения – т.е. все особенности этих сверхсловных образований, отличающие их от прочих лексических единиц. Дело в том, что любое сверхсловное образование с точки зрения принципа экономии менее экономно, чем отдельное слово, а значит, идиомы должны оправдывать эту излишнюю сложность формы за счет дополнительной содержательной информации. В общем виде ответ на этот вопрос можно сформулировать следующим образом: одно из фундаментальных свойств естественного языка как средства коммуникации состоит в том, что очень часто не прямой и имплицитный способ выражения мысли оказывается точнее и эффективнее, чем прямой и эксплицитный – и в этом смысле он является более экономным. Фразеология – это область имплицитных смыслов *par excellence*.

Научная ценность книги состоит и в последовательном проведении идеи влияния образной составляющей идиомы на ее актуальное значение, а также в развитии новых технологий анализа. При этом рассматриваются особенности всех трех базовых аспектов функционирования идиом: семантики, синтактики и прагматики, а также их дискурсивного поведения. С этой точки зрения книга способствует как развитию общей теории фразеологии, так и решению чисто прикладных задач. В частности, из основных обсуждаемых теоретических положений в книге делаются выводы, относящиеся к переводу идиом одного языка на другой. С методологической точки зрения книгу характеризует точность и тонкость лингвистического анализа, удачное сочетание методов традиционной русской лексикографии, Московской семантической школы и современной когнитивной лингвистики, а также широта привлекаемого языкового материала.

Книга состоит из 4 частей. В первой части «Семантика и мотивация» рассматриваются различные типы мотивированности идиом. Традиционно мотивированность идиом сводилась к механизму метафоры. Однако мотивирующим фактором, помимо «концептуальной метафоры» в смысле Дж. Лакоффа и М. Джонсона, могут быть и другие виды метафор, а также механизмы иной, чем метафора, природы. Так, это может быть «фреймовая» метафора (*framebasierte Metapher*), например, идиома *ein rotes Tich für jmdn. sein* (букв. «быть для кого-то

красной тряпкой»), значение которой 'служить источником крайнего раздражения, злобы, гнева' мотивировано фреймом БОЙ БЫКОВ (и, соответственно, путем апелляции к данному фрейму эта идиома должна быть истолкована). Особый случай метафорической мотивации составляет «кинеграмма» – симптоматическая метафора, или «как если бы-модус»: использование в качестве метафоры разного рода симптоматических жестов, ср. *sich an den Kopf fassen* (букв. «схватить себя за голову») 'выразить крайнее удивление'. Другой специфический тип метафорической мотивации возникает в некоторых случаях узуализованной языковой игры. Помимо метафорической, для идиом возможна также символическая, интертекстуальная и индексальная мотивация. Символическая мотивация определяется наличием в составе идиом культурных символов (таких, как *хлеб, крест, золото, черный, три, семь*). Интертекстуальная мотивация осуществляется за счет отсылки к существующим текстам: в этом случае знание текста, из которого вышла данная идиома, является мотивирующим фактором, ср.: *сражаться с ветряными мельницами; оказать кому-л. медвежью услугу*. Далее встречается (хоть и довольно редко) так называемая индексальная мотивация. Например, значение идиомы *в огороде бузина, а в Киеве дядька*, указывающее на бессмысленность и бессвязность обсуждаемых высказываний, мотивировано самой формой этой идиомы, характеризующейся полным отсутствием какой бы то ни было логической связи между ее частями.

Вторая часть называется «Синтаксис и семантика» и состоит из двух глав. В первой из них обсуждается явление семантической членности идиом, оказывающееся одним из решающих факторов для ряда синтаксических трансформаций. Во второй главе рассматриваются возможности пассивной трансформации идиомы и выявляются семантико-синтаксические условия, обеспечивающие эту и другие трансформации. Собственно, идеи, обсуждаемые в этой главе, известны русскому читателю, так как этой проблеме посвящена статья [Добровольский 2007].

В третьей части «Семантика и прагматика» подробно рассматриваются два явления: узуализованная языковая игра и гендерная специфика определенных идиом. Что касается последнего явления, то оно убедительно подтверждает тезис о значимости внутренней формы для функционирования идиом. На обширном корпусном материале авторы показывают, что те идиомы, во внутренней форме которых есть указание на пол человека, в подавляющем большинстве случаев употребляются в соот-

ветствии с этой спецификой. Так, идиомы с компонентами *Bart* 'борода' или *Schlips* 'галстук' употребляются за редкими исключениями только применительно к мужчинам. Причем эти ограничения явно идут из внутренней формы. Так, идиома *sich auf den Schlips getreten fühlen* означает 'чувствовать себя обиженным'. Понятно, что обиженными могут чувствовать себя не только мужчины. Однако из-за образной составляющей 'чувствовать себя, как если бы тебе наступили на галстук' идиома имеет соответствующие ограничения на употребление, так как в сознании носителя языка ношение галстука устойчиво ассоциируется с мужчиной.

Узуализованная языковая игра с идиомами также основана на сознательном обращении к образу. Приведем для простоты русский пример: выражение *у кого-л. волосы похолодели в жилах* возникшее как результат игровой контаминации идиом *волосы встали дыбом* и *кровь похолодела в жилах*, уже более или менее вошло в узус. Игра, основанная на сознательном создании абсурдного образа, возможна лишь в случаях, когда образ жив и ощущается как часть плана содержания идиомы.

Четвертая часть посвящена сопоставительным аспектам теории фразеологии. Она состоит из двух глав. В первой обсуждаются проблемы межъязыковой эквивалентности, а во второй – факторы переводимости идиом. Важно подчеркнуть, что эквивалентность и переводимость – понятия неидентичные. Идиома может обнаруживать довольно неплохой фразеологический эквивалент в другом языке. Однако такие эквиваленты лишь в редких случаях могут быть использованы как способы перевода этой идиомы во всех без исключения контекстах. И наоборот, даже если идиома не содержит в лексической системе другого языка ни одного более или менее подходящего эквивалента-идиомы, она все равно может быть переведена в каждом конкретном тексте. Это может быть и обычное неметафорическое слово, и однословная конвенциональная метафора или даже окказиональное выражение (в том числе, дословный перевод исходной идиомы). Практически полное отсутствие абсолютных межъязыковых эквивалентов-идиом (вопреки устоявшемуся мнению и данным традиционных переводных фразеологических словарей) объясняется тем, что план содержания идиом представляет собой настолько сложное и многоплановое образование, что полное совпадение всех этих аспектов плана содержания почти невозможно. Если неплохо совпадает актуальное значение, часто обнаруживаются различия в образной составляющей – что обычно влечет за собой также и определенное различие в актуальном значении.

Так, актуальное значение русской поговорки *ехать в Тулу со своим самоваром* может быть передано как 'брать с собой некоторый предмет в некоторое место, где такие предметы имеются в изобилии'. Весьма близкое значение имеют нем. *Eulen nach Athen tragen*, букв. 'везти в Афины сову' и англ. *to carry coals to Newcastle* 'везти уголь в Ньюкасл' или *to carry water to the river*, букв. 'лить воду в реку'. Здесь имеется, однако, то различие, что если в русской идиоме речь идет про материальные предметы, а в английской – про вещественные имена, то в немецкой – скорее про ментальные сущности (идеи, знания и т. п.), ср.: *Die Einzigartigkeit von Baden-Baden im Frühjahr zu beschreiben bedeutet für alle, die schon seit Jahren hierher kommen, Eulen nach Athen zu tragen* 'Описывать прелести весеннего Баден-Бадена для тех, кто уже много лет сюда ездит, – это все равно что везти сов в Афины'. Это различие в актуальном значении, как показывают авторы, связано с различием характера мотивирующего образа: в русской идиоме фигурирует *самовар*, т. е. артефакт, и при этом он стоит в единственном числе (и сопровождается притяжательным местоимением *свой*), а в немецком и английских идиомах упоминаются имена натуральных классов, причем в немецкой идиоме *сова* осмысливается как символ богини Афины и потому интерпретируется в рамках актуального значения как компонент, указывающий на нечто нематериальное.

С другой стороны, даже при хорошем совпадении семантики могут выявляться настолько существенные различия в синтаксическом поведении, что одна идиома не может заменить другую в соответствующем контексте. Наконец, могут не совпадать и прагматические

особенности – например, идиомы двух языков могут тяготеть к употреблению в различных речевых актах, иметь различные культурные коннотации и т. п.

Книга содержит подробный предметный и именной указатель, что значительно расширяет возможности ее использования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Баранов, Добровольский 2008 – А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. Аспекты теории фразеологии. М., 2008.
- Баранов, Добровольский 2009а – А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. Принципы семантического описания фразеологии // ВЯ. 2009. № 6.
- Баранов, Добровольский 2009б – А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. Фразеологический объяснительный словарь русского языка. М., 2009.
- Добровольский 1996 – Д.О. Добровольский. Образная составляющая в семантике идиом // ВЯ. 1996. № 1.
- Добровольский 2007 – Д.О. Добровольский. Пассивизация идиом (о семантической обусловленности синтаксических трансформаций во фразеологии) // ВЯ. 2007. № 5.
- Dobrovol'skij, Piirainen 2005 – D. Dobrovol'skij, E. Piirainen. Figurative language: cross-cultural and cross-linguistic perspectives. [Current Research in the Semantics/Pragmatics Interface, 13] Amsterdam, 2005.