

На правах рукописи

Зыкова Ирина Владимировна

**РОЛЬ КОНЦЕПТОСФЕРЫ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ
ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ КАК КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВЫХ ЗНАКОВ**

Специальность 10.02.19 – Теория языка (филологические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

доктора филологических наук

Москва 2014

Работа выполнена в секторе теоретического языкознания
Федерального государственного бюджетного учреждения науки
Институт языкознания Российской академии наук

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Телия Вероника Николаевна

доктор филологических наук, профессор
Беляевская Елена Георгиевна

Официальные оппоненты: **Кирилина Алла Викторовна,**
доктор филологических наук, профессор кафедры
теоретической и прикладной лингвистики ГБОУ
ВПО г. Москвы «Московский городской
педагогический университет»

Ноздрин Людмила Александровна,
доктор филологических наук, профессор,
заведующая кафедрой общего и сравнительного
языкознания ФГБОУ ВПО «Московский
государственный лингвистический университет»

Позднякова Елена Михайловна,
доктор филологических наук, профессор кафедры
английского языка № 3 ФГБОУ ВПО
«Московский государственный институт
международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской
Федерации»

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Гамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина», Институт
филологии, кафедра английской филологии

Защита состоится 29 мая 2014 г. в 11:30 часов на заседании
диссертационного совета Д 002.006.03 при ФГБНУ Институт языкознания
РАН по адресу: 125009, г. Москва, Б. Кисловский пер., д. 1, стр. 1,
конференц-зал. С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБНУ
Институт языкознания РАН.

Автореферат разослан «_____» _____ 2014 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук

Сидельцев А.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертация посвящена теоретическо-методологическим вопросам изучения одной из неразработанных проблем современной лингвокультурологии – проблеме интеракции концептосферы культуры и языка, рассматриваемой в работе в рамках осмысления процессов формирования и функционирования фразеологических знаков под воздействием концептосферы культуры.

Актуальность настоящего исследования определяется тем, что, несмотря на обширные исследования, проводимые сегодня в рамках лингвокультурологического подхода к изучению фразеологии отечественными и зарубежными учеными, до конца нерешенным остается ряд общетеоретических и методологических вопросов, связанных с выявлением и описанием фактов того, как концептосфера культуры влияет на формирование фразеологических знаков, каким образом информация о культуре сохраняется и/или передается в значении фразеологизмов. Сложность этих вопросов обуславливает актуальность проводимого исследования и указывает на необходимость дальнейшей разработки понятийно-терминологического аппарата лингвокультурологического подхода к изучению фразеологии, поиска новых, лингвокультурологических, методов исследования фразеологизмов, позволяющих выявить глубинные механизмы интеракции культуры (или концептосферы культуры) и языка, описать формы этой интеракции, определить то, как концептосфера культуры влияет на формирование и функционирование фразеологизмов как особой языковой подсистемы, прояснить особенности и принципы отражения во фразеологических знаках культурного опыта познания мира тем или иным лингвокультурным сообществом.

Объектом исследования являются фразеологизмы как культурно детерминированные знаки естественного языка в их формировании и функционировании.

Предметом изучения в проводимом исследовании являются формы и механизмы воздействия концептосферы культуры на язык, при котором создаются значения фразеологизмов как культурно-языковых знаков и осуществляется их использование в дискурсе.

Цель работы заключается в разработке концепции формирования значения фразеологизмов как культурно-языковых знаков и методов лингвокультурологического анализа в сфере фразеологии, направленных на изучение процессов создания и функционирования фразеологизмов под воздействием концептосферы культуры (на материале фразеологизмов английского языка).

Для достижения намеченной цели в работе ставятся следующие **задачи**:

1. Уточнить понятие концептосферы культуры и отграничить его от смежных понятий.

2. Уточнить содержание термина «концепт» в применении к задачам настоящего исследования.

3. Описать современное состояние развития общей теории фразеологии и лингвокультурологического направления изучения фразеологизмов.

4. Разработать принципы отбора фразеологического материала, отвечающие целям проводимого исследования.

5. Разработать метод лингвокультурологической реконструкции глубинных (концептуальных) оснований образов фразеологических знаков.

6. Разработать понятие фразеологической креативности с учетом глубинных (концептуальных) оснований значения фразеологизмов.

7. Выявить системные параметры и дискурсивные критерии креативности концептуальных (культурных) моделей, раскрывающих специфику формирования и функционирования фразеологии как культурно детерминированной подсистемы языка.

8. Определить креативный потенциал разных концептуальных (культурных) моделей в системном продуцировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков.

9. Выявить основные стратегии коммуникативной адаптации фразеологизмов как культурно-языковых знаков к формированию дискурса.

10. Определить типы культурной информации, сохраняемой во фразеологическом знаке, и выявить способы ее организации.

11. Разработать методику лингвокультурологического декодирования и интерпретации культурной информации на основе анализа глубинных (концептуальных) оснований значения фразеологизмов.

Материалом работы служат фразеологизмы английского языка, репрезентирующие различные аспекты вербальной деятельности, отобранные из наиболее авторитетных современных лексикографических и фразеографических изданий (печатных и электронных). Общий объем исследовательского материала составил свыше 2,5 тыс. английских фразеологизмов и свыше 15 тыс. контекстов их употребления.

Теоретической базой исследования являются ключевые теоретические положения лингвокультурологического направления изучения фразеологии, разрабатываемые в работах В.Н. Телия и ее научной школы, прежде всего, в работах М.Л. Ковшовой, В.В. Красных. Мы также основываемся на работах отечественной традиции изучения фразеологии таких ученых, как В.В. Виноградов, Б.А. Ларин, А.В. Кунин, И.И. Чернышева, Н.Н. Амосова, В.Л. Архангельский, В.П. Жуков, А.М. Мелерович, В.М. Мокиенко.

В основу исследования также легли концепция В.фон Гумбольдта о взаимосвязи языка, мышления и духовной жизни народа, развиваемая впоследствии в трудах Г. Штейнталя, А.А. Потебни, Г.Г. Шпета, Й.Л. Вайсгербера и др., и научные концепции зарубежных и отечественных ученых в области семиотики и культурологии (Р. Якобсон, Э. Кассирер, Ю.М. Лотман, Д.С. Лихачев, В.Н. Топоров, Вяч.Вс. Иванов, Ю.С. Степанов, Р.И. Павилёнис и др.); в области когнитивной лингвистики (Дж. Лакофф, М.

Джонсон, М. Редди, Р. Лэнекер, В.А. Виноградов, Е.С. Кубрякова, Е.Г. Беляевская, В.З. Демьянков, Н.Н. Болдырев, Е.М. Позднякова, В.А. Гуреев и др.); в области философии (Ю.С. Степанов, В.И. Постовалова и др.).

Научная новизна исследования определяется разработкой оригинальной концепции интеракции концептосферы культуры и языка, базирующейся на моделировании глубинных (концептуальных) оснований фразеологических образов, обуславливающим создание значений фразеологизмов и их функционирование в речи. Впервые предложено и разработано понимание межсемиотической транспозиции как «перевода» концептуального содержания невербальных знаков в знаки естественного языка. Впервые вводится понятие «макрометафорической концептуальной модели» как культурно обусловленного источника фразеологической образности. Новым является понимание процесса фразеологизации, представляющего собой процесс создания фразеологизмов на базе синтеза и структурирования концептуального содержания разных семиотических областей культуры, в котором по-новому осмысливается роль личности – как одновременно коллективной и индивидуальной сущности. В работе впервые используется интегрированный способ отбора фразеологического материала, позволяющий учитывать все разновидности процесса фразеологизации как процесса формирования фразеологических знаков в языковой системе. Разрабатывается метод лингвокультурологической реконструкции глубинных оснований фразеологической образности, позволяющий получать новые данные о специфике интеракции двух разных семиотических систем – культуры и языка. Впервые устанавливаются такие факторы культурной обусловленности фразеологии, как фразеологическая креативность и информационная организация фразеологизмов. При этом понятие фразеологической креативности вводится и разрабатывается впервые; впервые же фразеологическая креативность исследуется как культурный фактор, обуславливающий системное образование и дискурсивное функционирование фразеологизмов. По-новому рассматривается проблема специфики сохранения и организации культурной информации во фразеологическом знаке, впервые проводится ее типология. Впервые разрабатывается методика лингвокультурологического декодирования культурной информации, основанная на изучении глубинных (концептуальных) оснований значения фразеологических знаков.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Важнейшим понятием лингвокультурологии, позволяющим осмыслить процессы образования фразеологизмов как культурно-языковых знаков, является понятие концептосферы культуры. Концептосфера культуры представляет собой совокупность разного рода культурных концептов, воплощенных в знаках различных ее семиотических областей (музыки, архитектуры, спорта, профессиональной и повседневной деятельности, религии и проч.). При формировании особой подсистемы языка – подсистемы фразеологических единиц как культурообусловленных образований – осуществляется «перевод» концептуального содержания

знаков этих семиотических областей в знаковое пространство естественного языка посредством **межсемиотической транспозиции**.

2. Во фразеологическом значении выделяются два взаимосвязанных уровня – поверхностный и глубинный. Глубинный уровень представляет собой концептуальное основание образа фразеологического знака. Он создается в ходе межсемиотической транспозиции и представляет собой сложно организованное концептуальное образование – **макрометафорическую концептуальную модель**. На базе макрометафорической концептуальной модели как глубинного основания фразеологической образности формируются конкретный фразеологический образ, фразеологическая семантика (т.е. поверхностный уровень значения фразеологизма) и, в целом, фразеологизм как культурно-языковой знак. Предложенный метод лингвокультурологической реконструкции позволяет воссоздать процесс построения глубинных (концептуальных) оснований фразеологической образности и позволяет прояснить вопрос о том, **как формируется фразеологический знак под воздействием концептосферы культуры**.

3. Сформированные на базе концептосферы культуры макрометафорические концептуальные модели **обуславливают системное формирование фразеологических знаков**. Каждая модель обладает креативным потенциалом. Она способна продуцировать определенное (значительное/незначительное) количество фразеологизмов, служить источником образного разнообразия фразеологизмов, в котором отражаются особенности восприятия мира тем или иным сообществом, а также обогащать или постоянно пополнять фразеологическую подсистему языка новыми фразеологическими знаками, тем самым способствуя ее развитию.

4. Созданные на базе концептосферы культуры макрометафорические концептуальные модели **обеспечивают коммуникативную адаптацию фразеологических знаков к процессу дискурсообразования и их использование** как одного из наиболее эффективных средств достижения прагматической цели. Они обуславливают различные способы модификации базовой формы фразеологизмов и объем допустимых преобразований, а также определяют качественную сторону модификаций фразеологизмов.

5. Фразеологический знак представляет собой **элемент культурной памяти** социума, говорящего на данном языке. **Вся культурная информация сохраняется и накапливается** в глубинных основаниях образов фразеологизмов – **макрометафорических концептуальных моделях**. Благодаря своей концептуальной природе макрометафорические концептуальные модели способны аккумулировать в себе опыт постижения человеком мира на различных стадиях культурного становления того или иного лингвокультурного сообщества – от древнейших (архаичных/первичных) до современных и новейших.

6. Разработанная методика лингвокультурологического декодирования культурной информации позволяет установить наличие во фразеологическом знаке **нескольких типов определенным образом организованной**

культурной информации. Благодаря процессу межсемиотической транспозиции фразеологизм становится носителем таких типов культурной информации, как архетипическая, мифологическая, религиозная, философская, научная информация; эмоционально-чувственная, эстетическая и этическая информация. Эти типы культурной информации сохраняются в виде соответствующих **информационных слоев** в содержании любого фразеологического знака и способны актуализироваться в его образе.

7. Посредством всех типов культурной информации, сохраняемой во фразеологизмах, формируется **общекультурная модальность восприятия** лингвокультурным сообществом различных объектов (явлений, процессов и проч.) мира. Общекультурная модальность складывается из двух типов оценки – чувственной и рациональной. В основе чувственной оценки лежит эмоционально-чувственная информация. Такие типы культурной информации как архетипическая, мифологическая, религиозная, философская и научная являются главными источниками рациональной оценки.

8. Эстетическая и этическая информация представляют собой **вершинный модус общекультурной модальности**. Эти типы информации позволяют обобщить все информационное содержание фразеологизма, свернув его до аксиологической оппозиции ‘одобрение – неодобрение (осуждение)’. Благодаря такой информационной «свертке» фразеологизм становится одним из самых эффективных средств актуализации культурного знания в дискурсивных практиках.

В работе использованы следующие научные **методы**: методологический прием соотнесения компонентов фразеологизмов со знаками различных семиотических областей культуры, семиотический анализ, семиотический метод оппозиций, метод концептуального анализа (на базе данных обширного круга лексикографических источников, включая культурологические и энциклопедические словари), приемы логического вывода и интерпретация. **Методологической базой** работы также являются выработанные в процессе исследования метод лингвокультурологической реконструкции глубинных (концептуальных) оснований значения фразеологических знаков, методика лингвокультурологического декодирования и интерпретации различных типов культурной информации, хранящейся в глубинном содержании фразеологизмов, и интегрированный способ отбора фразеологического материала.

Теоретическая значимость работы состоит в развитии теоретических и методологических основ лингвокультурологического направления во фразеологии, касающихся проблемы влияния концептосферы культуры на формирование фразеологизмов как культурно детерминированных знаков: в разработке центрального понятия лингвокультурологии – «концептосфера культуры» с обоснованием ее связи с языком и личностью как актором культурного и языкового процессов; в разработке нового подхода к пониманию формирования фразеологического значения; в обосновании нового – интегрированного – принципа изучения фразеологических знаков,

в разработке метода лингвокультурологической реконструкции глубинных (концептуальных) оснований значений фразеологизмов; в создании новой методики лингвокультурологического декодирования и интерпретации различных типов (или слоев) культурной информации, которая хранится и накапливается со временем в глубинном содержании фразеологизмов и составляет их коннотативный фонд.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в лекционных курсах и спецкурсах, на семинарских занятиях по общему и частному языкознанию, по общей и частной теории фразеологии и лингвокультурологии, а также в практике преподавания иностранных языков.

Апробация работы. Материалы диссертации обсуждались на заседаниях сектора теоретического языкознания Института языкознания РАН, на общероссийских и международных научных конференциях, симпозиумах, научных семинарах, круглых столах, в числе которых: I Международная конференция «Полифония образования и англистика в мультикультурном мире» (МГЛУ, 2003); III Международная конференция «Гендер: язык, культура, коммуникация» (МГЛУ, 2003); Научная конференция, посвященная памяти А.В. Кунина «Несколькословные единицы номинации в английском языке: от лексикологии к фразеологии» (МГЛУ, 2004); V Юбилейная Всероссийская научно-практическая конференция «Учитель, ученик, учебник» (МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008); III Международная научно-практическая конференция «Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке» (МИЛ, 2008); Международная научная конференция к 100-летию заслуженного деятеля науки А.В. Кунина «Актуальные проблемы изучения комплексных языковых знаков» (МГЛУ, 2009); VIII Ежегодная международная конференция «Языки в современном мире» (Коломна, КГПИ, 2009); XIII Международная конференция «Россия и Запад: диалог культур» (МГУ им. М.В. Ломоносова, 2009); IV Международная научно-практическая конференция «Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке» (МИЛ, 2009); XXXIX Международная филологическая конференция (СПбГУ, 2010); Международная конференция EUROPHRAS «Cross-linguistic and Cross-cultural Perspectives on Phraseology and Paremiology» (Гранада (Испания), 2010); Международная научная конференция «Живодействующая связь языка и культуры», посвященная юбилею В.Н. Телия (Институт языкознания РАН, ТГПУ им. Л.Н. Толстого, 2010); Лексикологические чтения, посвященные 80-летию МГЛУ (МГЛУ, 2010); V Международная научно-практическая конференция «Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке» (МИЛ, 2010); XL Международная филологическая конференция (СПбГУ, 2011); Научный семинар проблемной группы «Лингвокультурологические исследования» (Институт языкознания РАН, 2011); Международная конференция EUROPHRAS «International Colloquium of Paremiology» (Париж, 2011); Международная конференция «Актуальные проблемы славянского языкознания» (Седльце (Польша), 2011); VI Международная научно-

практическая конференция «Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке» (МИЛ, 2011); Международная конференция EUROPHRAS «Phraseology and Culture» (Марибор (Словения), 2012); Круглый стол «Проблемы интегрирования частных теорий в общую теорию репрезентации мыслительных структур в языке» (Институт языкознания РАН, 2012); Лексикологические чтения, посвященные памяти Е.С. Кубряковой, «Новое в лингвистических исследованиях: преемственность и инновации» (МГЛУ, 2012); Международная научная конференция «Научные поколения и лингвистические парадигмы цивилизации XX-XXI вв. (Первая научная конференция памяти акад. РАН Ю.С. Степанова)» (Институт языкознания РАН, 2013); Конференция проблемной группы «Логический анализ языка» «Информационные структуры текстов разных жанров и эпох» (Институт языкознания РАН, 2013); Международная конференция EUROPHRAS «Phraseology in Multilingual Society» (Казань (КПГУ), 2013); Круглый стол «Факторы и механизмы языковой когниции» (Институт языкознания РАН, 2013); Круглый стол «Культурная семантика в языке и в речи» (Институт языкознания РАН, 2013); Научный семинар «Когнитивная лингвокультурология и стилистика» (Тула, ТГПУ им. Л.Н. Толстого; Институт языкознания РАН, 2014); Лексикологические чтения «Лексикология на пересечении школ и парадигм» (МГЛУ, 2014).

По теме диссертации опубликованы 62 работы (и 3 статьи находятся в настоящее время в печати) общим объемом 85,6 п.л., из них: 2 монографии (общим объемом 37,5 п.л.); 24 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК (общим объемом 16,1 п.л.); 7 статей в зарубежных изданиях (общим объемом 5,5 п.л.); 32 статьи в сборниках научных трудов (общим объемом 26,5 п.л.). В числе работ авторские словарные статьи во фразеологическом словаре нового поколения «Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий» под редакцией В.Н. Телия (М., 2006), рекомендованном Министерством образования и науки РФ в 2009 г. в качестве нормативного словаря. Апробация результатов исследования осуществлялась также на базе нескольких разработанных теоретических курсов: «Коммуникативная фразеология: язык – личность – культура», «Фразеология английского языка» и «Лексикология английского языка», в рамках последнего было подготовлено учебное пособие «A Practical Course in English Lexicology» (М., 2006, 2007, 2008), рекомендованное Учебно-методическим объединением по образованию в области лингвистики Министерства образования и науки РФ в качестве учебного пособия для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков (общим объемом 18,0 п.л.).

Структура работы определяется логикой поэтапного решения поставленных задач в соответствии с целью и методами исследования. Диссертация состоит из введения, четырех глав с разделами и параграфами, выводами по каждой главе, заключения, библиографии, списка словарей и их принятых сокращений, двух приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются выбор темы исследования и ее актуальность, указываются объект и предмет исследования, определяются цель и задачи работы, дается описание материала, указывается теоретическая база исследования, его научная новизна, формулируются научные положения диссертации, выносимые на защиту, перечисляются методы исследования, определяются теоретическая и практическая значимость работы, приводятся данные апробации результатов исследования, описывается структура диссертации и дается ее краткое содержание.

Глава I «Концептосфера культуры vs фразеология в лингвокультурологическом освещении» посвящена изучению ключевых понятий лингвокультурологического направления во фразеологии, а именно – «концептосфера культуры», «культурный концепт», и современному состоянию развития этого направления. Данная глава состоит из четырех разделов.

В разделе **I «Концептосфера в кругу сопряженных научных понятий: сходства и отличия, предпосылки возникновения»** рассматривается корреляция понятия концептосферы с рядом аналогичных или «родственных» понятий, широко используемых в современной науке, среди которых понятия «ноосфера», «смыслосфера», «логосфера», «семиосфера», а также «модель мира», «картина мира» и «образ мира»; устанавливаются факторы, обуславливающие возникновение понятия концептосферы в языковедческой науке, и определяется его роль в лингвокультурологии.

Понятие «концептосфера» возникает (гораздо) позднее, чем понятия «ноосфера», «смыслосфера», «логосфера» и «семиосфера» и в отличие от последних – на стыке таких областей научного знания, как филология (языкознание), культурология и когнитология (когнитивистика). Появление нового «сферного» понятия – «концептосфера» было обусловлено главным образом тем, что ни одно из существующих и предшествующих ему понятий, будучи так или иначе (или в той или иной степени) связанным с рассмотрением языка, не было непосредственно направлено на изучение собственно языковой системы с позиции процесса концептуализации. Возникая в связи с необходимостью разрешения этой научной проблемы, понятие концептосферы начинает при этом коррелировать с такими понятиями, как «модель мира», «картина мира» и «образ мира». Несмотря на их общую направленность на изучение одного и того же процесса – процесса концептуализации (процесса языковой концептуализации, в частности), понятие «концептосфера» позволяет, однако, определить особый (или новый) ракурс его изучения, делая акцент на самом деятеле этого процесса – человеке как личности и представляя сам процесс концептуализации как создание личностью отдельной глобальной концептуальной сферы ее бытия (= культуры), в которой она живет и с которой она взаимодействует.

Исходя из установленных особенностей понятия «концептосфера» в отношении к коррелирующим с ним понятиям его разработка представляется особо релевантной и перспективной в области лингвокультурологии, лингвокультурологического направления изучения фразеологии, в частности. В силу своей специфики данное понятие в полной мере соответствует целям и задачам лингвокультурологии и лингвокультурологического изучения языковых знаков различных уровней.

В разделе II «Концептосфера: к определению понятия с позиции лингвокультурологии» исследуется история появления термина «концептосфера» и его разработка в трудах академика Д.С. Лихачева, изучаются особенности развития данного термина в настоящее время в лингвистике, проводится аналитический обзор современных исследований, посвященных изучению концептосферы, приводятся различные подходы к ее пониманию, осуществляется разработка понятия концептосферы в рамках лингвокультурологического направления.

Как известно, в научный обиход лингвистики термин «концептосфера» был введен академиком Д.С. Лихачевым в 1990-х годах. В ряде своих работ (Лихачев 1993, 1994, 1999) ученый дает несколько трактовок концептосферы, понимая под ней, прежде всего, концептосферу (национального) языка. Д.С. Лихачев определяет концептосферу, в частности, как «совокупность потенций, открываемых в словарном запасе отдельного человека, как и всего языка в целом»; совокупность «концептов как потенций значений слов»; «своего рода концентрацию духовного богатства культуры в целом»; «концентрат культуры нации и ее воплощение в разных слоях населения». Занимаясь разработкой понятия «концептосфера национального языка», ученый наряду с термином «концептосфера» использует также термины «культуросфера» и «идеосфера» без уточнения различий между ними. Однако анализ их использования в научном дискурсе Д.С. Лихачева указывает на то, что речь фактически идет о трех разновидностях концептосферы – о концептосфере языка, концептосфере культуры (культуросфере) и концептосфере личности (идеосфере).

В настоящее время в языкознании освоение понятия «концептосфера» ведется в самых разных его направлениях, среди которых когнитивное, семиотическое, философское, психологическое, коммуникативное (коммуникативистское), культурологическое и др. В зависимости от того или иного направления подходы к его трактовке могут значительно отличаться. Помимо существенного варьирования в его понимании, характерной чертой развития данного понятия в современной лингвистике является тот факт, что изучение концептосферы проводится через описание трех ее разновидностей, имплицитно выделенных еще в работах Д.С. Лихачева. За последнее время заметно возросло количество монографических и диссертационных исследований, посвященных изучению концептосферы культуры (этносо/нации), ее отдельных областей (Леонтович 2002), (Чулкина 2005), (Кононова 2010) и мн. др.; концептосферы национального языка, определенных ее «участков» (Бобырева 2007),

(Золотых 2008), (Фесенко 2009) и мн. др.; концептосферы личности (Лаврова 2000), (Маслова 2004) и др. Аналитический обзор современных исследований показал, что, несмотря на исходную ориентированность той или иной научной работы на определенную разновидность концептосферы, в рассмотрении неизбежно вовлекается обращение ко всем трем феноменам – к культуре, языку и личности. Это выявляет необходимость создания такого подхода к пониманию концептосферы, в котором в равной степени учитывалась бы значимость всех трех феноменов и их взаимосвязь, что становится одной из центральных проблем лингвокультурологии, лингвокультурологического направления изучения фразеологии, в частности.

Исходя из актуальных теоретическо-методологических задач и потребностей лингвокультурологии, наиболее целесообразным представляется признать существование одной концептосферы – **концептосферы культуры**, бытование, развитие и функционирование которой, однако, немислимо без ее главного актора – **творящей (созидающей) личности** и главного «хранилища» ее ценностного содержания – **естественного языка**. Исходя из этого, разработка понятия «концептосфера культуры» проводится в настоящей работе в рамках двух дихотомий – ‘концептосфера культуры – язык’ и ‘концептосфера культуры – личность’. При этом не отрицается сама возможность говорить о концептосфере языка и концептосфере личности; однако, представляющие эти феномены понятия (т.е. понятия «концептосфера личности» и «концептосфера языка») рассматриваются нами как в известной мере производные от понятия «концептосфера культуры».

В рамках настоящего исследования разработка понятия концептосферы культуры как лингвокультурологического понятия базируется на информационно-семиотическом подходе к пониманию культуры; на представлении о культуре и языке как двух разных семиотических системах, связанных особыми отношениями – отношениями интеракции, исключительную роль в которых играет личность; на понимании личности как одновременно индивидуальной и коллективной сущности; на учете особой роли определенных форм переживания (эмоционально-чувственного, душевного, эстетического) и форм осмысления мира (архетипического, мифологического, религиозного, философского, научного) в познавательной деятельности человека как личности, в результате которой вырабатывается ценностная информация и образуются, а также развиваются и функционируют во взаимодействующем единстве культура (концептосфера культуры) и язык; на рассмотрении процесса концептуализации как одного из важнейших процессов познавательной деятельности, приводящего к образованию разного рода концептов (концептуальных структур), которые являются идеальным содержательным представлением ценностной информации. На основании этих положений предлагается рассматривать концептосферу культуры как сложнейшее системное образование, создаваемое из ценностной информации, которая вырабатывается в результате познания неким сообществом действительности, т.е. в результате

определенных форм переживания и осмысления этим сообществом в целом и каждым отдельным его представителем мира во всем его многообразии, и которая получает при этом определенную концептуальную оформленность (упорядоченность) и воплощение в невербальных знаках самой разной природы, которые составляют различные и взаимосвязанные семиотические области культуры.

В Разделе III «Понятие “концепт” в лингвокультурологической перспективе» изучаются различные подходы к пониманию концепта в современной лингвистике, рассматривается вопрос о типологии концептов, анализируются различные методы изучения (лингво)культурных концептов, уточняется трактовка культурного концепта в рамках лингвокультурологического исследования фразеологии.

В современной лингвистике понятие «концепт» отличается значительной вариативностью толкования, которое обусловлено целым рядом факторов, наиболее релевантными среди которых представляются следующие: его разнокультурное толкование, корреляция с такими терминами, как «понятие», «представление» и «смысл», и использование в целом ряде других научных дисциплин (например, в философии, культурологии, психологии, социологии и прочих науках). Данные факторы способствуют существенному расширению интерпретационного потенциала понятия «концепт», делая невозможным его однозначное понимание.

В настоящее время в лингвистических исследованиях в число наиболее значимых включают вопрос о типологии концептов. Основанием для выделения определенных типов концептов могут служить различные критерии, например, носители концептов, степень устойчивости концептов, степень абстрактности концептов, структура или количество составляющих концепт признаков/слоев, специфика системной организации концептов и др. Особое внимание в исследованиях концептологического цикла, ориентированных на изучение взаимосвязи культуры, личности (личностного сознания) и языка, уделяется такому типу концепта, как **культурный концепт**. Номинативная синтагма «культурный концепт» понимается в современном научном мире по-разному. При обобщении существующих точек зрения можно выделить четыре основных подхода к ее толкованию (в ряде случаев взаимодействующих). Согласно первому подходу, культурный концепт представляет собой один из типов концептов, выделенный на основании определенной области знания. С позиции другого подхода, культурный концепт – это тот, который является достоянием всего сообщества (народа/нации), результатом коллективного опыта познания мира. В этом случае культурный концепт ставится в оппозицию с индивидуальным концептом как достоянием индивидуального сознания. Согласно третьему подходу, культурным (или культурно специфическим) может считаться концепт, который в наибольшей мере характеризует менталитет или ментальность, мировосприятие или мировоззрение того или иного народа (или сообщества) или присущ только ему. И в этом понимании он противопоставляется универсальному концепту. Иначе говоря,

культурный концепт – это один из ключевых концептов той или иной культуры (народа), количество которых ограничено. Согласно четвертому подходу, атрибутив «культурный» не является типологическим, поскольку он отражает онтологическую природу концептов, которые не могут не относиться к культуре и все по определению могут считаться «культурными». Последняя точка зрения представляется нам наиболее приемлемой и ложится в основу настоящей работы.

Культурный концепт обычно рассматривается во взаимосвязи с **лингвокультурным концептом**. Специфика их взаимоотношений, по мнению многих исследователей, определяется главным образом тем, что культурный концепт не предполагает обязательной вербализации, а может находить знаковое воплощение в любых семиотических средствах, в то время как лингвокультурный концепт непременно имеет вербальное воплощение. Из этого следует, что лингвокультурный концепт может трактоваться как вербализованный культурный концепт, при этом степень его (фактической) вербализованности может быть различной.

Сложная и многогранная природа культурных концептов, объективированных в языке, обуславливает потребность в применении разных методов их изучения. В настоящее время накоплен существенный методологический опыт их исследования, позволяющий углубить и расширить понимание сущностной природы (лингво)культурных концептов, их внутренней организации, форм их существования (бытования), выявить высокую степень их информационной (смысловой) насыщенности, множественную репрезентативность. Тем не менее, при всем разнообразии существующих методов анализа концептов, эффективности их применения в определенной области лингвистики и в отношении определенного языкового материала их разработка не предполагала или не была непосредственно ориентирована на изучение интеракции концептосферы культуры и языка и на учет особой природы фразеологизмов, формирующихся в ходе этой интеракции как культурно-языковые знаки. Данный факт выявляет необходимость разработки адекватной методики лингвокультурологического анализа фразеологии, направленной на решение данной проблемы. Обращение к рассмотрению этой проблемы требует, однако, предварительного уточнения того, как понимается культурный концепт с позиции лингвокультурологического изучения фразеологии в настоящем исследовании.

В рамках настоящего исследования культурный концепт понимается как культурно детерминированная идеальная сущность – носитель ценностной культурной информации, которая имеет невербальное воплощение, обладает определенной внутренней организацией (относительно простой или относительно сложной), обусловленной системными связями с другими культурными концептами, отличается определенной динамикой формирования и эволюционирования благодаря различным формам переживания и осмысления мира, способностью накапливать информацию, а также способностью к вербальному преобразованию посредством некоего множества языковых (фразеологических, в частности) знаков. Как

представляется, такая трактовка культурного концепта позволяет учитывать сложную природу фразеологизмов, формирование которых проходит под воздействием концептосферы культуры.

Раздел IV «Фразеология как объект лингвокультурологического изучения» посвящен изучению специфики становления общей теории фразеологии, анализу ее современного состояния и особенностям развития лингвокультурологического направления во фразеологии.

В истории развития общей теории фразеологии представляется возможным выделить три основных периода: «классический», «неклассический» и «постнеклассический». Фразеологическая «классика» – это период обособления фразеологии от смежных с ней лингвистических дисциплин, в ходе которого закладываются основы общей теории фразеологии под влиянием идей структурализма. Фразеологическая «неклассика» – период постепенного утверждения во фразеологических исследованиях новой – антропологической парадигмы. Особое влияние на развитие фразеологии этого периода оказывают идеи трансформационно-генеративной грамматики, происходит сближение фразеологии с различными гуманитарными науками. Фразеологическая «постнеклассика» – это период масштабной научной интеграции, в результате которой фразеология становится областью междисциплинарного знания; происходит формирование различных междисциплинарных направлений ее изучения, основными среди которых являются семиотическо-прагматическое, когнитивное, культурологическое, социологическое (гендерное), коммуникативистское, корпусное.

Любое из существующих направлений изучения фразеологических знаков возникает и развивается в рамках определенной фразеологической традиции, благодаря которой обеспечивается преемственность научных взглядов на исследовательский объект и их дальнейшая эволюция. К числу наиболее активно развивающихся научных традиций в современной общей фразеологии относятся русская, немецкая, французская, англо-саксонская, азиатская (главным образом японская и китайская) и некоторые другие традиции. Одним из передовых направлений русской (или отечественной) фразеологической традиции является лингвокультурологическое направление, основы которого заложены в трудах В.Н. Телия и которое получает интенсивное развитие в работах ее последователей (М.Л. Ковшова, В.В. Красных, Е.Г. Беляевская, И.В. Зыкова, С.В. Кабакова, И.В. Захаренко, В.А. Маслова, Е.О. Опарина и др.). Значимый вклад в развитие этого направления в отечественной фразеологии с использованием разных подходов к анализу фразеологического материала (исторического, когнитивного, психологического, аксиологического, сопоставительного и др.) вносят научные труды В.Г. Гака, А.В. Кунина, В.И. Зимина, А.И. Федорова, Ю.А. Гвоздарева, В.Т. Бондаренко, Э.М. Солодухо, А.М. Мелерович, В.М. Мокиенко, З.Д. Поповой, В.И. Шаховского, Д.О. Добровольского, А.Н. Баранова, А.В. Кирилиной, Н.Г. Мёд, Н.А. Стебельковой, Л.А. Ураловой, Т.Г. Никитиной, Л.К. Байрамовой, Е.Ф. Арсентьевой, Р.А. Аюповой, С.Г. Шулежковой, Т.Н. Федуленковой, О.А. Корнилова, П.С. Дронова и мн. др.

Очерченная лингвокультурологическим направлением перспектива изучения фразеологизмов глобальна и нетривиальна как с теоретической, так и с методологической точки зрения. Как показал синхронный срез результатов современных лингвокультурологических исследований, проделанная в рамках этой перспективы научно-теоретическая и методологическая работа весьма значительна. Однако нельзя не признать тот факт, что многие из понятий, которые используются и разрабатываются лингвокультурологией в стремлении создать свой метаязык изучения и описания интеракции культуры и языка как двух разных семиотических систем на материале фразеологии, продолжают оставаться не до конца определенными. Требуют дальнейшего изучения вопросы о том, как происходит формирование фразеологизма как культурно-языкового знака, почему возникает его культурно-языковая специфика, что обуславливает своеобразие значения фразеологизмов каждого конкретного языка, в чем и как проявляется культурная детерминированность фразеологической подсистемы языка. Это указывает на потребность в новых лингвокультурологических методах (или методиках) исследования фразеологии, создание которых, как представляется, требует разработки новой научной концепции фразеологического значения.

В главе II «Теория и метод лингвокультурологического моделирования фразеологического значения» формулируется центральная гипотеза исследования, разрабатывается интегрированный подход к отбору фразеологического материала, создается и описывается метод реконструкции глубинных (концептуальных) оснований фразеологического значения.

В настоящем исследовании для изучения проблемы интеракции концептосферы культуры и языка, а именно – для ее исследования с позиции того, как под воздействием концептосферы культуры образуются фразеологические знаки, выдвигается **центральная гипотеза** о том, что **фразеологическое значение есть результат межсемиотической транспозиции.**

Понятие «межсемиотическая транспозиция» было введено Р. Якобсоном для описания процесса перевода (концептуального) содержания вербальных знаков в невербальные знаковые системы (Якобсон 1978). Мы же используем данное понятие в отношении обратного перевода, т.е. перевода концептуального содержания различных семиотических областей культуры во фразеологические знаки. В нашем исследовании межсемиотическая транспозиция рассматривается как процесс, в результате которого происходит формирование фразеологического значения как культуурообусловленной сущности.

При разработке такого подхода к фразеологическому значению мы исходим из двух фундаментальных идей, интенсивно развиваемых в современном языкознании – идеи стратификации семантики и идеи моделируемости содержания фразеологических знаков. С опорой на эти идеи фразеологическое значение в настоящей работе рассматривается как моделируемое двухуровневое образование, в котором выделяются поверхностный, или собственно семантический, и глубинный, или

концептуальный уровни (Беляевская 2009). Семантический уровень может быть описан как совокупность сем (или, по В.Н. Телия, семантически предельных составляющих, семантических «примитивов», образующих макрокомпоненты фразеологического значения (Телия 1988: 19)). Концептуальный уровень фразеологического значения рассматривается как уровень основания фразеологического образа, которое возникает и формируется под воздействием концептосферы культуры. В работе выдвигается предположение о том, что **семантика фразеологизмов определяется концептуальным основанием образа фразеологического знака, которое является результатом межсемиотической транспозиции – «перевода» содержания концептосферы культуры, стоящего за ее невербальными знаками, в языковую форму.**

Изучение процесса межсемиотической транспозиции, в ходе которого образуется фразеологическое значение, выявляет необходимость разработки и использования нового подхода к отбору фразеологического материала.

В современных исследованиях фразеологии довольно строго соблюдается теоретическо-методологическая установка на применение лишь одного из двух существующих подходов к отбору фразеологического материала – структурного, или семантического. При структурном подходе отбираются фразеологизмы, **компоненты структуры** которых являются концептуально связанными, поскольку они соотносятся со знаками определенной семиотической области культуры. При семантическом подходе отбираются фразеологизмы, у которых концептуально связанными являются, соответственно, **компоненты семантики**. Однако для получения объективных данных о специфике процесса межсемиотической транспозиции необходимо изучение всех концептуально родственных фразеологизмов. На значимость соблюдения этого теоретическо-методологического условия указывает, в частности, В.Н. Телия, согласно которой фразеологизмы «могут быть “расшифрованы” в пространстве категорий культуры только на достаточно больших идеографических группировках, основанных на “сродстве” их концептуального содержания» (Телия 1996: 256). Отбор всех концептуально родственных фразеологизмов возможен только при параллельном использовании и структурного, и семантического подхода к отбору фразеологизмов. В диссертации на материале английских фразеологизмов, связанных с областью вербальной коммуникации, разрабатывается интегрированный подход к составлению исследовательского корпуса. Этот подход включает следующие этапы:

- на 1-ом этапе отбираются все английские фразеологизмы, в **структуре** которых есть указание на тот или иной аспект вербальной коммуникации, например: *to talk in circles* (букв. говорить кругами) – ‘тратить время зря на бессмысленные разговоры’.
- на 2-ом этапе проводится предварительная семантическая обработка отобранных фразеологизмов, в результате которой формируются два подкорпуса фразеологических знаков. Подкорпус А включает фразеологизмы, которые обозначают тот или иной аспект вербальной

коммуникации, например: *not breathe a word* (букв. не выдохнуть и слова) – ‘не рассказать никому о чем-либо секретном, не проговориться’. Подкорпус В содержит английские фразеологизмы, которые не обозначают вербальную коммуникацию, а описывают какие-либо другие явления, процессы и проч., например: *from the word go* (букв. от слова идет) – ‘с самого начала’.

- на 3-ем этапе отбираются все английские фразеологизмы, в **семантике** которых есть указание на вербальную коммуникацию, например: *on the carpet* (букв. находиться на ковре) – ‘подвергаться суровому выговору лица, обладающего властью’. Такие фразеологизмы формируют третий подкорпус языкового материала – подкорпус С.
- на 4-ом этапе происходит объединение фразеологического материала всех трех подкорпусов, позволяющее получить полное исчисление всех концептуально родственных фразеологизмов по компонентам их структуры (или образов) и семантики.

Дальнейшее исследование проводится с учетом всех трех подкорпусов (общий объем – свыше 2 тыс. фразеологизмов английского языка).

Применение интегрированного подхода к отбору фразеологического материала важно в теоретическом плане, поскольку он позволяет не только изучить специфику формирования трех основных типов концептуально родственных фразеологизмов, но и рассмотреть три главных разновидности процесса фразеологизации.

Первая разновидность процесса фразеологизации (подкорпус А) представляет собой процесс формирования фразеологических знаков, описывающих тот или иной аспект вербальной коммуникации, в образовании которых участвуют знаковые средства самой семиотической области вербальной коммуникации, а также знаковые средства других семиотических областей культуры. Примером является фразеологизм *to fish for compliments* – ‘to try to make someone praise you, often by criticizing yourself to them’ [CIDI] (рус. ‘занимаясь самокритикой, попытаться заставить других хвалить себя’), в образе которого компонент *compliments* (*комплименты*) указывает на семиотику вербальной коммуникации, а компонент *to fish for* (*удить/ловить рыбу*) на семиотику промысла.

Вторая разновидность процесса фразеологизации (подкорпус В) представляет собой процесс создания фразеологизмов, в котором также участвуют знаковые средства самой семиотической области вербальной коммуникации во взаимодействии со знаками других семиотических областей культуры, однако их значения описывают не вербальную коммуникацию, а другие явления действительности. Примером может служить фразеологизм *beyond description* – ‘to a great and astonishing extent’ [OxDE] (рус. ‘чрезвычайно, в крайней степени’), в образе которого компонент *description* (*описание*) указывает на семиотику вербальной коммуникации, а компонент *beyond* (*далеко, за пределами*) указывает на систему пространственной локализации как семиотическую область культуры.

Третья разновидность процесса фразеологизации (подкорпус С) представляет собой процесс формирования фразеологических знаков, обозначающих вербальную коммуникацию, но в образовании которых знаковые средства самой семиотической области вербальной коммуникации не участвуют. Примером является фразеологизм *be close to the bone*, значение которого – ‘telling the truth about a subject that people prefer not to think about, in a way that may offend or upset people’ [MED] (рус. ‘говорить правду, о которой люди предпочитают не думать, поскольку она может их задеть или расстроить’) формируется с опорой на знаковые средства, указывающие на характер физического повреждения и степень его опасности для здоровья (букв. *быть близко к кости*) и относящиеся, соответственно, к семиотической области медицины.

Межсемиотическая транспозиция, при которой формируется концептуальное основание образа фразеологизма, – комплексный процесс, который состоит из нескольких взаимообусловленных действий (или операций), осуществляемых личностным сознанием с опорой на чувственную сферу. Этими действиями являются: отбор концептуального содержания (из разных семиотических областей воплощения концептосферы культуры); его синтезирование; структурирование и, как итог – создание определенной целостной концептуальной модели фразеологической образности, обладающей неким (большим или малым) фразообразовательным потенциалом. Исходя из этого, на материале составленного корпуса английских фразеологизмов нами был разработан **метод лингвокультурологической реконструкции концептуальных моделей формирования фразеологизмов.**

Лингвокультурологическая реконструкция представляет собой набор методов и методологических приемов, с помощью которых осуществляется поэтапное восстановление всех концептуальных моделей, составляющих основания образов исследуемых английских фразеологизмов. Это главным образом такие методы и методологические приемы, как соотнесение компонентов фразеологизмов со знаками различных семиотических областей культуры, семиотический анализ, метод концептуального анализа (на базе данных обширного круга лексикографических источников, включая культурологические и энциклопедические словари), а также приемы логического вывода.

Отправной точкой в лингвокультурологической реконструкции является положение о том, что в любой модели можно выделить две взаимосвязанные части – то, что моделируется, и то, что моделирует. В рамках выбранного для анализа фразеологического материала, **моделируемой** является сама область вербальной коммуникации. Различные аспекты вербальной коммуникации в процессе фразеологизации (т.е. формирования фразеологизмов разных подкорпусов) могут репрезентироваться посредством других областей культуры, которые рассматриваются нами как **моделирующие** области. В соответствии с разработанным нами методом лингвокультурологической реконструкции

сначала реконструируется моделируемая часть, затем – то, что ее моделирует.

Моделируемая часть (вербальная коммуникация) является общей для всех исследуемых фразеологизмов. Ее реконструкция состоит из следующих последовательных процедур: 1) выявление всех знаковых средств семиотической области вербальной коммуникации, концептуальное содержание которых оказывается релевантным для процесса фразеологизации и подвергается процессу межсемиотической транспозиции (используется методологический прием соотнесения компонентов фразеологизмов со знаками семиотической области вербальной коммуникации). Например, в результате анализа фразеологизмов *to tell the world* и *a battle of words* выявляются знак-действие *to tell* и знак-объект *word*; 2) сведение всех выявленных знаковых средств вербальной коммуникации в определенные семиотические группы. Например, в ходе анализа такие знаки-объекты, как *praise, lie, advice* объединяются в семиотическую группу «Виды речи»; 3) обнаружение общих для каждой семиотической группы концептуальных составляющих (используется метод концептуального анализа). К примеру, проведенный анализ показал, что общей концептуальной составляющей для знаков-объектов *praise, lie, advice* является СЛОВА – ЭТО ДВИЖУЩИЕСЯ ОБЪЕКТЫ; 4) установление связей и отношений между всеми обнаруженными общими концептуальными составляющими, которое позволяет воссоздать концептуальную структуру «моделируемой части».

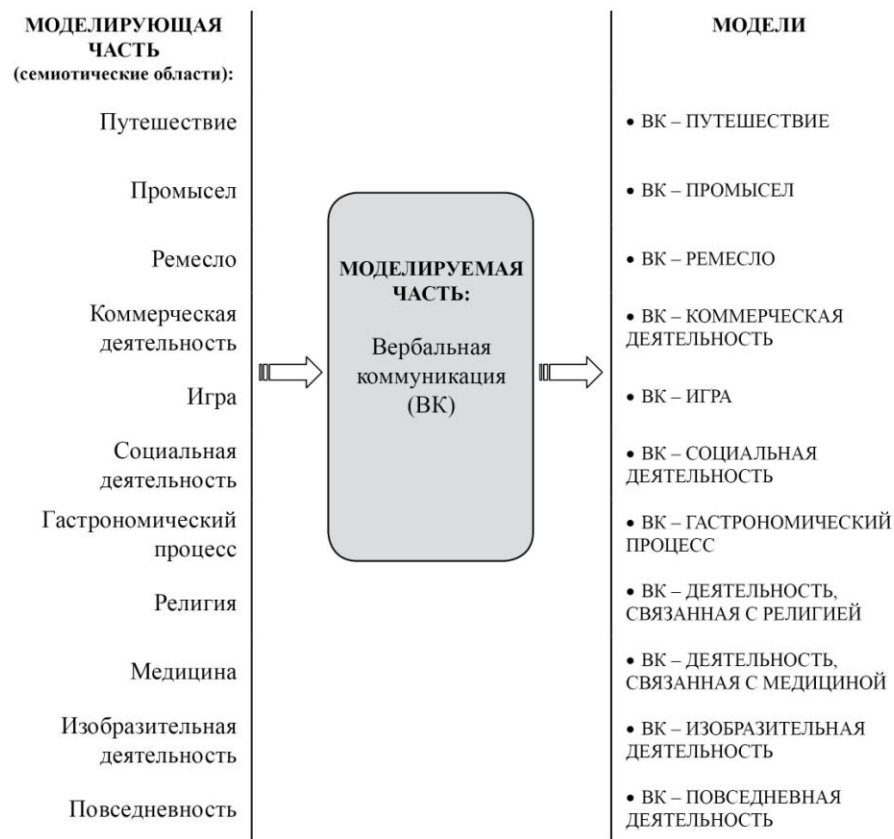
Согласно полученным результатам, эта структура представляет собой ряд обобщенных взаимообуславливающих концептуальных составляющих:

ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО СОБЫТИЕ В ПРОСТРАНСТВЕ И ВО ВРЕМЕНИ → КОММУНИКАНТ (ГОВОРЯЩИЙ/ПИШУЩИЙ) – ЭТО ДЕЯТЕЛЬ → СЛОВА – ЭТО ОБЪЕКТЫ → СЛОВА – ЭТО ДВИЖУЩИЕСЯ ОБЪЕКТЫ → СЛОВА – ЭТО ВМЕСТИЛИЩА → СЛОВА – ЭТО (НЕ)ЦЕННЫЙ РЕСУРС → (концептуальная метонимия: СОДЕРЖИМОЕ ВМЕСТО ВМЕСТИЛИЩА) → СОДЕРЖИМОЕ – ЭТО ОБЪЕКТ → СОДЕРЖИМОЕ – ЭТО ДВИЖУЩИЙСЯ ОБЪЕКТ → СОДЕРЖИМОЕ – ЭТО (НЕ)ЦЕННЫЙ РЕСУРС → КОММУНИКАНТ (СЛУШАЮЩИЙ/ЧИТАЮЩИЙ) – ЭТО ДЕЯТЕЛЬ-РЕЦИПИЕНТ.

Последующие шаги направлены на реконструкцию того, что моделирует область вербальной коммуникации в процессе фразеологизации. Эта реконструкция состоит из следующих последовательных процедур: 1) выявление всех знаковых средств, которые не относятся к вербальной коммуникации, но концептуальное содержание которых оказывается релевантным для процесса фразеологизации и подвергается процессу межсемиотической транспозиции (используется методологический прием соотнесения компонентов фразеологизмов со знаками, которые могут относиться к разным семиотическим областям культуры). Например, в результате анализа фразеологизма *to coin a phrase* выявляется знак-действие *to coin*; 2) обнаружение того, к какой конкретно семиотической области

культуры принадлежат выявленные знаковые средства (проводится семиотический анализ). Так, знак-действие *to coin* (чеканить, заниматься чеканкой) относится к ремеслу; 3) установление специфики воздействия концептуального содержания знаковых средств обнаруженных семиотических областей культуры на «моделируемую часть», в результате которого формируются целостные концептуальные модели. В итоге анализа было выявлено одиннадцать концептуальных моделей, составляющих основу образов и, соответственно, семантики всего исследовательского корпуса английских фразеологизмов. В самом общем виде результаты лингвокультурологической реконструкции представлены в схеме 1.

Схема 1. Результаты лингвокультурологической реконструкции моделей



К примеру, концептуальная модель **VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE** (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ) служит основанием образов следующих английских фразеологизмов: *to pay a compliment to someone* (букв. платить комплиментом кому-либо) – ‘выражать благодарность кому-либо’; *be economical with the truth* (букв. быть экономным с правдой / экономно использовать правду) – ‘не говорить всей правды’. Концептуальная модель **VERBAL COMMUNICATION IS GASTRONOMY** (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС) выступает источником продуцирования образов таких английских фразеологизмов, как *bitter truth* (букв. горькая правда) – ‘правда, которую

трудно принять, пережить’; *language that will fry bacon* (букв. язык, который поджарит бекон) – ‘сквернословие, ругательства’ и др.

Одним из значимых результатов лингвокультурологической реконструкции является обнаружение факта сложной внутренней организации концептуальных моделей, в соответствии с которой они могут определяться как **макрометафорические концептуальные модели**.

Проведение дальнейшего исследования с использованием разработанного метода позволяет убедиться в сложном внутреннем устройстве каждой из одиннадцати установленных моделей. Любая макрометафорическая концептуальная модель формируется по принципу постепенного усложнения, т.е. из элементарных составляющих образуются более сложные концептуальные структуры, из которых в свою очередь образуются все более и более сложные концептуальные сущности, и в итоге формируется макрометафорическая концептуальная модель. Так, в результате анализа макрометафорической концептуальной модели *VERBAL COMMUNICATION IS PLAY* (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ИГРА) происходит выделение сначала такой концептуальной метафорической структуры, как ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ИГРА-ПРЕДСТАВЛЕНИЕ. Эту концептуальную структуру можно далее последовательно разложить на три более частных концептуальных метафорических структуры: 1) ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ТЕАТРАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ (например, *to play to the gallery* (букв. играть на галерку/для публики на галерке) – ‘говорить о том, что способно вызывать восхищение у других и желание поддержать, а не о том, что является действительно важным’; 2) ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ТЕАТРАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ – ЭТО МАНИПУЛИРОВАНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ОБЪЕКТАМИ (например, *to take the wraps off* (букв. снимать покров/покрывало) – ‘рассекречивать’; 3) ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ТЕАТРАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ – ЭТО МАНИПУЛИРОВАНИЕ ДВИЖУЩИМИСЯ ОБЪЕКТАМИ (например, *to bring down the curtain* (букв. опускать занавес) – ‘положить конец расспросам, разговору и т.п.’). Из последней концептуальной составляющей можно также далее выделить более частную концептуальную структуру неметафорического характера МАНИПУЛИРОВАНИЕ ДВИЖУЩИМИСЯ ОБЪЕКТАМИ – ЭТО ИСКУСНОЕ ИЗМЕНЕНИЕ ИХ НАПРАВЛЕНИЯ, МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ и ОСВЕЩЕННОСТИ. Неметафорические концептуальные составляющие НАПРАВЛЕНИЕ, МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ и ОСВЕЩЕННОСТЬ тоже состоят из более частных элементов. Такими элементами, к примеру, концептуальной составляющей ОСВЕЩЕННОСТЬ являются СВЕТЛЫЙ (ЯРКИЙ) / ТЕМНЫЙ (ТУСКЛЫЙ). Ср., например, образы английских фразеологизмов *to put the best light on something* (букв. устанавливать лучшее освещение на что-либо) и *to steal the spotlight* (букв. украсть свет прожектора; ~ перевести свет от прожектора сцены с кого-либо на себя, оставив его в темноте). Эти концептуальные составляющие являются неразложимыми, а потому базисными. В настоящем исследовании они определяются как **архетипические концепты** (или концептуальные примитивы). Как показало

исследование, эти архетипические концепты представляют собой не только **структурное**, но и **содержательное начало** целостной макрометафорической концептуальной модели.

В общем, разработанный метод лингвокультурологической реконструкции позволяет прояснить вопрос о том, как протекает процесс межсемиотической транспозиции, в результате которого формируются концептуальные основания образов и в целом – значений фразеологизмов как культурно-языковых знаков; а также выявить их сложное концептуальное устройство, которое основано на взаимодействии некоего множества концептуальных составляющих концептосферы культуры, источником которых выступают знаки разных семиотических областей ее воплощения, и в соответствии с которым эти концептуальные основания формируют макрометафорические концептуальные модели.

Глава III «Креативность как фактор культурной обусловленности фразеологизмов» посвящена изучению двух лингвокультурных процессов – специфики создания фразеологии как подсистемы языка, способной отражать своеобразие мировидения лингвокультурного сообщества, и специфики ее использования в дискурсе как наиболее эффективного средства достижения определенной прагматической цели. Данная глава состоит из двух разделов.

В разделе **I «Фразеологическая креативность в системном аспекте»** исследуется креативный потенциал одиннадцати макрометафорических концептуальных моделей, обеспечивающих порождение английских фразеологизмов, связанных с различными аспектами вербальной коммуникации.

В современном языкознании понятие «креативность» трактуется по-разному в связи с различными подходами к исследованию этого феномена. Креативность может изучаться относительно языка вообще, например, в работах (Chomsky 1966), (Langacker 1987), но может также рассматриваться по отношению к отдельным знакам языка, их различным особенностям и аспектам, как когнитивный механизм создания слов, фразеологизмов, морфологических и синтаксических конструкций, текстов и дискурсов, стилистических приемов и проч., например, в работах (Kirshenblatt-Gimblett 1976), (Howden 1984), (Marle 1985), (Langlotz 2006), (Lehrer 2007); (Арутюнова 1990), (Лотман 1994), (Ноздрин 1997), (Позднякова 1999), (Болдырев 2002), (Кубрякова 2004), (Ирисханова 2004), (Степанов 2008), (Азарова 2008), (Постовалова 2009б), (Демьянков 2009б), (Заботкина 2012), (Фещенко 2012) и мн. др. Активная разработка этого понятия в различных отраслях языкознания приводит к возникновению новых терминологических обозначений видов креативности. Наряду с термином «лингвистическая креативность» появляются такие термины, как «синтаксическая креативность», «лексическая креативность», «просодическая креативность», «стилистическая креативность», «дискурсивная креативность», «семантическая креативность», «морфологическая креативность» и «идиоматическая креативность». В настоящем исследовании разрабатывается

понятие **фразеологической креативности** в рамках лингвокультурологического подхода.

Исходя из непосредственной связи креативности с тремя основополагающими понятиями лингвокультурологического направления во фразеологии – «личность», «сознание», «образ/образность» нами разрабатываются два взаимосвязанных понимания фразеологической креативности, которые определяют два релевантных аспекта ее лингвокультурологического изучения: системный и дискурсивный.

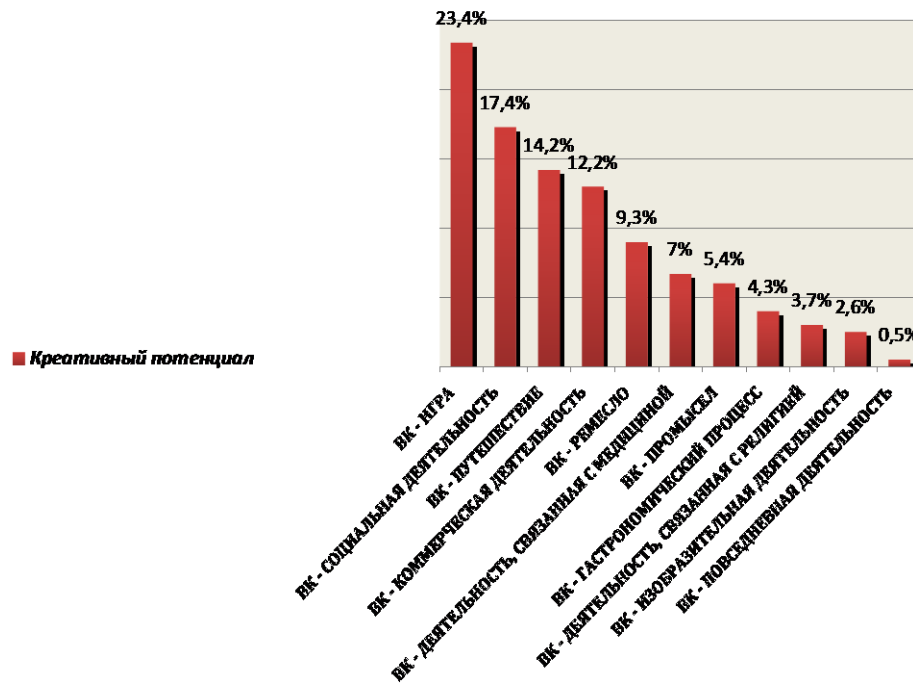
С позиции системного аспекта, фразеологическая креативность понимается как способность макрометафорических концептуальных моделей, реализуемая коллективной личностью (или коллективным сознанием), **системно порождать фразеологические образы** и, соответственно, фразеологические знаки, в результате чего формируется **фразеология как культурно обусловленная подсистема языка**.

С позиции дискурсивного аспекта, фразеологическая креативность понимается как способность макрометафорических концептуальных моделей, реализуемая индивидуальной личностью (или индивидуальным сознанием), к **коммуникативной адаптации фразеологических образов** и, соответственно, фразеологизмов как знаков богатого культурного содержания к **прагматическим задачам построения определенного дискурса**.

В результате анализа были установлены три основных параметра изучения фразеологической креативности в системном аспекте: количественный, качественный и динамический.

Согласно **количественному параметру**, макрометафорические концептуальные модели могут порождать определенное количество фразеологических образов и, соответственно, фразеологических знаков. Как показало исследование, в английском языке наиболее фразеологически креативной по этому параметру является макрометафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS PLAY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ИГРА). Она представляет собой источник образности более 480 изучаемых английских фразеологизмов, например: *to play cards close to one's chest* (букв. играть в карты, держа их около груди) – 'не говорить о своих намерениях'. Наименее фразеологически креативной оказывается макрометафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS EVERYDAY ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ПОВСЕДНЕВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ). Ею продуцируются только около 10 английских фразеологизмов, например: *to sweep something under the carpet* (букв. заметать что-либо под ковер) – 'скрывать что-либо'. Сводные данные о фразеологической креативности всех рассматриваемых макрометафорических концептуальных моделей по количественному параметру представлены в диаграмме 1.

**Диаграмма 1. Фразеологическая креативность моделей:
количественный параметр**



Изучение **качественного параметра** фразеологической креативности макрометафорических концептуальных моделей позволяет определить то, какие именно фразеологические образы порождаются той или иной моделью и насколько они (т.е. образы) являются дифференцированными и гетерогенными (или разнообразными).

В результате исследования того, как дифференцируются фразеологические образы вербальной коммуникации в рамках той или иной модели, были установлены все возможные фазы их дифференциации. Полученные в ходе анализа данные регистрировались в специально разработанной карте дифференциации, которая составлялась отдельно для каждой макрометафорической концептуальной модели на основе изучения всех фразеологических образов, которые она продуцирует. Карта дифференциации позволяет наглядно отражать следующую релевантную информацию: 1) сколько фаз дифференциации имеют образы вербальной коммуникации, основанные на той или иной макрометафорической концептуальной модели; 2) сколько подгрупп фразеологических образов выделяется в рамках каждой фазы; 3) какие аспекты той или иной области культуры оказываются наиболее значимыми для процесса фразеологизации.

Так, при исследовании всех фразеологических образов, порождаемых макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ), были выявлены четыре фазы их дифференциации. Например, на первой фазе их дифференциации устанавливаются следующие две подгруппы образов, непосредственно отражающие то, какие конкретно аспекты коммерческой деятельности оказались значимыми для процесса фразеологизации:

- Образы, в которых вербальная коммуникация предстает как коммерческая операция с товаром, например: *to give/pay lip service to someone* (букв. оказать/предоставить губную услугу кому-либо) – ‘сказать о своей поддержке идеи или плана, но никак не помогать в ее или его реализации’; *good advice is beyond price* (букв. хороший совет является бесценным/слишком дорогим) – ‘доброму совету цены нет’; *to give and take* (букв. давать и брать) – ‘обмениваться мнениями’;
- Образы, в которых вербальная коммуникация предстает как коммерческая операция с денежными/расчетными средствами, например: *to say/describe/disclose in summary* (букв. сказать/описать/раскрыть суммарно) – ‘сообщать только главное’; *be lavish in one's praises* (букв. чрезмерно расходовать свои слова похвалы) – ‘расточать похвалы’; *to lend one's name to something* (букв. дать займы (под проценты) свое имя) – ‘разрешить воспользоваться своим именем, оказать поддержку чему-либо’.

Общее количество подгрупп, выделяемых на всех четырех фазах дифференциации фразеологических образов, продуцируемых данной макрометафорической концептуальной моделью, составляет 26.

Сопоставление результатов, представленных в карте дифференциации по каждой макрометафорической концептуальной модели, позволяет заключить следующее: **чем больше фаз дифференциации** фразеологических образов, **чем больше подгрупп** фразеологических образов можно выделить в рамках каждой фазы и, соответственно, в целом у той или иной макрометафорической концептуальной модели, **тем более креативной** она является.

Далее исследовалась степень гетерогенности фразеологических образов на основе их сравнении в рамках каждой фазы дифференциации. Как оказалось, в рамках одной и той же фазы дифференциации (первой, второй и т.д.) фразеологические образы разных моделей могут обладать разной степенью «близости». Например, первая фаза дифференциации фразеологических образов, основанных на макрометафорической концептуальной модели VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ПУТЕШЕСТВИЕ) включает в себя следующие три подгруппы образов:

- Образы, в которых вербальная коммуникация предстает как движение (перемещение) объекта в пространстве, например: *the story goes that* (букв. рассказ идет так/идет таким образом) – ‘говорят, что’; *ill news flies fast* – ‘плохая молва на крыльях летит’; *to get/catch someone's drift* (букв. попасть в/поймать чье-либо течение) – ‘понимать то, о чем кто-либо говорит’;
- Образы, в которых вербальная коммуникация предстает как местоположение объекта в пространстве, например: *on the tongues of men* (букв. на языках людей) – ‘у всех на устах’; *beneath criticism* – ‘ниже всякой критики’; *beyond praise* (букв. вне/за пределами похвалы) – ‘выше всяких похвал’;

- Образы, в которых вербальная коммуникация предстает как расстояние в пространстве, например: *a far cry* (букв. далекий крик) – ‘сильно отличаться от чего-либо’; *it’s a long story* (букв. это долгий рассказ, т.е. предполагающий движение на большое расстояние) – ‘ответ на определенный вопрос мог бы быть длинным и сложным’.

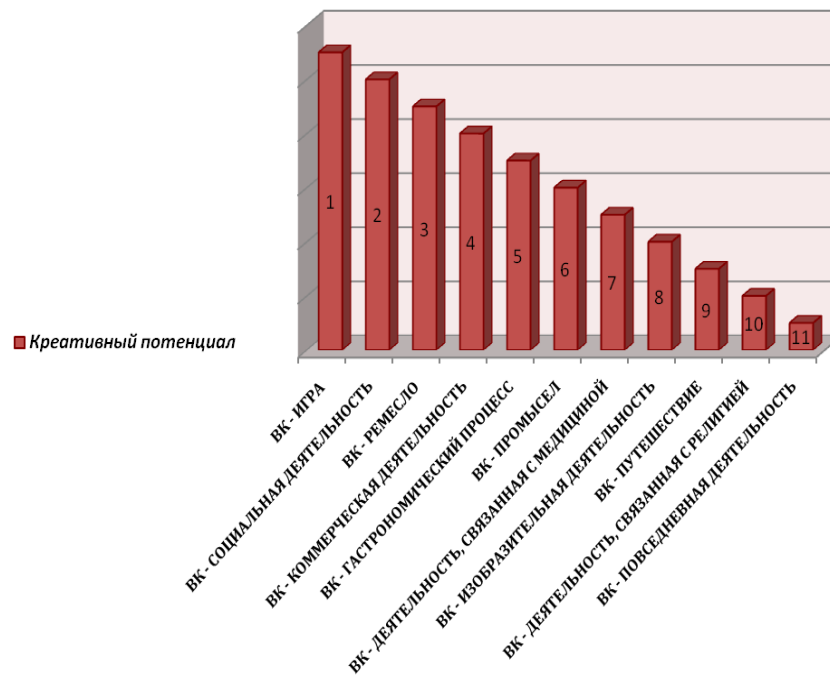
Обращает на себя внимание тот факт, что фразеологические образы вербальной коммуникации как путешествия на первой фазе их дифференциации характеризуются значительной степенью близости (или, иначе говоря, незначительной степенью гетерогенности). Несмотря на их отнесенность к трем разным подгруппам, восприятие вербальной коммуникации как движения (или перемещения), местоположения и расстояния в пространстве настолько тесно связаны, что в ряде случаев отнести определенный фразеологический образ только к одной из выделенных подгрупп представляется в известной мере затруднительным. В свою очередь, фразеологические образы, продуцируемые макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS TRADE/COMMERCE (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ), на первой фазе их дифференциации (рассмотренной ранее) отличаются большей степенью гетерогенности, поскольку, несмотря на то, что операции с товаром и операции с финансовыми средствами – это две стороны одного коммерческого процесса, они принадлежат двум достаточно разным видам коммерческой деятельности.

В ходе сопоставления всех фразеологических образов разных фаз их дифференциации у каждой из одиннадцати макрометафорических концептуальных моделей нами были установлены следующие степени их гетерогенности: максимальная, значительная, относительная, незначительная, минимальная. На основании выделенных степеней можно говорить о том, что та или иная фаза дифференциации обладает **определенным фоном креативности**. В настоящем исследовании выделяются, соответственно, пять основных фонов креативности – очень высокий, высокий, средний, низкий и спокойный фон. Например, возвращаясь к двум описанным выше макрометафорическим концептуальным моделям, можно сказать, что первые фазы дифференциации продуцируемых ими фразеологических образов обладают средним и высоким фоном креативности, соответственно.

Все полученные нами данные позволяют в итоге заключить, что **чем выше фон креативности** у той или иной фазы дифференциации фразеологических образов и **чем больше таких фаз, тем более креативной** является та или иная макрометафорическая концептуальная модель.

Таким образом, с учетом специфики дифференциации фразеологических образов и степени их гетерогенности как основных критериев качественного параметра креативности определяется креативный потенциал каждой (из одиннадцати) макрометафорической концептуальной модели. Сводные данные представлены в диаграмме 2.

Диаграмма 2. Фразеологическая креативность моделей:
качественный параметр



Согласно **динамическому параметру**, в ходе развития культуры и языка макророметифорические концептуальные модели могут служить источником порождения новых фразеологических знаков. Для изучения фразеологической креативности с этой позиции потребовалось обращение к словарям неологизмов, а также к тем лексикографическим изданиям, в которых содержатся разделы по неологии или приводится информация о времени появления того или иного фразеологического знака в английском языке. В качестве таких лексикографических источников в настоящей работе было использовано восемь словарей, среди которых *The Oxford English Dictionary online*, *The Merriam-Webster's Dictionary online*, *The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English*, *The International Dictionary of Neologisms* и др.

Общее количество рассмотренных и проанализированных неологизмов и новых вокабул и подвокубал составляет около 112 тыс. единиц, из которых было отобрано более 450 фразеологических неологизмов, описывающих вербальную коммуникацию в английском языке. Все отобранные единицы датированы периодом с 1950 года по вторую половину 2013 года. В ходе изучения отобранных языковых знаков было установлено, что наиболее активными в продуцировании новых образов английских фразеологизмов среди всех являются следующие макророметифорические концептуальные модели:

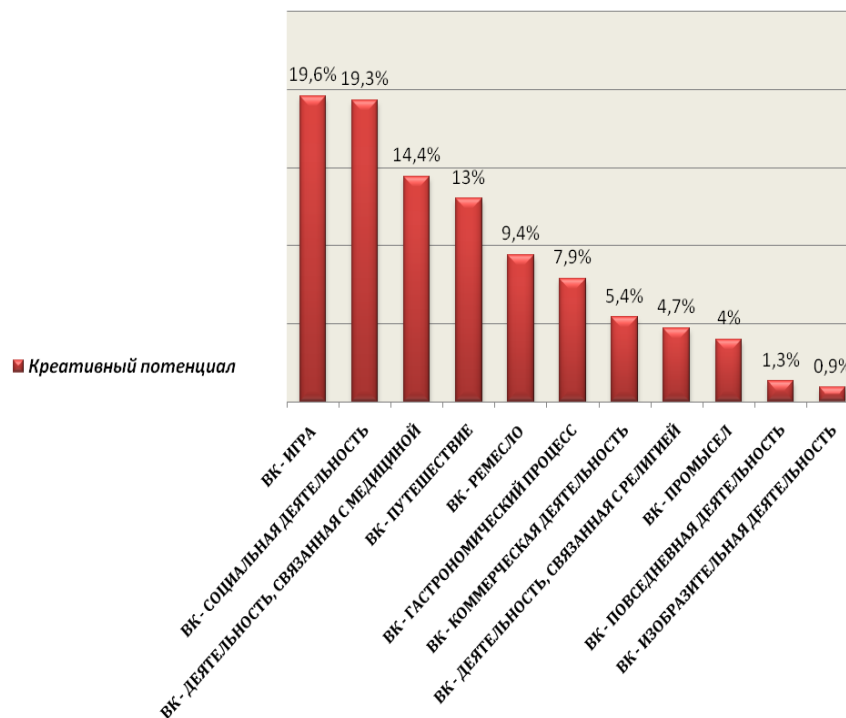
- VERBAL COMMUNICATION IS PLAY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ИГРА), например: *to mark one's card* (букв. пометить свои карты) – ‘информировать; предупреждать’ (1956) [CNPDSUE]; *Punch and Judy*

(букв. Панч и Джуди) – ‘обман; неправдоподобный рассказ’ (1992) [CNPDSUE].

- VERBAL COMMUNICATION IS SOCIAL ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО СОЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ), например: *so September 10* (букв. вот такое десятое сентября) – ‘излагать идеи, которые имели значение или были полезными до, а не после террористических актов 11 сентября’ (2001) [WS]; *to blow the whistle on* (букв. свистеть в свисток на кого-либо) – ‘доносить’ [DBS].
- VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С МЕДИЦИНОЙ), например: *information fatigue* (букв. информационное утомление) – ‘апатия, безразличие, или эмоциональное истощение, возникающее под воздействием большого количества информации, в особенности (в более позднем употреблении) стресс, вызванный попыткой усвоить чрезмерное количество информации из СМИ, Интернета, или на работе’ (1991) [OED]; *text message injury* (букв. рана, нанесенная текстовыми сообщениями) – ‘форма перенапряжения или заболевания в результате длительного повторения однотипных движений большого пальца руки, чтобы напечатать тестовое сообщение в мобильном телефоне’ (2001) [WS].

Сводные данные о фразеологической креативности всех макрометафорических концептуальных моделей по динамическому параметру представлены в диаграмме 3.

Диаграмма 3. Фразеологическая креативность моделей: динамический параметр



Особо примечательным представляется установленный в ходе исследования факт активизации макрометафорической концептуальной

модели VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С МЕДИЦИНОЙ) в создании новых фразеологических знаков английского языка. То, что восприятие вербальной коммуникации как деятельности, связанной с медициной, занимает сегодня одно из доминантных положений в коллективном сознании англоязычного социума, свидетельствует не только о переосмыслении значимости вербальной коммуникации в культурной жизни сообщества, но и об актуализации понимания того (опасного) воздействия, которое она может оказывать на ее представителей в новых условиях современной жизни, ультра-информационной и высокотехнологичной.

В общем, изучение динамического параметра фразеологической креативности макрометафорических концептуальных моделей позволяет расширить представление о том, как и насколько реализуется креативный потенциал каждой модели в обогащении английской языковой системы, меняющейся под воздействием новых реалий культуры англоязычного сообщества.

Таким образом, согласно проведенному исследованию, креативный потенциал одиннадцати макрометафорических концептуальных моделей в создании фразеологических знаков английского языка, представляющих вербальную коммуникацию, может по-разному проявляться с позиции его количественного, качественного и динамического параметров. Однако каждый из рассмотренных параметров вносит свой весомый вклад в общую картину специфики формирования фразеологии как культурно обусловленной подсистемы естественного языка.

В разделе II «Фразеологическая креативность в дискурсивном аспекте» изучается специфика реализации креативного потенциала одиннадцати макрометафорических концептуальных моделей в дискурсивном функционировании фразеологических знаков, созданных на их базе.

Основным ресурсом для исследования фразеологической креативности одиннадцати макрометафорических концептуальных моделей является Британский национальный корпус в двух электронных изданиях – BNC XML edition и BNC Baby, а также интернет-сайты англоязычных СМИ (The BBC, The Guardian, The Times и др.). Общий объем отобранного для анализа языкового материала составил свыше 15 тыс. дискурсивных употреблений рассматриваемых английских фразеологизмов. В центре внимания находились модификации изучаемых английских фразеологизмов в дискурсе.

Исследованию модификаций фразеологизмов в различных текстах и дискурсах посвящено значительное количество работ. Укажем лишь на некоторые из них: (Жуков 1965), (Кунин 1970, 1996), (Телия 1972, 1996), (Бондаренко 1995), (Schenk 1995), (Nicolas 1995), (Мелерович, Мокиенко 2001), (Добровольский 2007), (Мёд 2007), (Omazić 2008), (Ковшова 2009), (Дронов 2010), (Мокиенко 2012). Отдельно следует отметить, что с позиции проблемы креативности различные модификации (или варьирование) фразеологизмов в дискурсе анализировались, в частности, в работах (Carter 2004), (Langlotz 2006), (Moreno 2007).

В отличие от существующих подходов, мы полагаем, что любые модификации фразеологизмов представляют собой факты реализации креативного потенциала макрометафорических концептуальных моделей в создании коммуникативно адаптированных и прагматически ориентированных форм фразеологизмов в процессах дискурсообразования. При этом особо подчеркнем, что всякая модификация фразеологизма – это модификация, которую исходно претерпевает его **образ**.

Изучение всех выявленных в дискурсе модификаций исследуемых английских фразеологизмов позволило установить ряд стратегий коммуникативной адаптации их образов к дискурсу. К числу основных стратегий, выделенных в настоящей работе, относятся следующие: 1) «Встраивание»; 2) «Приращение»; 3) «Пере-композиция»; 4) «Разбиение»; 5) «Комбинирование».

Стратегия коммуникативной адаптации «Встраивание» представляет собой внутри-позиционное расширение образа фразеологизма, при котором создаются его различные модификации в ходе построения дискурса. Согласно полученным данным, в базовый фразеологический образ может встраиваться не только один дополнительный компонент, но и несколько дополнительных компонентов, а также целая фраза, например:

- *to bang a drum* (букв. ударять/бить в барабан) > *to bang a **big** drum* (букв. ударять/бить в большой барабан) (BNC, AND: 24);
- *to make conversation* (букв. делать/изготавливать/создавать разговор) > *to make **polite, nondescript** conversation* (букв. делать/изготавливать/создавать вежливый, неинтересный разговор) (BNC, H8H: 1008).

Стратегия коммуникативной адаптации «Приращение» представляет собой препозиционное и/или постпозиционное расширение образа фразеологизма, при котором создаются его новые модифицированные формы в дискурсе, например:

- *sweet words* (букв. сладкие слова) > *a **couple** of sweet words* (букв. пара сладких слов) (BNC, ADY: 80);
- *to cross swords* (букв. скрещивать шпаги/мечи) > *to cross swords **several times, generally to Tilly's disadvantage*** (букв. скрещивать шпаги/мечи несколько раз, обычно с поражением/проигрышем для Тилли) (BNC, AE8: 625).

Как стратегия коммуникативной адаптации «Пере-композиция» представляет собой намеренное изменение порядка расположения компонентов в базовой форме образа фразеологизмов по отношению друг к другу. Исследование показало, что изменение порядка расположения компонентов в базовой форме образа английских фразеологизмов обычно сопровождается одновременным добавлением к ней дополнительных компонентов, например:

- *to read (something) between the lines* (букв. читать что-либо между строк) > ***between the lines they read plainly*** (букв. между строк они ясно прочитали) (BNC, K85: 1678);
- *to pay a compliment (to somebody)* (букв. платить комплиментом кому-либо) > ***too great a compliment to pay*** (букв. слишком огромный комплимент, которым можно заплатить) (BNC, FSP: 720).

Стратегия коммуникативной адаптации «Разбиение» является намеренным нарушением целостности базовой формы образа фразеологизма,

которое, как было установлено, приводит в большинстве случаев к созданию на основе одного базового фразеологического образа двух альтернативных образов и, соответственно, двух новых фразеологизированных выражений, например:

- *to rise to the bait* (букв. подняться на поверхность воды, чтобы поймать крючок с наживкой) > *to bait someone* (букв. ловить кого-либо на крючок с наживкой) и *someone rises nicely* (букв. кто-либо сразу поднимается на поверхность воды).

Стратегия коммуникативной адаптации «Комбинирование» – это интегрирование нескольких фразеологических образов в процессе построения дискурса. При этом, согласно полученным данным, интегрированию подлежат фразеологические образы, которые порождаются как одной и той же макрометафорической концептуальной моделью, так и разными макрометафорическими концептуальными моделями, например:

- *to talk around + to come to the point* > *Why was she conspiring with him to talk around the subject rather than come to the point?* (BNC, G15: 2234) – Почему она вынуждала его говорить не по сути, а ходить вокруг да около?
- *until one is blue in the face + to hammer something home* > *and we're gonna keep saying these things until we're blue in the face, as well as keep on hammering that message home Mr Mayor <...>* (BNC, J78: 64) – и мы должны продолжать говорить эти вещи до полного изнеможения, так же как и продолжать упорно убеждать в этом м-ра Мэра <...>.

В первом случае оба фразеологических образа продуцируются одной и той же моделью, а именно – VERBAL COMMUNICATION IS JOURNEY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ПУТЕШЕСТВИЕ). Во втором случае фразеологические образы порождаются разными моделями – VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С МЕДИЦИНОЙ) и VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО РЕМЕСЛО), соответственно.

Особо значимым представляется выявленный в ходе исследования факт того, что все дискурсивные модификации фразеологизмов, созданные посредством разных коммуникативных стратегий, **не выходят за пределы порождающих базовую форму их образов макрометафорических концептуальных моделей**. В дискурсе базовые формы образов английских фразеологизмов модифицируются посредством двух основных типов дополнительных компонентов: либо компонентов, относящихся к вербальной коммуникации, либо компонентов, относящихся к другому полюсу модели (т.е. к области путешествия, промысла, ремесла и т.д.).

Кроме того, как было установлено, благодаря макрометафорическим концептуальным моделям между всеми добавляемыми компонентами и получаемыми на их основе дискурсивными модификациями фразеологизмов устанавливаются отношения **концептуальной когерентности**. Эти отношения проявляются главным образом в том, что к какой бы области ни относились добавляемые (или новые) компоненты – к вербальной коммуникации, или к путешествию, ремеслу, игре и т.д. – во всех случаях происходит прежде всего усиление фразеологической образности, которое сопровождается выдвиганием

конкретных (новых) семантических аспектов в содержании фразеологизма. Это выдвижение, в свою очередь, оказывает существенное воздействие на организацию информационного поля дискурса и способствует достижению той прагматической цели, которая лежала в основе его построения.

Таким образом, с учетом всех полученных результатов можно сделать заключение о том, что макрометафорические концептуальные модели – это «живые» структуры, креативный потенциал которых позволяет им определенным образом «управлять» дискурсивным использованием фразеологизмов.

Глава IV «Информационная организация фразеологизмов как фактор их культурной детерминированности» посвящена изучению различных типов культурной информации, которые сохраняются во фразеологических знаках, и специфики их организации и актуализации в конкретных фразеологизмах. Данная глава состоит из двух разделов.

Раздел I «Фразеологические знаки как накопители и хранители культурной информации» посвящен рассмотрению фразеологического знака как элемента (или «механизма») культурной памяти, определению основных типов культурной информации, которые способны сохраняться и проявляться в содержании фразеологизмов, а также разработке методики лингвокультурологического декодирования и интерпретации культурной информации, основанной на анализе глубинных (концептуальных) оснований значения фразеологических знаков.

В известной мере общепризнанным на сегодняшний день является факт существования, помимо индивидуальной, надиндивидуальной памяти. Феномен надиндивидуальной памяти занимает одно из центральных положений в современной науке, и в разных терминологических вариантах он исследуется в работах (Моль 1973), (Duby 1980), (Halbwachs 1980), (Namer 1987), (Cassirer 1992), (Федотов 1993), (Библер 1997), (Трубецкой 2000), (Лотман 2001), (Ассман 2004), (Kirk 2005), (Черносвитов 2009) и многих других. Одним из первых к изучению феномена надиндивидуальной памяти в рамках отношений «память – культура» обращался Ю.М. Лотман. Занимаясь разработкой понятия культурной памяти, Ю.М. Лотман выделяет ряд ее существенных характеристик, которые ложатся в основу проводимого нами исследования. В тезисном изложении это следующие характеристики: «память не склад информации, а механизм ее регенерирования»; «смыслы в памяти культуры не “хранятся”, а растут»; культурной памяти свойственны два взаимосвязанных процесса – актуализация и деактуализация; культурная память селективна (т.е. в культурную память попадает лишь то, что представляет определенную ценность для того или иного сообщества, т.е. то, что стоит или необходимо запомнить); языковые знаки обладают наиболее высокой степенью концентрации культурной памяти (Лотман 2001).

С опорой на данные положения Ю.М. Лотмана мы рассматриваем фразеологические знаки в качестве особых элементов или механизмов культурной памяти, благодаря которым осуществляется процесс сохранения и накопления селективной культурной информации, т.е. информации,

отражающей наиболее ценный и релевантный опыт постижения мира тем или иным лингвокультурным сообществом. Учитывая тот факт, что непосредственным «местом» сращения фразеологизма с культурой (источком его создания) является его глубинное (концептуальное) основание, представляющее собой макрометафорическую концептуальную модель, мы полагаем, что именно **макрометафорические концептуальные модели фразеологической образности** – это тот идеальный (когнитивный) субстрат, благодаря которому происходит закрепление и приращение со временем культурно значимой информации во фразеологическом знаке. Мы также считаем, что сохраняемая макрометафорическими концептуальными моделями культурная информация может быть в известной мере деактуализирована. Однако под деактуализацией культурной информации мы понимаем не утрату ее актуальности, а ее (в известной мере) неосознаваемое (или латентное) «присутствие» в сознании представителей той или иной лингвокультуры при использовании ими фразеологической подсистемы языка.

Одной из первых к разработке теоретических оснований и методологических приемов/принципов изучения фразеологического знака с позиции наличия в его содержании различных слоев/пластов культуры, культурной информации (культурных смыслов) обратилась В.Н. Телия. По мнению В.Н. Телия, хранящаяся во фразеологизмах культурная информация отражает разные (от древнейших до современных) формы осознания мира. Особое внимание этому вопросу уделяется и в исследованиях М.Л. Ковшовой (Ковшова 2009, 2012), Е.Г. Беляевской (Беляевская 2010).

Опираясь на разрабатываемый нами подход к пониманию концептосферы культуры, в рамках которого выделяются несколько основных (или глобальных) типов культурной информации, представляющих ее ценностное содержание, мы полагаем, что они (т.е. эти типы) составляют и глубинное содержание фразеологического знака, поскольку последний формируется в результате межсемиотической транспозиции, т.е. под воздействием концептосферы культуры. Другими словами, макрометафорические концептуальные модели – глубинные, культурообусловленные основания значения фразеологизмов – являются носителями постепенно накапливаемых в них следующих типов чувственной и интеллектуальной информации: **эмоционально-чувственной, этической и эстетической информации; архетипической, мифологической, религиозной, философской и научной информации.**

Данные типы культурной информации образуются вследствие соответствующих форм переживания и осмысления человеком мира – эмоционально-чувственного, душевного и эстетического переживания; архетипического, мифологического, религиозного, философского и научного осмысления (Зыкова 2011). Эти формы переживания и осмысления мира являются, однако, не только источниками культурной информации, **они определяют ее организацию во фразеологических знаках, создавая соответствующие информационные слои в их глубинном содержании.** Иначе говоря, культурная информация, сохраняемая в макрометафорических

концептуальных моделях образов фразеологизмов, имеет своего рода иерархическую организацию (см. схему 2).

Схема 2. Фразеологическое значение и основные типы содержащейся во фразеологическом знаке культурной информации



При этом особо подчеркнем, что иерархичность рассматривается нами в данном случае как такая взаимосвязь всех типов культурной информации, при которой один из типов культурной информации, создавая предпосылки для формирования другого типа, одновременно связан со всеми остальными типами культурной информации.

Следует отметить, что декодирование и интерпретация всех информационных типов или слоев – процесс крайне трудоемкий, требующий обращения к широкому кругу источников разного рода (справочных, исторических, литературных, культурологических и проч. материалов). Кроме того, для декодирования каждого типа культурной информации требуется использование разных методологических приемов. Однако в целом предлагаемая нами методика лингвокультурологического декодирования основана на проведении следующих основных аналитических операций:

- рассмотрение специфики каждой формы переживания и осмысления мира, служащей источником определенного типа культурной информации;
- анализ традиционных (классических, канонических, общепризнанных и под.) письменных памятников или литературных источников, в которых фиксируются (отражаются, раскрываются) результаты той или иной формы осмысления или переживания какого-либо явления определенным национальным или лингвокультурным сообществом, а тж. рассмотрение исторических фактов;
- анализ символических (сакральных, сакрально-символических) смыслов знаковых средств той или иной области культуры, ставших релевантными для процесса межсемиотической транспозиции и формирования фразеологических знаков;

- изучение специфики функционирования фразеологизмов в современном дискурсе.

В качестве иллюстрации приведем описание мифологической информации, передаваемой в английском фразеологизме *to raise/lift the curtain* (букв. поднимать занавес) – ‘обнародовать, предавать гласности секретную или новую информацию’, получаемое в результате ее декодирования посредством разработанной в настоящем исследовании методики.

Образ данного английского фразеологизма порождается макрометафорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS PLAY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ИГРА), в такой ее разновидности, как THEATRICAL PLAY (ТЕАТРАЛЬНАЯ ИГРА). Мифологическая информация, сохраняемая макрометафорической концептуальной моделью образа фразеологизма *to raise/lift the curtain*, касается в первую очередь древнейших магических практик, фетишистских и анимистических воззрений, в рамках которых неодушевленные объекты наделяются магическими свойствами, и происходит одухотворение объектов мира, соответственно. В качестве таких объектов в образе английского фразеологизма непосредственно выступает *curtain* (занавес) и опосредованно – *stage* (сцена).

Особые – магические – свойства *curtain* усматриваются в выполнении им прежде всего функции обособления некоего замкнутого пространства (сцены) от внешнего окружения. Причем, это отграничение является не только пространственным, но и временным. Функция хронотопического обособления, осуществляемая занавесом в ходе театральной игры, несет в себе целый ряд архаичных сакральных смыслов, восходящих к древнейшим культам, обрядам и ритуалам (Хёйзинга 1997). Прежде всего, это культы языческих германо-скандинавских богов плодородия и древнейшие ритуалы жертвоприношения как сакрального мимезиса акта творения мира. Сакрализация предметов, выполняющих функцию аналогичную той, что выполняет занавес, сопровождается наделением их определенной символикой. Они символизируют скрытое знание, тайну, иллюзию материального мира. Однако то, что скрывает, может и раскрывать (СС; DS 1996). В связи с этим можно говорить о том, что, по всей вероятности, высшим – символическим – смыслом *curtain* (занавеса), нашедшего отражение в глубинном основании образа данного английского фразеологизма, является его восприятие как предмета, определяющего своего рода грань между видимостью и сутью. В рамках рассматриваемого фразеологического образа *curtain* выступает и как символ защиты, а также как символ временных и пространственных пределов ценностного действия (вербальной коммуникации как игры, в частности) (DT).

Кроме того, определенными сакральными смыслами, берущими начало в архаической культуре, обладает и само отделяемое занавесом место – *stage* (сцена). *Stage* (сцена) как отгороженное (игровое) пространство в рамках мифологического осмысления воспринимается как одухотворенное и освященное место. В своем глубинном архаичном толковании это место

сакрального действия, (изначально) синкретичный характер которого позволял его участникам не только объединять жизнь природы (или космоса) со своей жизнью, но и выражать через себя ее (или его) высшие силы. Отсюда сцена – это место, где совершается таинство (происходит «слияние» с «иной» реальностью) и где реализуется (глобальная) установка на всеобщность его (т.е. этого таинства) постижения. Ее открытость, обеспечиваемая поднятием занавеса – *to raise/lift the curtain*, предоставляет доступ к «сокровенному», приобщает к нему, делает его всеобщим достоянием (см. значение фразеологизма – ‘обнародовать, предавать гласности секретную или новую информацию’).

Одной из отличительных особенностей предлагаемой в настоящей работе методики лингвокультурологического декодирования разнотипной культурной информации, содержащейся в глубинном основании фразеологизмов, является возможность ее применения в отношении не только отдельного фразеологического знака, но и некоего множества фразеологических знаков, продуцируемых одной и той же макрометафорической концептуальной моделью. В качестве демонстрации приведем небольшой фрагмент философской информации, полный объем которой сохраняется в макрометафорической концептуальной модели *VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT* (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО РЕМЕСЛО), но отдельные составляющие которой активизируются в разных английских фразеологизмах, порождаемых этой моделью.

Как показало исследование, в культуре англоязычного сообщества существенное влияние на развитие философского восприятия вербальной (словесной) деятельности как «ремесленной» деятельности в высшем ее понимании – особого всеохватывающего созидательного процесса, оказали древнегреческие философы, положившие начало философской концепции о Логосе. По результатам проведенного исследования можно сказать, что философские представления о Слове-Логосе являются наиболее значимыми в философском слое глубинного основания образов всех рассматриваемых английских фразеологизмов, при этом особой значимостью обладают два его аспекта – онтологический и гносеологический (АФ; ИФ; НФС; CDP; DPh). Их рассмотрение позволило выявить наиболее релевантные философско-онтологические и философско-гносеологические смыслы. К примеру, с философско-онтологической позиции, Слово-Логос – это многосущностное явление, совмещающее в себе различные противоположности. Прежде всего, это животворящая субстанция бытия. Его сущность проявляется непосредственно в демиургической функции. Слово-Логос есть одновременно генезис бытия, само (разумное) бытие, сущность и форма бытия; оно есть творящий (высший/низший) разумный субъект, творимый объект (в целостности и в отдельных его составляющих), «материя/материал» (или вещество) и инструмент, из которого и посредством которого осуществляется (со)творение. Данные смыслы сохраняются в рассматриваемой макрометафорической концептуальной модели и активизируются в различных порождаемых ею фразеологизмах. Например, в

образе английского фразеологизма *a men of letters* (букв. люди/мужчины, (состоящие/сотворенные) из букв), означающего ‘писатели, литераторы, ученые’, отражается словесная сущность, вербальная природа (натура, естество) создаваемого – человека, сообщества, т.е. активизируются глубинные философско-онтологические смыслы, восходящие к Слову-Логосу как генезису бытия, животворящей субстанции. А в образе английского фразеологизма *to put (something) into words* (букв. облекать (что-либо) в слова) – ‘выражать чувства и под. словами’ репрезентируется словесная (вербальная) явленность бытия чего-либо, т.е. активизируются глубинные философско-онтологические смыслы, восходящие к Слову-Логосу как сущности и форме бытия.

В результате проведенного исследования было установлено, что любая макрометафорическая концептуальная модель хранит весь объем дифференцированной культурной информации. При этом в отношении каждого порождаемого ею фразеологического знака действует так называемый **принцип голограммы** – «все в каждой части». Суть этого принципа заключается в том, что **все основные типы культурной информации присутствуют в каждом фразеологизме**, т.е. он содержит архетипическую, мифологическую, религиозную, философскую, научную; эмоционально-чувственную, эстетическую и этическую информацию. Особенностью же этого принципа является то, что в каждом конкретном фразеологизме (в его образе), активизируется лишь некая часть от каждого из этих типов культурной информации.

В своей упорядоченной организованности все типы культурной информации участвуют в формировании **общекультурной модальности** восприятия явления (вербальной коммуникации, в частности), представляемого фразеологическим знаком, особую роль в котором, как было установлено, играет чувственная информация, т.е. эмоционально-чувственная, эстетическая и этическая информация.

Эмоционально-чувственная информация по сути первична ко всем остальным типам культурной информации. Она складывается на основе базовых (отрицательных / положительных) эмоций и чувств, возникающих от (непосредственного) восприятия объекта посредством органов чувств и являющихся фактически его первичной чувственной оценкой, носящей преимущественно утилитарный характер. К примеру, деятельность, отражающаяся в образе английского фразеологизма *to paper over the cracks* (букв. оклеивать обоями трещины) – ‘сглаживать разногласия, противоречия’ обладая практической значимостью, может вызывать (разного рода) положительные эмоции. Соответственно, эмоционально-чувственная информация, сохраняемая в глубинном основании образа этого фразеологизма, каковым является макрометафорическая концептуальная модель **VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT** (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО РЕМЕСЛО), указывает прежде всего на положительную первичную (чувственную) оценку постигаемого объекта. Эмоционально-чувственная

оценка является основой для различных форм осмысления, способствуя формированию рациональной оценки.

Если эмоционально-чувственная информация – это, в сущности, **базис** общекультурной модальности восприятия некоего объекта культуры, то эстетическая и этическая информация – это ее **вершинный модус**. В основе формирования этих двух типов информации чувства наивысшего порядка – эстетические и нравственные чувства, посредством которых постигаемый объект оценивается с точки зрения эстетического и морального идеала, критериями которого могут служить разные качества (параметры, свойства). Так, согласно эстетической и этической информации, сохраняемой в английском фразеологизме *to suit the action to the word* (букв. подгонять дело под слово, т.е. делать их одинаковыми по форме или размеру) – ‘поступать согласно сказанному, обещанному’ благодаря продуцирующей его макрометафорической концептуальной модели VERBAL COMMUNICATION IS CRAFT (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО РЕМЕСЛО), отраженная в его образе созидательная деятельность имеет высокую эстетическую и этическую оценку. Эта деятельность и ее результат близки как эстетическому, так и моральному идеалу, поскольку отвечают таким их критериям, как соразмерность, точность, пропорциональность и ответственность, честность, соответственно. Определяя границы достойного и недостойного в культуре англоязычного сообщества, эти типы чувственной информации играют решающую роль в выборе фразеологизмов в дискурсе, в частности, рассматриваемого английского фразеологизма, например:

<...> *with all I have left in my centre, I now will attack*”. He **suited the action to the word**. He drew together all his exhausted divisions, all his reserves, and, at the very moment the enemy thought him routed, he smashed against the Prussian Guard <...> (The New York Times) – <...> со всеми теми войсками, которые остались в центре, я буду сейчас атаковать». Он *поступил так, как сказал*. Он объединил вместе все измотанные дивизии, весь свой резерв, и в тот самый момент, когда враг был уверен в своей победе над ним, он нанес прусским войскам сокрушительный удар <...>.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что на основе разных типов культурной информации формируется комплексная – чувственно-рациональная – оценка. Особо значимым представляется тот факт, что, как показало исследование, именно на базе эстетической и этической информации как вершинного модуса общекультурной модальности происходит генерализация всей культурной информации, сохраняемой в макрометафорической концептуальной модели и, соответственно, в продуцируемых ею фразеологизмах, и ее сведение к глобальному аксиологическому отношению, выражаемому оппозицией ‘одобрение – неодобрение (осуждение)’. Эта информационная «свертка» позволяет не только эффективно использовать фразеологизм как наиболее культуроносный знак в дискурсе, но и обуславливает его выбор в речи. Взаимоотношение всех типов культурной информации можно выразить в следующей формуле:

эмоционально-чувственная информация \Leftrightarrow {архетипическая + мифологическая + религиозная + философская + научная} \Leftrightarrow этическая + эстетическая информация
 Σ 'одобрение' / 'неодобрение (осуждение)'.

Из данной формулы следует, что «началом» всей информационной организации макророметифорической концептуальной модели и продуцируемых ею фразеологизмов является эмоционально-чувственная информация, а своего рода «итоном ее оформления» – этическая и эстетическая информация.

В разделе II «Научный информационный слой фразеологизмов с позиции современных (новейших) лингвистических концепций» на базе разработанной методики лингвокультурологического декодирования исследуется научная информация, составляющая глубинное содержание английских фразеологизмов, продуцируемых тремя макророметифорическими концептуальными моделями VERBAL COMMUNICATION IS PLAY, VERBAL COMMUNICATION IS GASTRONOMY, VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY.

В результате исследования научного слоя культурной информации, сохраняемой в трех группах английских фразеологизмов, было установлено, что информационный ресурс (или потенциал) лежащих в их основе макророметифорических концептуальных моделей постоянно пополняется под влиянием различных научных теорий (исследователей, главным образом, германского происхождения) и англоязычного научного дискурса.

Особой релевантностью в развитии научного информационного слоя английских фразеологизмов, продуцируемых макророметифорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS PLAY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ИГРА), обладает математическая концепция языка, разрабатываемая М. Новаком (M. Nowak) и его коллегами.

Научная теория языка М. Новака основана на ряде ключевых положений биологии и математической биологии, а главным образом – на центральных положениях теории игр (the game theory) и эволюционной теории игр (the evolutionary game theory). Научная работа ученого направлена на разработку математических моделей эволюционных процессов в языке и языках, появления и развития вербальной коммуникации, которую он понимает как игровую деятельность. М. Новак, в частности, указывает на то, что «communication can be seen as an evolutionary game» (Nowak et al. 2004: 18054). Причем, исходя из самого терминологического обозначения, вербальная коммуникация толкуется прежде всего как игра-состязание (т.е. play-game).

На основании полученных данных можно говорить о том, что фактически все ключевые научные положения М. Новака (разработанные им совместно с другими исследователями) соотносятся с образами английских фразеологизмов, продуцируемых макророметифорической концептуальной моделью VERBAL COMMUNICATION IS PLAY. Приведем несколько примеров.

Так, согласно М. Новаку, вербальная коммуникация – это игра (боевой поединок), в которой возможно и даже необходимо установление отношений кооперации (*cooperation*), делающих игроков союзниками и способствующих соблюдению общих интересов иногда в ущерб собственным/личным (а потому являющихся обычно взаимовыгодными). Это научное положение соотносится с образами следующих английских фразеологизмов: *to take someone's side* (букв. принимать/брать чью-либо сторону) – ‘оказывать поддержку одному из участников в споре’; *to give ground* (букв. отдавать землю; отступать, отдавая/уступая участок земли, территорию) – ‘менять свое мнение или требования в обсуждении или в споре, что облегчает достижение соглашения’. Научное положение в концепции М. Новака (и его коллег) о том, что вербальная коммуникация представляет собой игру, в которой игроки (т.е. коммуниканты) ведут (конкурентную) борьбу за жизнь и которая направлена, соответственно, на полное поражение (или уничтожение) противника (конкурента), актуализируется в образах таких английских фразеологизмов, как, например: *to put/stick the knife in someone* (букв. вонзать нож в кого-либо) – ‘сильно критиковать кого-либо, особенно тогда, когда они уже не могут оказывать сопротивление’; *to give someone a broadside* (букв. давать бортовой залп) – ‘обрушить на кого-либо поток брани, упреков и т.п.’; *to return to the charge* (букв. вновь атаковать, возобновлять атаку) – ‘предпринимать новую попытку отстоять свою позицию, точку зрения в споре’.

Как показало исследование, особую роль в пополнении научного информационного слоя английских фразеологизмов, источником порождения которых служит макрометафорическая концептуальная модель *VERBAL COMMUNICATION IS GASTRONOMY* (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС), играет научная теория С. Пинкера (S. Pinker).

Центральной идеей лингвистической теории С. Пинкера является идея того, что язык – это инстинкт, сформированный естественным отбором и обеспечивающий биологическую адаптацию человека в ходе эволюции. Как известно, к числу наиболее значимых для жизнедеятельности организма инстинктов (или скорее – инстинктивных актов) относится инстинкт питания (или пищевой инстинкт), включающий различные способы добывания и поедания пищи (ЕВ). В рамках всех рассматриваемых фразеологических образов отождествление различных аспектов вербальной деятельности с различными аспектами целостного процесса потребления пищи (включающего отбор пригодных продуктов растительного и животного происхождения и их приготовление) фактически раскрывает *инстинктивную природу* языка и вербальной коммуникации. Следовательно, в передаваемом в образах английских фразеологизмов гастрономическом (или пищевом) восприятии вербальной коммуникации отражается и актуализируется ее научное представление как особого рода биологического (природного) инстинкта, характеризующегося особой витальной значимостью для человека, ср., например: *to mince one's words* (букв. пропускать через

мясорубку / резать на очень маленькие куски свои слова) – ‘смягчать воздействие своих слов’; *to feed someone a line* (букв. кормить кого-либо (поэтической) строкой) – ‘говорить неправду, врать’.

По С. Пинкеру, языковой инстинкт в целом формируется из трех основных взаимосвязанных составляющих: инстинкта обучаемости языку, инстинкта говорения и инстинкта понимания речи (Pinker 2007: 3). Именно инстинкт обучаемости языку в большей степени сродни гастрономическому (пищевому) процессу. Он обуславливает процесс «получения» (=потребления) языка и его усвоения, т.е. предполагает собой такой вид деятельности, как *to nurture*, благодаря которой раскрывается «гастрономическая» природа вербальной коммуникации. Рассматривая языковой инстинкт в таком его аспекте, как инстинкт обучаемости языку, С. Пинкер, приходит, в частности, к выводу о том, что при развитии языка (языковой способности) приобретенное (т.е. *nurture*) доминирует над врожденным (т.е. *nature*) (Pinker 2007: 282). Поэтому насколько эффективным будет обучение языку, насколько успешным будет его усвоение, во многом определяется тем, что и как говорится, иначе говоря, определяется прежде всего качеством речи (“speech input”), или качеством получаемой ребенком языковой информации. Следовательно, слова – это не просто то, что питает и насыщает мозг, способствуя росту языковой личности, стимулируя развитие языковой способности (т.е. не просто «пища»). Речь или слова должны быть качественным продуктом потребления. Данное научное положение передается в целом ряде английских фразеологических знаков, в образах которых акцентируется качество слов как пищевых продуктов, которые могут обладать определенной пищевой ценностью и определенными вкусовыми, обонятельными, осязательными свойствами, от которых зависит степень их усваиваемости и полезности для организма в целом, например: *a bread-and-butter letter* (букв. бутербродное (хлебно-масленное) письмо) – ‘благодарственное письмо’; *a pep talk* (букв. поперченный разговор) – ‘разговор, придающий кому-либо бодрости, энтузиазма’; *bitter names* (букв. горькие имена/слова) – ‘ругательные, бранные слова; сквернословие’ и др.

Согласно проведенному исследованию, для современного развития научного информационного слоя английских фразеологизмов, базирующихся на макрометафорической концептуальной модели VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С МЕДИЦИНОЙ), особо релевантной оказывается семиотическо-биологическая концепция Т. Дикона (Т. Deacon).

Лингвистическая концепция, разрабатываемая Т. Диконом, базируется на симбиозе научных идей из разных областей научного знания, доминирующее положение среди которых занимают ключевые научные положения семиотики и биологии. Центральным семиотическим постулатом Т. Дикона является то, что язык – это символическая система (Deacon 1998). Этот центральный семиотический постулат далее развивается Т. Диконом в рамках сразу нескольких основных и взаимосвязанных биологических понятий (среди которых «вид», «эволюция», «врожденность», «живой

организм» и др.), на базе которых формулируются ключевые научные положения его концепции. Так, по мнению ученого, язык – это вирус. Вирусная природа языка свидетельствует о том, что он является одновременно живой и неживой, болезнетворной и благотворной/полезной сущностью; он не способен к независимому существованию; развивается и воспроизводится за счет организма «хозяина» (человека) посредством адаптации/приспособления к нему и оказания на него (его здоровье, жизнь) как пагубного, так и полезного воздействия. Данные научные положения непосредственно отражаются или актуализируются в рассматриваемых английских фразеологизмах, источником продуцирования которых является макрометафорическая концептуальная модель VERBAL COMMUNICATION IS MEDICINE-RELATED ACTIVITY (ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С МЕДИЦИНОЙ).

Так, собственно вирусная этиология вербальной коммуникации, свидетельствующая о том, что язык – это болезнетворная сущность, заражающая организм, поражающая его внутренние органы и вызывающая заболевания с такой симптоматикой, как рвота, тошнота, недержание, головокружение, а также ядовитое вещество, отравляющее организм, репрезентирована в образах следующих фразеологических знаков английского языка: (*to talk, discuss, etc ad nauseam* (букв. говорить/обсуждать до тошноты) – ‘говорить/обсуждать что-либо так много, что это становится очень утомительным или очень скучным’; *to run off at the mouth* (букв. истекать у рта; извергать содержимое наружу через рот) – ‘говорить крайне много или несдержанно’; *verbal diarrhoea* (букв. словесная диарея, словесное недержание) – ‘непрекращающийся разговор; чрезмерное многословие’. То, что вербальная коммуникация как вирусное явление (одновременно живая и неживая сущность) способна поразить сердечно-сосудистую и нервную системы, вызвать (серьезные) психические или психосоматические расстройства, находит отражение в образах таких английских фразеологизмов, как *to hit/touch a (raw) nerve* (букв. поражать/задевать (чувствительный) нерв) – ‘расстраивать, огорчать кого-либо разговором на определенную тему’; *sob stuff* (букв. материал, вызывающий рыдание) – ‘истории, которые рассказываются или пишутся с целью вызывать чувства грусти, печали, жалости и под.’ и др.

В ходе исследования было также установлено, что обогащение информационного научного слоя трех изучаемых макрометафорических концептуальных моделей и, соответственно, фразеологических знаков, которые они продуцируют, осуществляется и за счет научных теорий других англоязычных исследователей, таких как, например: (Baum 1995), (Crystal 1998), (Cook 2000), (Danet 2001), (Harms 2004), (Steels 2009); (Gould, Marler 1987), (Marler 1991), (Harris 1999); (Christiansen 1995), (Brodie 2011).

В Заключении излагаются основные итоги и результаты исследования.

Исследование показало, что понятие «концептосфера» отличается, с одной стороны, от таких понятий, как «ноосфера», «смыслосфера», «логосфера», «семиосфера», с другой стороны, – от таких понятий, как

«модель мира», «картина мира», «образ мира». Исходя из установленных в настоящей работе особенностей понятия «концептосфера», его разработка является особо важной и перспективной для лингвокультурологии и лингвокультурологического направления изучения фразеологии, в частности. Предложенная в рамках этого направления трактовка концептосферы культуры позволяет учесть и эксплицировать ее непосредственную связь с языком как особой семиотической системой, прояснить специфику существующей между ними интеракции и ту особую роль, которую играет в процессе этой интеракции личность (индивидуальная и коллективная).

Проведенное на основе **разработанного метода лингвокультурологической реконструкции** исследование подтверждает центральную гипотезу о том, что **фразеологическое значение формируется в результате межсемиотической транспозиции**. В ходе осуществляемого личностным сознанием отбора концептуального содержания из разных семиотических областей культуры, его синтезирования и структурирования образуется концептуальная модель, которая служит источником фразеологической образности. На базе продуцируемых концептуальной моделью образов создается фразеологическая семантика и в целом – фразеологизм как **культурно-языковой знак**. Концептуальная модель фразеологической образности сложно организована. Она состоит из некоторого множества определенным образом упорядоченных простых и сложных концептуальных составляющих (культурных концептов) и представляет собой **макрометафорическую концептуальную модель**.

Созданные благодаря концептосфере культуры макрометафорические концептуальные модели обуславливают системное формирование фразеологических знаков и их дискурсивное функционирование. Они обладают креативным потенциалом, который по-разному проявляется в этих двух лингвокультурных процессах. Степень фразеологической креативности макрометафорических концептуальных (=культурных) моделей в системном плане определяется количественным, качественным и динамическим параметрами. Помимо того, что макрометафорические концептуальные (=культурные) модели продуцируют базовые формы образов фразеологических знаков (английских фразеологизмов, в частности), создавая фразеологическую подсистему языка, они являются богатейшим источником их самых разнообразных модифицированных форм, обуславливая процесс адаптации фразеологизмов к построению дискурса. Основными, выделенными в исследовании, стратегиями коммуникативной адаптации английских фразеологизмов рассматриваемой группы к формированию дискурса являются «Встраивание», «Приращение», «Пере-композиция», «Разбиение» и «Комбинирование». Таким образом, исследование показало, что **под воздействием концептосферы культуры находится не только процесс формирования фразеологического знака, но и процесс его использования как эффективного средства достижения прагматической цели**.

Воздействующая роль концептосферы культуры в процессе формирования фразеологических знаков проявляется также в том, что

макрометафорические концептуальные модели, которые образуются в результате межсемиотической транспозиции и становятся основанием образов и семантики фразеологизмов, сохраняют и накапливают все основные типы культурной информации, представляющие собой ценностное содержание концептосферы культуры. **Разработанная методика лингвокультурологического декодирования культурной информации**, основанная на анализе глубинных оснований фразеологической образности, каковыми являются макрометафорические концептуальные модели, позволила установить, что благодаря этим моделям фразеологические знаки являются носителями таких **типов чувственной и интеллектуальной информации**, как эмоционально-чувственная, этическая, эстетическая информация; архетипическая, мифологическая, религиозная, философская, научная информация. Как показало исследование, все типы культурной информации участвуют в формировании общекультурной модальности восприятия обозначенного фразеологизмом явления (объекта и проч.) мира (вербальной коммуникации, в частности). Однако **вершинным модусом этой общекультурной модальности является эстетическая и этическая информация**; именно эти типы информации обуславливают выбор и использование определенного фразеологического знака в речи.

Разработанная методика лингвокультурологического декодирования культурной информации имеет несколько вариантов применения. Как было продемонстрировано в работе, она может использоваться для анализа и описания: 1) всех выделенных типов культурной информации у отдельно взятого фразеологизма; 2) всех выделенных типов культурной информации у целой группы фразеологизмов, базирующихся на одной и той же макрометафорической концептуальной модели; 3) любого из типов культурной информации (в частности, научной информации, а тж. и др.) у целой группы фразеологизмов, базирующихся на определенной макрометафорической концептуальной модели.

Ключевые теоретические положения, разработанные в настоящем исследовании, и предложенные методы лингвокультурологического анализа фразеологизмов могут иметь дальнейшее применение как в области развития общей и частной фразеологии, так и в области сопоставительного изучения фразеологизмов разных языков.

Так, применение метода лингвокультурологической реконструкции глубинных (концептуальных) оснований фразеологической образности в отношении английских фразеологизмов других групп открывает перспективы для установления всего репертуара макрометафорических концептуальных моделей, вместе составляющих концептуальный фонд англоязычной культуры как источника образования целостной фразеологической подсистемы английского языка. Применение данного метода в отношении фразеологического материала других языков дает выход в область сопоставления концептуальных фондов фразеологической номинации разных культур и прояснения вопроса об уникальности (или универсальности) национального мировосприятия, отражающегося во фразеологизмах.

Дальнейшее изучение фразеологической креативности в трех ее системных измерениях (количественном, качественном и динамическом) на языковом материале разных языков может предоставить интересные результаты в отношении выявления приоритетных (доминантных) семиотических областей разных культур, концептуальное содержание которых оказывается наиболее востребованным в процессах фразообразования в разных языковых системах, позволяя выявить характерные только для них черты. Необходимым видится и дальнейшее изучение дискурсивного аспекта фразеологической креативности на материале разных языков, которое позволит расширить набор стратегий коммуникативной адаптации фразеологических знаков к дискурсу и выявить специфику функционирования разных фразеологических подсистем.

Перспективным представляется и использование методики лингвокультурологического декодирования различных типов культурной информации, содержащихся во фразеологизмах как английского языка, так и других языков для дальнейшего изучения проблемы национально-культурной специфики фразеологии, получения новых фактов того, насколько специфичным является опыт познания мира тем или иным сообществом, преобразуемый в ходе межсемиотической транспозиции в «тела» ее (т.е. фразеологии) знаковых средств.

Основное содержание диссертации изложено в следующих публикациях:

I. Монографии:

1. Зыкова, И.В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии / И.В. Зыкова. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 232 с. (14,5 п.л.)
2. Зыкова, И.В. Культура как информационная система: Духовное, ментальное, материально-знаковое / И.В. Зыкова. – М.: Либроком, 2011. – 368 с. (23,0 п.л.)

II. Научные статьи в ведущих российских периодических изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Зыкова, И.В. Гендерная маркированность в аспекте процесса фразеологизации / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Английский лексикон в когнитивно-дискурсивной парадигме. – М.: МГЛУ, 2002. – Вып. 470. – С. 107-118. (0,65 п.л.)
2. Зыкова, И.В. Гендерный аспект фразеологических единиц с именами собственными / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Заочное обучение: настоящее и будущее. – М.: МГЛУ, 2003. – Вып. 471. – С. 127-138. (0,6 п.л.)
3. Зыкова, И.В. Перспективы дистанционной формы обучения теоретическим лингвистическим дисциплинам / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Лингвометодологические проблемы обучения языку и новые информационные технологии. – М.: МГЛУ, 2005. – Вып. 495. – С. 67-78. (0,65 п.л.)

4. Зыкова, И.В. Образ русской души в английской фразеологии (лингвокультурологический аспект) / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Несколькословные единицы номинации в английском языке: от лексикологии к фразеологии. – М.: МГЛУ, 2005. – Вып. 501. – Часть II. – С. 43-55. (0,7 п.л.)
5. Зыкова, И.В. Гендер – конструкт фразеосферы русской и английской культур (к проблеме межкультурного общения) / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Гендер: язык, культура, коммуникации. – М.: РЕМА, 2006. – Вып. 518. – С. 67-77. (0,6 п.л.)
6. Зыкова, И.В. Контрастивная фразеология: путь от диалога языков к диалогу культур / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Теория и практика лексикологических исследований. – М.: МГЛУ, 2007. – Вып. 532. – С. 129-139. (0,55 п.л.)
7. Зыкова, И.В. Культура vs культуры в аспекте глобализации и индивидуализации интеллектуального опыта / И.В. Зыкова // Вопросы культурологии. – 2009. – № 6. – С. 4-7. (0,5 п.л.)
8. Зыкова, И.В. Культура и интеллект: к вопросу о разнообразии культур / И.В. Зыкова // Вестник МГУ Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2009. – Вып. 3. – С. 100-111. (0,75 п.л.)
9. Зыкова, И.В. Роль эстетического в процессе построения картины мира / И.В. Зыкова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2009. – № 4 (30). – С. 55-61. (0,5 п.л.)
10. Зыкова, И.В. Фразеология XXI века: итоги и перспективы / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Изучение разноструктурных языковых знаков: проблемы и перспективы. – М: ИПК МГЛУ «Рема», 2009. – Вып. 572. – С. 172-188. (0,85 п.л.)
11. Зыкова, И.В. Культура как интегрированное социально-информационное пространство / И.В. Зыкова // Сервис plus. – М.: ФГОУ ВПО «РГУТиС», 2010. – № 2. – С. 23-29. (0,6 п.л.)
12. Зыкова, И.В. Духовное как источник культуры и прототипическое основание межкультурного общения / И.В. Зыкова // Обсерватория культуры. – М.: РГБ, 2010. – № 3. – С. 11-16. (0,87 п.л.)
13. Зыкова, И.В. Фразеологические образы и их национальная обусловленность / И.В. Зыкова // Вестник МГУ Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2011. – Вып. 2. – С. 80-88. (0,53 п.л.)
14. Зыкова, И.В. Архетипическое осмысление мира: к вопросу о структуре концептосферы культуры и единой основе семиозиса / И.В. Зыкова // Вопросы культурологии. – 2011. – № 6. – С. 4-9. (0,5 п.л.)
15. Зыкова, И.В. Семантика фразеологизмов современного языка в ракурсе отражения архетипического осмысления мира / И.В. Зыкова // Мир русского слова. – СПб: Издательский дом «МИРС», 2011. – Вып. 3. – С. 44-49. (0,5 п.л.)
16. Зыкова, И.В. Концептуальные основания семантики английских фразеологизмов, обозначающих вербальную коммуникацию / И.В. Зыкова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2011. – № 4. – С. 26-35. (0,9 п.л.)

17. Зыкова, И.В. «Вербальная коммуникация» в английской фразеологии: к вопросу о специфике взаимодействия концептосферы культуры и языка / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Когнитивное моделирование семантики разноструктурных единиц языка. – М.: ИПК МГЛУ «Рема», 2011. – Вып. 21 (627). – С. 94-103. (0,54 п.л.)

18. Зыкова, И.В. Семиотика музыки в построении фразеологического значения (лингвокультурологический подход) / И.В. Зыкова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2012. – Вып. № 4. – С. 108-117. (1,0 п.л.)

19. Зыкова, И.В. Моделирование фразеологических образов: методологический аспект / И.В. Зыкова // Когнитивные исследования языка. – Вып. XII: Теоретические аспекты языковой репрезентации: сборник научных трудов. – М.: Институт языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012. – С. 602-612. (0,56 п.л.)

20. Зыкова, И.В. Фразеологические образы ЯЗЫКА как танца в речевом общении (лингвокультурологический аспект) / И.В. Зыкова // Вопросы филологии. – 2012. – № 2 (41). – С. 6-14. (1,0 п.л.)

21. Зыкова, И.В. Фразеологический знак: к вопросу об объеме его культурной памяти / И.В. Зыкова // Мир русского слова. – СПб: Издательский дом «МИРС», 2013. – Вып. 1. – С. 43-49. (0,65 п.л.)

22. Зыкова, И.В. Креативность концептуальных моделей фразеологической образности: системный аспект / И.В. Зыкова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2013. – Вып. № 3 (036). – С. 76-85. (1,0 п.л.)

23. Зыкова, И.В. Когнитивные основы дискурсивного использования фразеологизмов / И.В. Зыкова // Когнитивные исследования языка. – Вып. XV: Механизмы языковой когниции: сборник научных трудов [отв. ред. вып. В.З. Демьянков]. – Москва-Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2013. – С. 360-371. (0,6 п.л.)

24. Зыкова, И.В. Динамический параметр фразеологической креативности: к вопросу о принципах развития современной английской фразеологии / И.В. Зыкова // Вестник МГЛУ: Новое в Лексикологических исследованиях: преемственность и инновации. – М.: ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2013. – Вып. 20 (680). – С. 87-97. (0,5 п.л.)

III. Научные статьи в зарубежных изданиях и публикации на английском языке:

1. Zyкова, Irina V. Contrastive Studies: Levels and Stages of Research on Phraseologisms of Different Languages / I.V. Zyкова // *Linguo-Cultural Competence and Phraseological Motivation* [A. Pamies, D. Dobrovolskij (eds)]. – Germany: Schneider Verlag Hohengehren, 2011. – P. 147-156. (0,8 п.л.)

2. Zykowa, Irina V. О синергетическом единстве языка и культуры: лингвокультурологическое исследование русских и английских фразеологизмов / I.V. Zykowa // *Aktualne problemy językoznawstwa słowiańskiego: коллективная монография* [Elena Koriakowcewa, Janina Gardzińska (red.)]. – Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. – Siedlce, 2012. – S. 239-250. (0,6 п.л.)

3. Zyкова, Irina V. Phraseological Meaning as a Mechanism of Cultural Memory / I.V. Zyкова // *Research on Phraseology Across Continents*. – Poland: University of Bialystok Publishing House, 2013. – Vol. 2. – P. 422-441. (1,2 п.л.)
4. Zyкова, Irina V. Phraseological Creativity: Aims, Ways and Results of its Linguoculturological Study / I.V. Zyкова // *Phraseology in Multilingual Society: Сб. статей Международной фразеологической конференции «EUROPHRAS»*. – В 2-х томах. – Казань: ХЭТЕР, 2013. – Т. 1. – С. 180-190. (0,6 п.л.)
5. Zyкова, Irina V. The Proverb Semantics in a Linguoculturological Perspective / I.V. Zyкова // *Parémiology. Proverbes et formes voisines* [J.-M. Benayoun, N. Kübler, J-Ph. Zouogbo (eds)]. – France: Presses Universitaires de Sainte Gemme, 2013. – Том 3. – P. 345-357. (0,76 п.л.)
6. Zyкова, Irina. Phraseological Creativity from a Linguoculturological Perspective / I. Zyкова // *Phraseology in Multilingual Society* [E. Arsenteva (ed.)]. – UK: Cambridge Scholars Publishing, 2014. – P. 93-104. (0,6 п.л.)
7. Zyкова, Irina V. Phraseological Image as an Insight into the Cultural Worldview / I.V. Zyкова // *Phraseology and Culture* [Vida Jesenšek (ed.)]. – Maribor: Univerze v Mariboru, 2014. (в печати). (0,9 п.л.)

IV. Статьи в монографиях, сборниках научных трудов, материалах конференций:

1. Зыкова, И.В. Контрастивная фразеология: путь от диалога языков к диалогу культур / И.В. Зыкова // *Полифония образования и англистика в мультикультурном мире: тезисы докладов I Международной конференции Ассоциации англоведов и преподавателей английского языка 25–26 ноября 2003*. – М.: МГЛУ, 2003. – С. 40-41. (0,1 п.л.)
2. Зыкова, И.В. Гендер – конструкт фразеосферы русской и английской культур (о проблеме межкультурного общения) / И.В. Зыкова // *Гендер: язык, культура, коммуникация: тезисы докладов III Международной конференции 27–28 ноября 2003*. – М.: МГЛУ, 2003. – С. 50-51. (0,1 п.л.)
3. Зыкова, И.В. Концептуальные основания воспроизводимости фразеологических единиц / И.В. Зыкова // *Русское слово в русском мире – 2005: Государство и государственность в языковом сознании россиян: сборник научных статей* [под ред. Ю.Н. Караулова, О.В. Евтушенко, И.В. Ружицкого]. – М.: Изд. центр «Азбуковник»; «Словари.ру», 2006. – С. 56-65. (0,6 п.л.)
4. Зыкова, И.В. (в соавт.) Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий [отв. ред. д-р филол. наук В.Н. Телия]. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. (объем авторской работы 13,3 п.л.)
5. Зыкова, И.В. Человек – Культура – Слово (обзор) / И.В. Зыкова // *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание*. – М.: ИНИОН РАН, 2006. – № 2. – С. 69-88. (1,1 п.л.)
6. Зыкова, И.В. О фразеологической относительности в процессе передачи общекультурного опыта / И.В. Зыкова // *Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: тезисы II*

Международной научно-практической конференции. – М.: МИЛ, 2007. – С. 39-41. (0,1 п.л.)

7. Зыкова, И.В. Применение корпусного анализа в процессе сопоставительного исследования фразеологических единиц современных языков / И.В. Зыкова // Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: тезисы III Международной научно-практической конференции. – М.: МИЛ, 26 ноября 2008. – URL: <http://www.inyaz-mil.ru/institute/docs/tezis/zikova.doc>. (0,1 п.л.)

8. Зыкова, И.В. Фразеология: современное состояние – «на стыке наук» / И.В. Зыкова // Актуальные проблемы изучения комплексных языковых знаков: материалы Международной научной конференции, посвященной 100-летию проф. А.В. Кунина. – М.: ИПК МГЛУ «Рема», 22–23 апреля 2009. – С. 67-69. (0,1 п.л.)

9. Зыкова, И.В. Костюмный код культуры и фразеологические знаки: гендерно-семиотический подход к взаимодействию невербального и вербального аспектов коммуникации / И.В. Зыкова // Языки в современном мире: сборник материалов VIII Ежегодной международной научной конференции. – Коломна: КГПИ, 28–31 мая 2009. – С. 77-78. (0,1 п.л.)

10. Зыкова, И.В. Фразеологическая относительность в аспекте межкультурной коммуникации / И.В. Зыкова // Учитель, ученик, учебник: материалы V Юбилейной Всероссийской научно-практической конференции: сборник статей. – М.: КДУ, 2009. – Т. 1. – С. 338-342. (0,27 п.л.)

11. Зыкова, И.В. Культурная грамотность как неотъемлемая составляющая профессиональной компетентности / И.В. Зыкова // Туризм и сервис: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития: сборник научных трудов XI Международной научно-практической конференции. – М.: ФГОУ ВПО «РГУТиС», 2009. – С. 113-122. (0,5 п.л.)

12. Зыкова, И.В. Фразеология и синергетика: к вопросу об интеграции наук / И.В. Зыкова // Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: тезисы IV Международной научно-практической конференции. – М.: МИЛ, 27 ноября 2009. – С. 71-72. (0,1 п.л.)

13. Зыкова, И.В. Гендерный аспект семиотики одежды во фразеологии английского языка / И.В. Зыкова // Языки в современном мире: материалы VIII Международной конференции. – Москва: КДУ, 2009. – С. 273-284. (0,6 п.л.)

14. Зыкова, И.В. Эволюция духовного как универсального основания культурного развития и культурного взаимодействия / И.В. Зыкова // Россия и Запад: диалог культур: сборник статей XIII Международной конференции 26–28 ноября 2009 г. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010. – Вып. 15. – Часть I. – С. 134-141. (0,48 п.л.)

15. Зыкова, И.В. «Слово и коммуникация» как значимая часть фразеологической картины мира англоязычного социума (к вопросу о специфике процесса фразеологической номинации) / И.В. Зыкова // Языки в современном мире: материалы IX Ежегодной международной конференции 23–25 мая 2010 года. – Томск: ТГУ, 2010. – С. 131-132. (0,1 п.л.)

16. Зыкова, И.В. Символизм речевой соматике в процессе фразеологической номинации (лингвокультурологический подход) / И.В. Зыкова // Материалы Международной научной конференции, посвященной юбилею В.Н. Телия: В 2 т. – М.; Тула: Изд-во ТГПУ им. Л.Н. Толстого, 2010. – Т. 1. – С. 47-53. (0,4 п.л.)

17. Зыкова, И.В. Синергетические перспективы развития фразеологической теории / И.В. Зыкова // Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: доклады IV Международной конференции 27 ноября 2009. – М.: МИЛ, 2010. – Том 2. – С. 11-17. (0,37 п.л.)

18. Зыкова, И.В. Постнеклассический период развития фразеологии: фразеологическая теория vs когнитивистика / И.В. Зыкова // Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: тезисы V Международной научно-практической конференции 2 декабря 2010 г. – М.: МИЛ, 2010. – С. 52. (0,1 п.л.)

19. Зыкова, И.В. Фразеологизмы как источник культурной информации о русском слове: от концептуальных метафор к стереотипным представлениям / И.В. Зыкова // Материалы XXXIX Международной филологической конференции (15–19 марта 2010). – Вып. 22: Фразеология и языковая динамика. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2011. – С. 94-101. (0,64 п.л.)

20. Зыкова, И.В. (Zykova I.) The Proverbial Semantics in a Linguocultural Perspective / И.В. Зыкова // Материалы Международной конференции «The International Colloquium of Paremiology», 2011. – Париж: Университет Парижа 7 (им. Дени Дидро). – Р. 41. (0,1 п.л.)

21. Зыкова, И.В. Фразеонимация в свете лингвокогнитивного и лингвокультурологического подходов / И.В. Зыкова // Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: доклады V Международной научно-практической конференции. – М.: МИЛ, 2011. – С. 136-144. (0,4 п.л.)

22. Зыкова, И.В. Фразеологические образы как источники научного знания / И.В. Зыкова // Общество – язык – культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: тезисы VI Международной научно-практической конференции. – М.: МИЛ, 2011. – С. 77-78. (0,1 п.л.)

23. Зыкова, И.В. Коммуникативистика vs фразеология: к вопросу о перспективных направлениях развития фразеологии как особой области лингво-социо-культурного знания / И.В. Зыкова // Русский язык в условиях языковой и культурной полифонии [под ред. В.В. Красных]. – М.: Азбуковник, 2011. – С. 91-106. (0,9 п.л.)

24. Зыкова, И.В. Метафорический концепт как конструкт фразеологической семантики / И.В. Зыкова // Вестник МИЛ. – 2011. – № 2. – С. 22-29. (0,53 п.л.)

25. Зыкова, И.В. Архетипическая оппозиция «Свой – Чужой» в смысловом содержании английских фразеологизмов / И.В. Зыкова //

Фразеология во времени и пространстве. – Грайсфальд/Санкт-Петербург: СПбГУ, 2012. – С. 27-33. (0,62 п.л.)

26. Зыкова, И.В. (Zykova I.) The Phraseological Image as a Source of Cultural Worldview / И.В. Зыкова // *Phraseology and Culture: International Conference Sponsored by the European Society of Phraseology EUROPHRAS* [Vida Jesenšek (ed.)]. – Maribor: Filozofska fakulteta, 2012. – P. 98. URL: <http://www.euophrasmaribor.si/> (0,1 п.л.)

27. Зыкова, И.В. Константа культуры ВЕСЬ МИР – ТЕАТР и ее отражение в английской фразеологии / И.В. Зыкова // *Критика и семиотика*. – Новосибирск – Москва: НовГУ, 2012. – Вып. 17. – С. 213-223. (0,8 п.л.)

28. Зыкова, И.В. О Личности: лингвокультурологические заметки / И.В. Зыкова // *Язык, сознание, коммуникация: сборник научных трудов, посвященный памяти проф. В.Н. Телия* [ред. кол. М.Л. Ковшова, В.В. Красных, А.И. Изотов, И.В. Зыкова]. – М.: МАКС Пресс, 2013. – Вып. 46. – С. 32-47. (1,0 п.л.)

29. Зыкова, И.В. О креативном потенциале константы РЕМЕСЛО во фразеологическом воплощении / И.В. Зыкова // *Языковые параметры современной цивилизации: сборник трудов Первой научной конференции памяти академика РАН Ю.С. Степанова*. – М.: Ин-т языкознания РАН; Калуга: ИП Шилин И.В. («Эйдос»), 2013. – С. 251-260. (0,55 п.л.)

30. Зыкова, И.В. О типах культурной информации во фразеологическом знаке / И.В. Зыкова // *Язык – сознание – коммуникация: сборник научных трудов памяти В.Н. Телия*. – М.: МАКС Пресс, 2014. – Вып. 50. – С. 101-109. (0,5 п.л.)

31. Зыкова, И.В. Фразеологическая креативность как фактор организации информационного поля дискурса / И.В. Зыкова // *Информационные структуры текстов разных жанров в разные эпохи*. – М.: Ин-т языкознания РАН, 2014. (в печати). (0,6 п.л.)

32. Образы языка как игры (play), отраженные в современной английской фразеологии и в современном англоязычном научном дискурсе / И.В. Зыкова // *Критика и семиотика*. – Новосибирск-Москва: НГУ, Институт языкознания РАН, 2014. – Вып. 19. (в печати). (1,2 п.л.)

V. Учебные пособия:

A Practical Course in English Lexicology: учебное пособие / И.В. Зыкова. – М.: Изд. центр «Академия», 2006. – 288 с. (18,0 п.л.)

A Practical Course in English Lexicology: учебное пособие / И.В. Зыкова. – 2-е изд., испр. – М.: Изд. центр «Академия», 2007. – 288 с. (18,0 п.л.)

A Practical Course in English Lexicology: учебное пособие / И.В. Зыкова. – 3-е изд., стер. – М.: Изд. центр «Академия», 2008. – 288 с. (18,0 п.л.)

VI. Теоретические курсы и образовательные программы:

1. «Коммуникативная фразеология: язык – личность – культура».
2. «Фразеология английского языка».
3. «Лексикология английского языка».