

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

На правах рукописи

Габриелян Анна Артуровна
**ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТОВ «УЛЫБКА/СМЕХ»
В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

10.02.04 – германские языки

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук, профессор
С.Г. Тер-Минасова

2015

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. Теоретические предпосылки исследования концептов как категорий лингвистики.....	14
1.1. Концепт как «модный» термин. Подходы к изучению концепта	14
1.1.1. Первая ступень в понимании концепта: концепт как термин философии....	19
1.1.2. Концепт vs. понятие.....	21
1.1.3. Концепт в языкознании. Концептуальный анализ.....	24
1.1.4. Концепт в когнитивной лингвистике.....	25
1.1.5. Концепт в лингвокультурологии.....	27
1.1.6. Альтернативные варианты понимания концепта.....	29
1.2. Организация концепта и его функционирование.....	30
1.2.1. Концепт как фрагмент картины мира.....	30
1.2.2. Концептуальная картина vs языковая картина.....	31
1.2.3. Концептуальная система, концептуальное пространство и концептосфера.....	33
1.2.4. Типология концепта.....	35
1.2.5. Концептуальные метафоры.....	37
1.2.6. Структура концепта.....	39
1.2.7. Концепт и его репрезентация.....	41
1.3. Эмоциональные концепты.....	45
1.4. Соотношение эмоциональных концептов «улыбка/смех».....	48
1.5. Выводы.....	54
ГЛАВА 2. Концептуальный анализ «улыбка/смех»	57
2.1. Концепты «улыбка/смех» в диахроническом срезе английского языка.....	57

2.2. Модель лексико-семантического поля концептов «улыбка/смех».....	73
2.3. Концепты «улыбка/смех» в паремиологическом фонде английского языка.....	112
2.4. Особенности актуализации концептов «улыбка/смех» на материале американского кинематографа.....	127
2.5. Выводы.....	138

ГЛАВА 3. Репрезентация эмоциональных концептов «улыбка/смех» в британском и американском вариантах английского

языка.....	143
3.1. Корпусный анализ лексических единиц, репрезентирующих концепты «улыбка/смех».....	143
3.2. Результаты анкетирования.....	166
3.3. Тенденции актуализации «улыбка/смех» в британском и американском вариантах английского языка.....	180
3.4. Выводы.....	187

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....190

БИБЛИОГРАФИЯ.....197

ПРИЛОЖЕНИЕ.....212

Введение

В последние десятилетия особый интерес у исследователей вызывает проблема изучения концептов в различных областях науки: в лингвистике, культурологии, психологии.

Улыбка как физическая и психическая реакция, как невербальный сигнал является общечеловеческим символом и носит наднациональный характер. В западной культуре она предстает важнейшим концептом и неким атрибутом, обычно выражающим вежливость, доброжелательное отношение, благосклонность и оптимизм¹. Улыбка и смех служат для выражения базовых человеческих эмоций, в основе которых лежат рефлексы и инстинкты, универсальные для представителей всех культур. Аристотель называл способность смеяться важнейшим признаком человека².

Следует сразу оговориться, что в настоящей работе концепты «улыбка/смех» рассматриваются как сложное двуединое коммуникационное средство, поскольку они, с одной стороны, тесно связаны между собой и семантикой, и реализацией в общении, а, с другой стороны, имеют разные трактовки природы происхождения, а также различия в идентификации британского и американского вариантов английского языка. Именно поэтому они соединены таким универсальным знаком пунктуации, как косая черта, идентично определяемая и в русском, и в английском справочниках: косая черта «употребляется в функции, близкой к союзам *и* и *или*, как знак альтернативности понятий или обозначения единого сложного понятия» [Правила русской орфографии и пунктуации. Полный академический справочник, 2007]; slash is “an oblique stroke (/) in print or writing, used between alternatives (e.g. and/or), in fractions, in ratios, or between separate elements of a text”³. Таким образом, в данном исследовании «улыбка/смех» будут рассмотрены в рамках единого класса

¹ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. с.241.

² Токарева М. А. Традиции смеха и улыбки в русской и западной культурах// Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. №3. с.95

³ Oxford Advanced Learner’s Dictionary. 9th Edition. Oxford University Press. 2015.

концептов, так как они тесно взаимосвязаны и образуют единую группу. Изучение особенностей лингвистической реализации этих концептов способствует оптимизации коммуникации и повышает уровень межкультурной компетенции, что снижает риск коммуникативных неудач и неверной интерпретации эмоций.

В этом исследовании под *концептом* понимается сложное ментальное образование, вербализованное разными лексико-фразеологическими средствами и содержащее значимые для определенной лингвокультуры этноспецифические оценочные и ценностные характеристики.

Актуальность работы обусловлена ее включенностью в парадигму лингвокультурологических исследований: изучение языкового выражения улыбки и смеха как неотъемлемых атрибутов общения имеет большое значение для оптимизации межкультурной коммуникации. В связи с усилением международных контактов в сфере культуры, политики, экономики, дипломатии, а также бытового общения требуется обновленное осмысление концептов, являющихся значимыми компонентами успешной коммуникации.

Представляется важным изучить эти концепты через призму прежде всего английского языка, так как в период глобализации именно английский язык становится главным инструментом международного общения и, соответственно, основным средством вербализации этих незаменимых компонентов общения. Являясь источником знания о национальном характере и менталитете народов англоязычных стран, он позволяет выявить эмоциональные особенности британской и американской лингвокультур для того, чтобы правильно интерпретировать их в процессе межкультурной коммуникации.

В основе исследования лежит **гипотеза**, сводящаяся к тому, что, поскольку содержание концептов «улыбка/смех» достаточно объемно и в английском языке они актуализируются широким спектром языковых единиц, различия между британской и американской лингвокультурами и, соответственно, между американским и британским вариантами английского языка могут

находить выражение как в количестве языковых единиц, служащих для вербализации данных концептов, так и во влиянии на нее социолингвистических факторов.

Объектом исследования в диссертации являются концепты «улыбка/смех», выраженные в английском языке разными лексическими единицами.

Предмет настоящего исследования составляют языковые средства, представляющие концепты «улыбка/смех» в английском языке.

Цель работы заключается в комплексном изучении концептов «улыбка/смех» с использованием различных исследовательских методик, а также в выявлении специфики лексических единиц, актуализирующих концепты на разных уровнях английского языка: от базовых номинантов – слов – до словосочетаний, фразеологизмов, паремий и афоризмов. Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

1) рассмотреть подходы к изучению концептов и определить возможности функционирования и репрезентации концептов с точки зрения лингвистики на новейшем этапе современной коммуникации в глобализирующемся мире;

2) исследовать эволюцию концептов «улыбка/смех» и показать динамику изменений их семантики и коннотаций в английском языке;

3) разработать модель лексико-семантического поля изучаемых концептов;

4) определить лексические единицы, актуализирующие концепты «улыбка/смех» на разных уровнях: от базовых номинантов – слов – до словосочетаний, фразеологизмов, паремий и афоризмов;

5) провести корпусный анализ номинантов, вербализующих концепты «улыбка/смех» в британском и американском вариантах английского языка;

6) провести анкетирование носителей английского языка для определения новейших тенденций в представлениях о концептах «улыбка/смех» в их сознании;

7) рассмотреть репрезентацию концептов «улыбка/смех» на материале американского кинематографа;

8) определить тенденции актуализации изучаемых концептов в английском языке в его роли главного средства международного общения.

Анализ концептов предполагает совмещение разных исследовательских методик. Поставленные задачи обусловили использование соответствующих **методов**: элементы общенаучного описательного метода (выбор, классификация, интерпретация лексического материала); сравнительно-исторический метод (включает проведение этимологического анализа и сопоставительное изучение слов в диахроническом срезе языка); лексикографический анализ; метод концептуального анализа, метод построения лексико-семантического поля. В работе также применялись методы семантического анализа лексических единиц и корпусного анализа; элементы статистического анализа; метод контекстуального анализа и прием анкетирования.

Материал исследования составили данные этимологических словарей (Маковский М.М. Большой этимологический словарь современного английского языка, 2005; Partridge E. A Short Etymological Dictionary of Modern English, 1958; The Oxford Dictionary of English Etymology, 1966); толковых словарей (Cambridge Advanced Learner's Dictionary, 2005; Collins Dictionary. Fourth edition, 1999; Longman Contemporary English Dictionary, 2003; NTC's American English Learner's Dictionary, 1998; Oxford American Dictionary, 1980; The Oxford Senior Dictionary, 1982); фразеологических словарей (Oxford Dictionary of English Idioms, 1993); словарей сочетаемости (Oxford Collocations Dictionary, 2002; Oxford Collocations Dictionary For Students of English, 2002); словарей сленга (Jonathon Green Casell's Dictionary of Slang, 2005; Smaller Slang Dictionary. By E. Partridge, 1961; The New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English. Vol.1. 2006) и тезауруса Роже (Roget's Thesaurus of English Words and Phrases, 1986). Материалом для контекстуального анализа послужили корпуса английского языка (Corpus of Global Web-based English; Corpus of Contemporary American English (COCA), The

British National Corpus (BNC); словари цитат (Cohen J.M., Cohen M.J. A Dictionary of Modern Quotations, 1975; The Oxford Dictionary of Modern Quotations. Ed. By Tony Augade, 1992); словари пословиц (Apperson G. L. The Wordsworth Dictionary of Proverbs, 1993; The Oxford Dictionary of English Proverbs, 1970; Fergusson R. The Penguin Dictionary of Proverbs, 1983). Использованы также материалы произведений британской и американской художественной литературы, в которых концепты «улыбка/смех» приобретают ключевое значение или несут в себе особый смысл («Над пропастью во ржи» Дж.Селинджера, «Алиса в стране чудес» Л. Кэрролла и «Письма к сыну» лорда Ф.С.Честерфилда). Были также проанализированы видеофрагменты трех полнометражных («Улыбка», «Улыбка Моны Лизы», «Целитель Адамс») и двух короткометражных фильмов («Подтверждение», «Человек-улыбка»), в которых «улыбка/смех» оказываются ключевыми концептами, отражающими ценностные доминанты носителей английского языка.

Основную **методологическую базу** исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых, в которых выдвинуты следующие важные положения:

1) о феноменах «улыбка/смех» как о невербальных знаках коммуникации (Бахтин М.М., Карасев Л.В., Коццолино М., Крейдлин Г.Е., Лихачев Д.С., Молчанова Г.Г., Панченко А.М., Понырско Н.В., Тер-Минасова С.Г., Токарева М. А., Формановская Н.И., Bergson H., Darwin Ch., Ekman P., Morris D., Trumble A.);

2) о подходах к изучению концептов (Алефиренко Н.Ф., Арутюнова Н.Д., Аскольдов С.А., Бабушкин А.П., Вежбицкая А., Демьянков В.З., Заботкина В.И., Залевская А.А., Молчанова Г.Г., Неретина С.С., Пименов Е.А., Пименова М.В., Попова З.Д., Прохоров Ю.Е., Степанов Ю.С., Стернин И.А., Chomsky N., Evans V., Fillmore Ch., Green M., Hofstede G., Jackendoff R., Lakoff G., Langacker R.W., Lee D.);

3) о концептах с лингвокультурологических позиций (С.Г.Воркачев, В.И.Карасик, Г.Г.Слышкин);

4) о вербализации концептов (Алефиренко Н.Ф., Болдырев Н.Н., Вишнякова О.Д., Колесов В.В., Уфимцева А.А., Худяков А.А., Шмелев А.Д., Jackendoff R., Langacker R.W.);

5) о теории лексико-семантического поля (Ахманова О.С., Бондарко А.В.; Щур Г.С);

6) о вариативности английского языка (Кабакчи В.В., Прошина З.Г., Сепир Э., Crystal D.);

7) о применении корпусного подхода в лингвистических исследованиях (Гвишиани Н.Б., Карпова О.М., Adolphs S., Johansson S., Meyer Ch., Ooi B.Y.);

8) об эмоциях и их проявлении в разных культурах (Красавский Н.А., Ларина Т.В., Павловская А.В., Тер-Минасова С.Г., Шаховский В.И.);

9) об этимологическом анализе (Карасик В.И., Лайонз Дж., Смирницкий А.И., Трубачев О.Н., Durkin Ph.).

Научная новизна работы выражается в том, что проведено многостороннее системное исследование концептов «улыбка/смех» в сопоставительном плане в двух основных диатопических вариантах английского языка с привлечением различных исследовательских методик:

1) проведен этимологический анализ базовых номинантов концептов «улыбка/смех» для выявления динамики изменения их содержания;

2) смоделировано комплексное лексико-семантическое поле, включающее в себя лексические единицы разных уровней (слова, словосочетания и поговорки);

3) проведен корпусный анализ языковых единиц, выражающих концепты «улыбка/смех», на материале наиболее репрезентативных корпусов английского языка;

4) рассмотрены вербальные способы репрезентации концептов «улыбка/смех» на материале американского кинематографа;

5) проведено анкетирование с участием носителей британского и американского вариантов английского языка, позволившее выявить новейшие тенденции в их представлениях о концептах «улыбка/смех», что особенно важно в связи с

непрерывным, стремительным развитием американского варианта английского языка, вызванным статусом глобального языка, и соответственно увеличивающимся количеством World Englishes (вариантов английского языка).

Теоретическая значимость работы заключается не только в описании концептов «улыбка/смех» посредством метода построения лексико-семантического поля, а также в выявлении возможных репрезентантов на разных лексических уровнях, в том числе на материале американских фильмов, но и – главным образом – в рассмотрении данных концептов с позиций вариантологии с учетом двух вариантов английского языка, способов их функционирования в речи и существующих тенденций в актуализации рассматриваемых концептов в британском и американском английском. Полученные результаты расширяют научные знания в области концептуальных исследований и способствуют более глубокому пониманию сути изучаемых концептов, представляя интерес для исследователей разных областей: когнитивной лингвистики, культурологии, психолингвистики, лексикологии, лексикографии, вариантологии и социолингвистики. Разные подходы к изучаемому материалу дают возможность провести многосторонний анализ и определить, какое место занимают концепты «улыбка/смех» в сознании современных представителей двух лингвокультур.

Практическая ценность работы состоит в том, что полученные в ходе исследования результаты могут быть применены в разных областях: в разработке теоретических курсов по когнитивной лингвистике, лексикологии, лексикографии, теории английского языка, вариантологии, культурологии, межкультурной коммуникации, регионоведению и для составления практических междисциплинарных курсов английского языка.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Изучение концептов «улыбка/смех» в диахроническом срезе британского варианта английского языка как первичного по отношению к американскому и имеющего значительно более длительную историю существования помогает определить изменения значений слов,

вербализующих данные концепты, а именно: конкретизацию смыслов и расширение контекста их употреблений.

2. Анализ паремиологических единиц (пословиц, поговорок, афоризмов и высказываний известных личностей – носителей языка), представляющих изучаемые концепты и расширяющих модель лексико-семантического поля, дает возможность выявить ценностные доминанты носителей языка с определением положительных/отрицательных значений.
3. Материал видеофрагментов полнометражных и короткометражных кинокартин, особенно значимый в связи со спецификой концептов, имеющих не только вербальное, но и, в первую очередь, невербальное выражение, может наглядно выявить и уточнить дополнительные нюансы актуализации изучаемых концептов. Визуальный ряд способствует лучшему восприятию концептов «улыбка/смех» и выявлению их корреляции; мимика, а также реплики героев и тексты песен из фильмов подтверждают их яркую представленность в языке и, соответственно, значимость в сознании носителей языка.
4. Различная степень представленности концептов «улыбка/смех» и их эмоциональности в двух диалектных вариантах английского языка, выявленная посредством корпусного анализа языковых единиц, выражающих концепты «улыбка/смех», а также приемом анкетирования с участием носителей британского и американского вариантов английского языка позволяет констатировать, что в результате взаимодействия британского и американского вариантов языка, то есть в связи с явлением «глобанглизации»⁴ различия между языковыми средствами выражения концептов «улыбка/смех», характерными для определенного варианта языка, нивелируются.

⁴ Кабакчи В.В. Прошина З.Г. В чужой монастырь со своим лингвокультурным уставом: Обращение//Личность. Культура. Общество. М., 2012. Том XIV. Вып. 1 №69-70. с. 167

5. Использование в интернет-коммуникации графических обозначений, акронимов, аббревиатур и смайликов, замещающих вербальные репрезентанты концептов «улыбка/смех» и свидетельствующих об упрощении языковых форм, способствует усилению контактоустанавливающей функции речи, особенно в контексте межкультурной коммуникации.

Достоверность результатов исследования обусловлена значительным объемом и тщательным анализом разнообразного фактического языкового материала от слов до целых высказываний: лексикографических данных и результатов корпусного анализа, а также афоризмов, текстов песен и реплик героев известных американских фильмов.

Апробация диссертации. Основные положения и результаты проведенного исследования обсуждались на заседании кафедры теории преподавания иностранных языков МГУ имени М.В. Ломоносова в сентябре 2015 г. и отражены в пяти публикациях в периодических изданиях, три из которых входят в перечень Высшей Аттестационной Комиссии. Теоретические и практические результаты исследования на различных стадиях были освещены в рамках докладов, представленных на трех Международных молодежных форумах «Ломоносов-2013», «Ломоносов-2014», «Ломоносов-2015» (МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2013, 2014 и 2015 годы соответственно) и международной междисциплинарной научно-практической конференции «Язык. Перевод. Культура. Коммуникация» (МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2015).

Структура работы определена целями и задачами исследования и включает в себя введение, три главы, заключение, библиографию и приложения. Основной текст диссертации содержит 225 страниц.

Во **Введении** обосновываются выбор темы исследования и ее актуальность; определяются цели и задачи работы, ее научная новизна, теоретическая и практическая значимость; дается характеристика объекта и предмета диссертационного исследования; формулируется гипотеза; описываются материал

и методы его исследования; сообщаются сведения о структуре работы и ее апробации; обосновывается достоверность исследования; приводятся основные положения, выносимые на защиту.

Первая глава посвящена обзору основных этапов изучения концепта, подходов к его изучению в различных областях науки; проводится разграничение концепта и понятия; рассмотрены разные уровни организации концепта и способы его репрезентации. В первой главе также рассмотрен вопрос о соотношении концептов «улыбка/смех».

Во второй главе проводится этимологический анализ базовых номинантов концептов «улыбка/смех» с интерпретацией выявленных оттенков значений; смоделировано лексико-семантическое поле концептов «улыбка/смех», включающее языковые средства выражения изучаемых концептов на разных уровнях (от базовых номинантов-слов до словосочетаний и фразеологизмов с последующим расширением поля до уровня паремиологических единиц, т.е. поговорок, пословиц и афоризмов); рассмотрены способы актуализации концептов «улыбка/смех» в американском кинематографе; проведен анализ реплик героев из фильмов и текстов из песен к фильмам, в которых вербализованы изучаемые концепты.

В третьей главе проводится корпусный анализ базовых номинантов концептов «улыбка/смех» и их ядерных репрезентантов с привлечением корпусов британского и американского вариантов английского языка; предпринята попытка интерпретировать полученные количественные данные и выявить культурно специфичное в репрезентантах; осмысляются результаты опроса с участием носителей двух вариантов английского языка; выявлены тенденции, наметившиеся в отношении репрезентации концептов «улыбка/смех».

В Заключении в обобщенном виде изложены результаты исследования и намечены его перспективы.

ГЛАВА 1. Теоретические предпосылки исследования концептов как категорий лингвистики

1.1. Концепт как «модный» термин. Подходы к изучению концепта

Концепт имеет богатую историю развития как важнейший термин философии, психологии, математической логики и культурологии.

Появилась насущная потребность в определении концепта, чем и обусловлено огромное количество монографий, научных статей и публикаций в конце XX – начале XI вв. Отметим, что неоднозначность термина и появление различных трактовок являются закономерными в период его становления и развития, что порождает множество подходов в понимании данного термина. В настоящий момент формируется тенденция рассматривать концепт с позиций разных областей науки во избежание недостаточности толкования и поверхностного изучения научного явления.

Исследование концепта подразумевает не только истолкование явления и подходы к его определению, но и возможности функционирования, репрезентации и объективации, в частности, с точки зрения лингвистики. Следует оговориться, что изложение теоретического материала не носит исчерпывающего характера, но имеет своей целью показать историю развития и основные тенденции к толкованию термина, существующие в современной лингвистике.

Прежде всего следует обратить внимание на то, что концепт является междисциплинарным образованием и может быть использован в целом ряде наук, а порой и в разных направлениях отдельных областей. Более того, представляется сложным разграничить разные подходы, так как они взаимосвязаны и не предполагают одностороннего изучения явления.

Необходимо подчеркнуть, что термин *концепт* сейчас один из самых распространенных и «модных» в разных гуманитарных науках. Именно этот факт

объясняет тенденцию каждой науки и отдельных ученых интерпретировать и модифицировать его по-своему⁵.

Очевидно, что при определении, как правило, выдвигается одна из наиболее важных составляющих, в то время как другие неотъемлемые компоненты либо не учитываются, либо отвергаются в зависимости от области, к которой относят концепт, или восприятия данного феномена исследователем. Помимо отсутствия однозначного толкования термина, существует множество дискуссионных вопросов, которые связаны с его теорией⁶, в т. ч. о статусе концепта, о его структуре, типологии, об особенностях его репрезентации, о соотношении понятия и концепта, о соотношении концепта и картины мира.

«Мода» на термин концепт в научной и художественной литературе конца XX – начала XXI в. свидетельствует об интересе к реконструкции тех или иных явлений в жизни человека. Как справедливо отмечает Ю.Е. Прохоров, «частотность использования слова «концепт» может соперничать только с количеством разных его интерпретаций»⁷.

Имеет смысл обратиться к истокам концепта, чтобы рассмотреть его развитие и историю употребления. Известно, что в научной латыни слово *conceptus* употребляется редко, и скорее в значении «зачатый», чем «понятие». Что касается итальянского и испанского языков, то концепт (*concetto* и *concepto* соответственно) встречается в текстах художественной литературы, а также фигурирует в большом количестве идиоматических сочетаний. В немецком языке концепт (*Konzept*) используется в значении «набросок». В отношении английского языка, можно сказать, что *concept* – философский термин со значением «понятие а priori», и он вошел в широкое употребление, начиная со второй половины XIX века. Обращаясь к русскому языку, следует подчеркнуть, что концепт начинает встречаться в текстах с 1920х гг., причем до сер.1970х гг. он в основном выступает как полный синоним термина «понятие». Пика

⁵ Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М.: Слово/Slovo, 2008. с. 42

⁶ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с. 52

⁷ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.13

популярности в русском языке данный термин достигает тогда, когда его начинают употреблять для разграничения с «понятием»: «понятия – это то, о чем люди договариваются», и что конструируется для того, чтобы «иметь общий язык» при обсуждении разных вопросов; «концепты же существуют сами по себе, их люди реконструируют с той или иной степенью уверенности»⁸.

Что касается отечественной лингвистики, то термин концепт получил широкое распространение в связи с необходимостью соответствующего перевода в работах зарубежных исследователей. О новизне термина в отечественной науке (в отличие от зарубежной лингвистики) говорит тот факт, что еще в первой половине 70-х годов он не адаптировался как термин в научной литературе и даже по-разному переводился: словосочетание *conceptual representation* передавалось на русский язык как «семантическое представление», *conceptually based* – как «семантически ориентированный», *conceptual dependencies* – «семантические связи», *concepts* – смысловые элементы. Уже в 80-х годах после переводов работ зарубежных авторов «концепт», «концептуализация», «концептуальные сущности» укоренились на русской почве, несмотря на то, что до сих пор нет точной трактовки «концепта»⁹.

В истолковании термина *концепт* к настоящему моменту сформировалось несколько достаточно разнообразных подходов: психологический, логический, философский и культурологический¹⁰.

В современной науке постепенно формируется представление о концепте как о ментальной сущности. Как правило, классифицируя концепт как явление, его можно представить как:

- «Лингвокогнитивное явление (Е.С.Кубрякова);
- психолингвистическое явление (А.А.Залевская);
- базовую единицу культуры (Ю.С. Степанов);
- лингвокультурное явление (С.Г.Воркачев, В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин)»¹¹.

⁸ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.14-15

⁹ Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. с.14-15

¹⁰ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с. 54

Обращаясь к сущности концепта, необходимо выявить, единицей чего он является. Здесь можно перечислить множество толкований:

- «Единица ментальности (В.В.Колесов, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик);
- единица сознания/ментальная структура (Е.С.Кубрякова, А.П. Бабушкин, И.А.Стернин, З.Д.Попова, Г.Г. Слышкин);
- единица языка мысли (С.А.Аскольдов, И.А.Стернин);
- единица языкового видения мира/языковой картины мира и продукт национально-культурной ментальности (Н.Д.Арутюнова, Ю.Д.Апресян)»¹².

Таким образом, можно сказать, что концепт есть некая совокупность набора именованных, отношений, оценок и т.п. явлений действительности. Более того, концепт предстает как некий заместитель: происходит «некоторое замещение некоторой реальности, выработанное в процессе человеческого бытия в этой реальности; это замещение осуществляется не напрямую, а набором различных вербальных и невербальных элементов»¹³. В этой связи следует отметить, что концепт есть «мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода. Концепт может быть заместителем некоторых сторон предмета или реальных действий. Он может быть заместителем разного рода хотя бы и весьма точных, но чисто мысленных функций (в т.ч. математических операций)»¹⁴.

О связи мыслительных операций и концептов пишет и канадско-американский ученый Стивен Пинкер: «Мозг каждого человека содержит лексикон из слов и обозначаемые ими концепты (ментальный словарь), а также набор правил, в соответствии с которыми слова объединяются для передачи отношений между концептами (ментальную грамматику)»¹⁵.

¹¹ Цит. по: Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.20

¹² Там же с.20

¹³ Там же с.63

¹⁴ Аскольдов С.А. Концепт и слово//Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Academia, 1997. с.268-270

¹⁵ Pinker, S. The Language Instinct: How the Mind Creates Language. New York, NY: Harper Perennial, 1995. с.85

В своей монографии «Язык и концептуальное пространство» О.Д.Вишнякова приходит к выводу о том, что концепты – «единицы, с помощью которых человек мыслит, реализует свое восприятие и контактирует с миром»¹⁶.

Интересное наблюдение сделано американским лингвистом Дж.Лакоффом, который вывел теорию «концептуального атомизма»: все категории являются элементарными, либо представляют собой логические комбинации элементарных категорий¹⁷.

Концепт как термин эволюционировал и предстал в несколько ином свете в лингвистике. По-новому данный вопрос освещен в языкознании, где он фигурирует в двух направлениях: в когнитивной лингвистике и в лингвокультурологии.

Совершенно очевидно, что концептуальные исследования являются новым, быстро развивающимся направлением на стыке когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Появление этого направления связано со стремлением не только представить и описать концепты как базовые единицы ментальной сферы и языка, но и выявить, что в них является общим для большинства культур, а что – национально специфичным¹⁸.

Необходимо отметить, что для исследования концептов была выделена концептология как область междисциплинарной когнитивной науки. Это наука о концептах, их содержании и отношениях концептов. В рамках концептологии в настоящее время выделяется лингвистическая концептология – наука, цель которой – описать концепты лингвистическими средствами¹⁹.

Следует также затронуть вопрос концептуализации как явления, тесно связанного с теорией концепта. Под процессом концептуализации понимается «определенный способ обобщения человеческого опыта, который говорящий

¹⁶ Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство/ на материале современного английского языка/Монография. М.: Макс Пресс, 2002. с.33

¹⁷ Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Языки славянской культуры, 2004 с. 222

¹⁸ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с.173

¹⁹ Предисловие В.И. Карасика и И.А.Стернина Антология концептов. Т.1. Под ред. В.И Карасика. И.А. Стернина Волгоград: Парадигма, 2005. с.4

реализует в данном высказывании»²⁰. Многие лингвисты задавались вопросом об абстрактном мышлении и пытались понять, в чем источник способности абстрактно мыслить. Некоторые пришли к выводу, что он заключается в способности концептуализации, которой обладают человеческие существа²¹. У нас у всех есть в распоряжении различные методы концептуализации, как по отношению понимания наших эмоций, так и осмысления природы физической вселенной²².

1.1.1. Первая ступень в понимании концепта: концепт как термин философии

Прежде всего обратимся к толкованию концепта в истории и рассмотрим его научную парадигму. Нужно отметить, что прообразом «концепта» нередко называют учение Платона об идеях, говоря о концепте концепта. «Родителями» термина считаются Петр (Пьер) Абеляр и Гильберт Порретанский. Таким образом, изучение сущности концепта невозможно без обращения к его философскому толкованию.

Следует отметить, что в разное время к термину обращались философы, относящиеся к разным направлениям, соответственно восприятие концепта варьировалось в зависимости от бытующих представлений.

Считается, что термин *концепт* был введен Абеляром в связи с анализом проблемы универсалий, потребовавшим расщепления языка и речи. Под концептом понимался акт «схватывания» вещи в уме субъекта, предполагающего единство замысла и его осуществления в творении. Эти акты «схватывания» выражаются в высказанной речи, которая по Абеляру, воспринимается как «концепт в душе слушателя». Данный принцип связан с идеей «неопределенности вещи, превосходящей рамки понятия, модальным характером знания, при котором приоритетным оказывалось знание диалектическое (формой которого

²⁰ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с.21

²¹ Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Языки славянской культуры, 2004. с.365

²² Там же с.397

был диспут), и комментарием, которого требовало все сотворенное, рассчитанное на понимание и выраженное в произведении»²³. Очевидно, что концепты в таком понимании представляют собой «производное возвышенного духа, или ума, который способен творчески воспроизводить, или собирать (conspicere), смыслы и помыслы как универсальное, представляющее собой связь вещей и речей, и который включает в себя рассудок как свою часть»²⁴.

Гильберт Порретанский также рассматривал концепт с позиции «схватывания вещи» как конкретного целого. По Фоме Аквинскому, если речь идет о слове, то поскольку оно делает внешне очевидным то, что обнаруживается вовне, слова называются только те, что обозначают внутренний концепт в уме, концепт, который кто-то может выразить через внешний знак²⁵.

Интересно заметить, что вопрос о существовании концепта можно обозначить как новый вариант очень старого спора о реальности концептов, который был поднят схоластами Средневековья. Схоласты соответственно делились на «реалистов» (с их принципом: «общее реально до вещей; универсалии, общие понятия реально существуют вне человеческого ума, они имеют идеальную природу); «номиналистов» (с противоположным принципом: «универсалии – это лишь имена после вещей», реальны только отдельные единичные вещи) и «концептуалистов», которые занимали компромиссную позицию²⁶.

На разнообразные формы «схватывания» обратили внимание И.Кант, затем Ф.Шеллинг, определяя их через фигуры творчества. В XX веке идеи концепта прослеживаются в персоналистских философиях, которые ставили во главу угла идею произведения (М.М.Бахтин, В.С.Библер)²⁷. В качестве термина концепт присутствует и в постмодернистской философии²⁸.

²³Цит. по: Новая философская энциклопедия. Т.2. М.: Мысль, 2010. с.306-307

²⁴Неретина С.С. Тропы и концепты. М., 1999. с. 29

²⁵Цит. по: Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.32

²⁶Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М., 1997. с.44

²⁷Цит. по: Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.32

²⁸Новая философская энциклопедия. Т.2. М.: Мысль, 2010. С.306-307

Вообще говоря, концептуальный анализ привлекателен для философов, так как они всегда конструируют мысленные эксперименты.

К онтологии концепта неоднократно обращались сторонники теории репрезентативного интеллекта (RTM), в т.ч. Дж.Локк и Д.Юм, называя наиболее простые представления идеями и принимая их за ментальные образы²⁹. Таким образом, в данном случае концепт выступает как ментальная репрезентация. Он по умолчанию рассматривается как ментальный репрезентант в когнитивной науке в работах многих зарубежных исследователей (Р.Милликана, Дж.Фодора, Г.Хармэна, Э.Марголиса и С.Лоуренса)³⁰. Они придерживаются мнения, что концепты как ментальные репрезентации играют важнейшую роль в образовании мыслей. В исследованиях других лингвистов концепты рассматриваются как способность, например, способность отличать предмет А от предмета Б и делать соответствующие выводы (Даммит, Бэннет&Хэкер). Некоторые считают, что концепты априорны и независимы от языка, а язык лишь средство передачи мысли (С.Пинкер). Другие утверждают, что хотя бы некоторые типы мышления (и соответственно, концепты) возникают во внутренней системе репрезентации, составляющей нашу языковую компетенцию (Дж.Каррутерс, Э.Спелке)³¹. Касательно порядка мысли и языка, мнения исследователей разделились: одни утверждают, что язык сам по себе должен быть изучен, и мысль предшествует ему, т.е. сначала возникает концепт, а его имя следует за ним; другие полагают, что мысль возникает в самом языке, и язык порождает мысль.

1.1.2. Концепт vs. понятие

Одним из самых дискутируемых вопросов в современной науке является определение соотношения между концептом и понятием.

²⁹ Цит. по: Stanford Encyclopedia of philosophy <http://plato.stanford.edu/entries/concepts/#OntCon> Дата обращения: 15.03.2013

³⁰ Там же.

³¹ Там же.

К примеру, французские мыслители Жиль Делез и Феликс Гваттари снимают проблему различия понятия и концепта, ибо для них все - *le concept*. Все философы – от Платона до Бергсона, в т.ч. Гегель и Фейербах, по их мнению, создавали концепты³². Концепт – это событие, а событие – это не понятие. Приписываемая им противоречивость есть как раз результат их несовместимости³³.

Необходимо подчеркнуть, что концепт как понятие трактуют сторонники логического моделирования семантики. В этом случае концепт определяется как мысль, «содержащая в обобщенной форме предметы и явления действительности путем фиксации их свойств и отношений (концепт от лат. *conceptus* – содержание понятия)³⁴.

Выявляя отличие понятия, следует отметить, что понятие есть объективное идеальное единство различных моментов предмета и связано со знаковыми и значимыми структурами языка, выполняющего функции становления мысли, независимо от общения. Это итог, ступени или моменты познания. Напротив, концепт формируется речью³⁵. Он предельно субъективен, изменяя душу индивида, обдумывающего речь, и при своем оформлении в концепцию предполагает другого субъекта (слушателя, читателя)³⁶.

Разграничивая термины «концепт» и «понятие», важно учитывать то, что понятие имеет логическую, рациональную основу, независимо от его принадлежности, и служит для передачи важных признаков предмета. По мнению Л.О.Чернейко, понятие «имеет логическую, рациональную основу, независимо от его принадлежности»³⁷. Концепт, в свою очередь, «выступает как конструкт, репрезентирующий ассоциативное поле имени, но не равный ему»³⁸. Сущность

³² Неретина С.С. Тропы и концепты. М., 1999. с.30

³³ Там же с.32

³⁴ Бунева Е.С. Концептологическая модель признака старшинства// Языковая личность: культурные концепты: Сб. научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. с.35

³⁵ Неретина С.С. Тропы и концепты. М., 1999. с.28

³⁶ Там же с.30

³⁷ Цит. по: Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство/ на материале современного английского языка/Монография. М.: Макс Пресс, 2002. с.19

³⁸ Там же. с.19

концепта в том, что он способен отражать общие признаки предмета и по своей структуре намного шире: в структуру концепта включены также «фрагменты жизненного опыта, т.е. ассоциации, эмоции, образы, оценки, истории, понятия и контексты его употребления»³⁹.

Обращаясь к исследованию П.Абеляра, можно сказать, что концепт как высказывающая речь не тождественен понятию. Концепт формируется речью в «пространстве души», в общении⁴⁰. Концепт, в отличие от формы «схватывания» в понятии, связанного с формами рассудка, есть производное возвышенного духа (ума), который способен творчески воспроизводить, или собирать смыслы и помыслы как универсальное, представляющее собой связь вещей и речей, и который включает в себя рассудок как свою часть.

Ю.С.Степанов рассматривал концепт и понятие как явления одного и того же порядка. Однако он подчеркнул, что концепт и понятие – термины разных наук; второе употребляется главным образом в логике и философии, тогда как первое, концепт, является термином отрасли логики – в математической логике, а в последнее время закрепилось также в науке о культуре, в культурологии⁴¹. С позиции математической логики, термином концепт называют лишь содержание понятия; таким образом термин концепт становится синонимичным термину смысл⁴².

Многие в т.ч. современные исследователи не заметили введения нового термина для обозначения смысла высказывания, поэтому в большинство философских словарей и энциклопедий концепт отождествляется с понятием. Между тем концепт и понятие необходимо четко различать друг от друга. Потребность в понятии и обусловленное этим стремление к уяснению должны предшествовать слову, которое есть выражение полной ясности понятия⁴³.

³⁹ Молчанова Г.Г. Методы исследования в межкультурной коммуникации: символ как когнитивная память культуры//Вестник Московского унив-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2011. №1. с.8

⁴⁰ Неретина С.С. Тропы и концепты. М., 1999. с.29

⁴¹ Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М., 1997. С.40

⁴² Там же с.42

⁴³ Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. /Общ.ред. Рамишвили Г.В. М.: ОАО ИТ “Прогресс”, 2000. с.57

Можно согласиться с убеждением В.В.Колесова, что концепт – «зернышко первосмысла, из которого произрастают в процессе коммуникации все формы воплощения в действительности»⁴⁴.

Таким образом, можно проследить, как эволюционировало соотношение концепта и понятия. Начиная с XIV века с возникновением онтологического преположения об однозначности бытия, идея концепта стала исчезать. В Новое время, характеризующееся научным способом познания, концепт полностью был замещен понятием как наиболее адекватным постижением истинности вещи, представленной как объект и не требующей осуждения⁴⁵.

Учитывая все данные обстоятельства, необходимо подчеркнуть, что концепт обладает более объемным содержанием, в отличие от понятия.

1.1.3. Концепты в языкознании. Концептуальный анализ.

Концепт имеет немаловажное значение в истории языкознания, поэтому следует обратиться к обозначению данного термина в разных направлениях.

Концептуальный анализ как важнейшая операция при исследовании концептов в лингвистике проводится в несколько этапов. Во-первых, необходимо определить вид и тип концепта, изучить этимологию базовых номинантов концепта для выявления особенностей его исторического развития. Во-вторых, следует установить, какие репрезентанты концепта относятся к ядру и к периферии концепта. В-третьих, важно провести семантический и компонентный анализ слов, представляющих концепт. Анализ лексических знаний номинантов, репрезентирующих концепт необходим для следующего этапа – установления способов категоризации в языковой картине мира. Представляется целесообразным исследовать все способы концептуализации как переосмысления лексемы на разных уровнях (от слов, словосочетаний, фразеологизмов до паремий и афоризмов народа) с выявлением этноспецифических особенностей. Отметим,

⁴⁴ Колесов В.В. Жизнь происходит от слова. СПб.: Златоуст, 1999. с.81

⁴⁵ Новая философская энциклопедия. Т.2. М.: Мысль, 2010. с.306-307

что именно интерпретативный (т.е. с применением методики интерпретации) семантический анализ устойчивых выражений и ценностно-маркированных высказываний (афоризмов, пословиц и цитат)⁴⁶ в большей мере позволяет определить ценностный компонент и, соответственно, связь концепта с ценностями данного этноса. Внимания заслуживают, таким образом, методы контекстуального и дефиниционного анализа, а также прием количественного подсчета единиц, репрезентирующих концепт. Обобщая свойства концепта в определенной лингвокультуре, можно прийти к выводам о его изменениях, произошедших с течением времени. О.А.Ксензенко отмечает, что изучение таких дискуссионных вопросов, как «специфика коммуникативного поведения в определенных ситуациях» и «значимость культурного фона того или иного коммуникативного пространства» влечет за собой «развитие новых направлений, в том числе когнитивной лингвистики»⁴⁷. Таким образом, исследование концептов в русле новых направлений способно пролить свет на особенности их функционирования.

1.1.4. Концепт в когнитивной лингвистике

Известно, что в основном выделяют два подхода в изучении концепта: лингвокогнитивный и лингвокультурологический. Причем такое разделение стало актуальным, начиная с конца XX века.

Когнитивный аспект в изучении концепта определяют как отечественные, так и зарубежные ученые: А.П.Бабушкин, Дж.Лакофф, Е.С.Кубрякова, С.Пинкер, З.Д.Попова, И.А.Стернин, Н. Хомский.

Е.С.Кубрякова рассматривает концепт как «связующее звено между мышлением и языком; как единицу сознания, отражающую человеческий опыт»; как единицу «ментальных и психических ресурсов нашего сознания и той

⁴⁶ Карасик В.И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. – с. 32

⁴⁷ Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. С. 43–44.

информационной структуры, которая отражает знания и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике»⁴⁸. Таким образом, концепт отображает смыслы, которыми оперирует человек в процессе мышления и которые содержат опыт и знание, а также результаты всей человеческой деятельности и процессов познания мира⁴⁹.

И.А.Стернин определяет концепт как комплексную мыслительную единицу, которая в процессе мыслительной действительности поворачивается разными сторонами, актуализируя свои разные признаки и слои.

Зарубежные ученые также рассматривают когнитивный аспект: согласно исследованию Лакоффа, концептуальные категории являются исключительно ментальными репрезентациями категории в мир⁵⁰. Заслуживает внимания и мнение американского лингвиста Ноама Хомского относительно идеи врожденных языковых способностей. Он приходит к выводу о том, что концепты являются врожденными и доступны человеку с самого рождения, т.е. все мы приходим в этот мир со своими представлениями о нем⁵¹. Как отмечает О.Д. Вишнякова, некоторые фундаментальные понятия присутствуют в сознании ребенка уже к моменту овладения языком⁵².

Как подчеркивает К.Харди, концепт является «конstellацией элементов и процессов всех возможных видов»⁵³. Можно было бы обозначить концепт как глобальную мыслительную единицу, представляющую собой квант структурированного знания. Это идеальная сущность, которая формируется в сознании человека из его непосредственного опыта – восприятия действительности органами чувств.

⁴⁸ Цит. по: Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.18

⁴⁹ Там же с.25

⁵⁰ Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Языки славянской культуры, 2004. с.480

⁵¹ Chomsky A.N. Language in a Psychological Setting // *Sophia Linguistica* (Tokyo), 1987, v. 22, p. 22.

⁵² Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство/ на материале современного английского языка/Монография. М.: Макс Пресс, 2002. с.15

⁵³ Цит. по: Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.23

Немаловажным является тот факт, что в когнитивной лингвистике исследуется семантика единиц, репрезентирующих и вербализующих в языке тот или иной концепт. Такое исследование позволяет получить доступ к содержанию концептов как мыслительных единиц⁵⁴.

1.1.5. Концепт в лингвокультурологии

В лингвокультурологической традиции концепт рассматривается в исследованиях С.Г.Воркачева, В.И.Карасика, Н.А.Красавского, Г.Г.Слышкина, М.В.Пишеновой.

К примеру, Г.Г. Слышкин определяет концепт как единицу, призванную связать воедино научные изыскания в области культуры, сознания и языка, т.к. он принадлежит сознанию, детерминируется культурой и определяется в языке. Более того, С.Г. Воркачев также по умолчанию оперирует «лингвокультурным концептом», отмечая особенность данной характеристики: «лингвокультурные концепты» являются некими «вербализованными смыслами, семантическими единицами «языка» культуры». Представляется важным то, что отличительным признаком лингвоконцепта является его этнокультурная специфика⁵⁵.

Кажется вполне мотивированным, что В.И. Карасик и Г.Г.Слышкин видят отличие лингвокогнитивного и лингвокультурологического подхода в ценностном компоненте, входящем в лингвокультурологический аспект, так как концепт служит исследованию культуры, в основании которой лежит именно данный принцип⁵⁶. Отсюда следует, что культурный компонент играет важнейшую роль и отражает национальные особенности.

По мнению Н.А. Красавского, изучение концептов как «содержательно и структурно сложных вербализованных мыслительных конструкторов» с учетом

⁵⁴ Попова З.Д. Стернин И.А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с.7-8

⁵⁵ Воркачев С.Г. Постулаты лингвоконцептологии// Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с. 11

⁵⁶ Карасик В.И. Слышкин Г.Г. Базовые характеристики лингвокультурных концептов// Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с.14

лингвокультурного подхода позволяет определить культурные доминанты и выявить особенности мышления у представителей определенной ментальности⁵⁷.

В современной науке прослеживается тенденция к формированию представления о концепте как об «отпечатке духовного опыта человека определенной культуры»⁵⁸. Изменения в толковании концептов и в методиках их анализа закономерны: «... с изменением окружающего нас мира – как в более быстро изменяющихся политическом и экономическом планах, в постепенно, но ощутимо изменяющихся планах социальном и культурном – неизбежно должно происходить изменение парадигмы научного знания»⁵⁹.

В.И. Карасик отмечает, что именно концепты способны передать значимые фрагменты опыта⁶⁰ представителей определенной культуры. Важнейшим компонентом является ценностный: он отображает наиболее типичные для данной ментальности характеристики. В процессе исследования концептов с учетом лингвокультурологического подхода представляется необходимым обратиться к методу построения лексико-семантического поля для описания языковых единиц, которые отображают тот или иной сегмент лексико-семантического поля. Таким образом, изучение репрезентантов концепта позволяет пролить свет на те черты, которые отличают одну лингвокультуру от другой.

Отмечая разнообразие в понимании концепта, следует отметить, что лингвокогнитивный и лингвокультурный подход не являются взаимоисключающими: концепт как ментальное образование в сознании индивида есть выход на концептосферу социума, т.е. в конечном счете на

⁵⁷ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. – с. 6-7

⁵⁸ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с. 59

⁵⁹ Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламования. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. С. 43

⁶⁰ Карасик В.И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. с. 24

культуру, а концепт, рассматриваемый в качестве единицы культуры есть фиксация коллективного опыта, который становится достоянием индивида⁶¹.

1.1.6. Альтернативные варианты понимания концепта

Немаловажными являются и другие подходы в исследовании концепта помимо собственно лингвистических.

При подходе с позиций психолингвистики концепт трактуется как некое мысленное образование, имеющее заместительную функцию. На первое место выходят при этом субъектно-значимые характеристики концепта в сознании участников общения, сводящиеся, как правило, к разным образам, которые являются устоявшимися и типичными для социальных отношений формами индивидуальной и групповой жизни и деятельности людей⁶². В таком случае концепт выступает как познавательная психическая структура.

При психолингвистическом подходе концепт может быть также определен как блок знаний, представляющих собой совокупность конкретно-образных и понятийных элементов в психике человека⁶³.

Интересное мнение было высказано Д.С.Лихачевым: «любой человек является своего рода «концептоносителем», который умеет расшифровать концепт в зависимости от ситуационного контекста, а также культурного опыта, культурной индивидуальности»⁶⁴.

Другие способы определения концепта также отражают их индивидуальное восприятие явления. К примеру, Анна Вежбицкая видит концепт как объект из мира «Идеальное», имеющий имя и отражающий культурно-обусловленное представление человека о мире «Действительность»⁶⁵. В соответствии с подходом Вежбицкой, любой концепт, закодированный в той или

⁶¹ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.24

⁶² Бунева Е.С. Концептологическая модель признака старшинства// Языковая личность: культурные концепты: Сб.научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. с.35

⁶³ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.26

⁶⁴ Бунева Е.С. Концептологическая модель признака старшинства// Языковая личность: культурные концепты: Сб.научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. с.35

⁶⁵ Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. с.15

иной языковой единице какого-либо из естественных языков, может быть представлен в виде определенной конфигурации элементарных смыслов.⁶⁶ Вежбицкой принадлежит разработка «учения о семантических универсалиях, представляющих собой концепты, общие для различных языков мира»⁶⁷.

Ю.С. Степанов отмечает, что концепт – это «сгусток культуры в сознании человека: то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек – рядовой, обычный человек, не «творец культурных ценностей» - сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее»⁶⁸. Более того, концепты «не только мыслятся, они переживаются. Они – предмет эмоций, симпатий и антипатий, а иногда и столкновений. Концепт – это основная ячейка культуры в ментальном мире человека»⁶⁹.

С такой позицией соглашается Н.Д.Арутюнова: «концепты образуют своего рода культурный слой, посредничающий между человеком и миром»⁷⁰. Необходимо отметить, что каждая языковая личность многократно индивидуальна в своих культурных концептах. Последние могут быть непереводаемыми (неперевыражаемыми) на другие культурные планеты, чем обусловлена языковая лакунарность⁷¹.

1.2. Организация концепта и его функционирование

1.2.1. Концепт как фрагмент картины мира

Прежде всего следует заметить, что «опредмечивание» действительности в языковом сознании происходит на уровне концептов⁷².

⁶⁶ Шмелев А.Д. Могут ли слова языка быть ключом к пониманию культуры?//Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. с. 8

⁶⁷ Цит.по: Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство/ на материале современного английского языка/Монография. М.: Макс Пресс, 2002. с.18

⁶⁸ Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М., 1997. с.40

⁶⁹ Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М., 1997. с.40

⁷⁰ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.18

⁷¹ Шаховский В.И. Эмоциональные культурные концепты: параллели и контрасты//Языковая личность: культурные концепты: Сб.научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. с.86

⁷² Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996 с.95

Следует сразу же оговориться, что «концептуальная система — это основа языковой картины мира. Концепты как составные части концептуальной системы — объективируются в языке в виде слов или сочетаний слов, в которых «прочитываются» признаки фрагментов языковой картины мира. Более того, концепт — это некое представление о фрагменте мира или части такого фрагмента, имеющее сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными языковыми способами и средствами. Концептуальный признак объективируется в закрепленной и свободной формах сочетаний соответствующих языковых единиц — репрезентантов концепта. Концепт отражает категориальные, ценностные и символические характеристики знаний о некоторых фрагментах мира»⁷³.

Таким образом, получается, что концептуальная картина мира — это «отражение реальной картины через призму понятий, на основе представлений человека, полученных с помощью органов чувств и прошедших через его сознание, как коллективное, так и индивидуальное. Это образ мира, преломленный в сознании человека, то есть мировоззрение человека, создавшееся в результате его физического опыта и духовной деятельности»⁷⁴. Она специфична у разных народов, что обусловлено целым рядом факторов: географией, климатом, природными условиями, историей, социальным устройством, верованиями, традициями, образом жизни и т.п.⁷⁵

1.2.2. Концептуальная картина vs. языковая картина

В истории науки часто выделяли две формы картины мира: концептуальную (в иной терминологии — когнитивная) и языковую. Г.А. Брутян в своей статье в 1973 г. одним из первых четко их разграничивает. Такое сопоставление, с его точки зрения, позволит раскрыть связь языка и мышления в

⁷³ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с. 113

⁷⁴ Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М.: Слово/Slovo, 2008. с.23

⁷⁵ Там же с. 23

процессе познания, обозначить роль языка в формировании картины мира в сознании людей и более полно представить проекцию окружающей действительности в нашем сознании. Концептуальная картина мира была определена как «не только знание, которое выступает как результат мыслительного отражения действительности, но и итог чувственного познания, в снятом виде содержащийся в логическом познании». Соответственно, языковая картина мира понимается исследователем как «вся информация о внешнем и внутреннем мире, закрепленная средствами живых, разговорных языков»⁷⁶. Практически сразу же за разведением этих двух понятий в лингвистических исследованиях возникает вопрос о соотношении концептуальной и языковой картин мира. Выделяются несколько подходов: согласно первому, языковая картина шире концептуальной, согласно второму, они совпадают и идентичны, а согласно третьему, концептуальная картина мира признается более масштабной по сравнению с языковой⁷⁷.

Более того, необходимо также разграничивать научную и наивную картину мира. Под научной картиной мира в данный момент понимают «систему наиболее общих представлений о мире, вырабатываемых в науке и выражаемых с помощью фундаментальных понятий и принципов этой науки, из которых дедуктивно выводятся основные положения данной науки»⁷⁸.

По мнению исследователя С.Г.Воркачева, «наивная картина мира» как «факт обыденного сознания воспроизводится пофрагментно в лексических единицах языка, однако сам язык непосредственно этот мир не отражает, он отражает лишь способ представления (концептуализации) этого мира национальной языковой личностью»⁷⁹.

Большинство лингвистов склонно определять языковую картину мира как «наивную» (С.Г.Воркачев, Е.И.Зиновьева, М.В.Пименова). Следовательно,

⁷⁶ Пименова М.В. Методология концептуальных исследований//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с. 35-36

⁷⁷ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011.с.35-36

⁷⁸ Там же с.41

⁷⁹ Там же с.45

языковая картина мира – результат отражения объективного мира обыденным (языковым) сознанием того или иного языкового сообщества.

Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, языковая картина отражает реальность средствами языка через культурную картину мира («язык как зеркало культуры»). Слово объективирует «не сам предмет реальности, а то его видение, которое навязано носителю языка имеющимся в его сознании понятием об этом предмете»⁸⁰. Языковая картина мира различна у разных народов, что выражено в принципах категоризации действительности и материализуется в лексике и в грамматике⁸¹. Это утверждение подразумевает взаимосвязь коллективного опыта определенного этноса (обычаи, традиции и особенности мировоззрения) со словесной репрезентацией явлений, в которой выражены все важнейшие социолингвистические характеристики.

Совершенно очевидно, что в настоящий момент практически общепринятым является положение о несовпадении концептуальной и языковой картин мира, при этом подчеркивается глобальность, объемность концептуальной картины мира по сравнению с языковой. Языковой мир рассматривается как репрезентант концептуального мира, который, в свою очередь, репрезентирует реальный объективный мир⁸². Языковая картина мира обозначает основные элементы концептуальной картины мира и репрезентирует концептуальную картину мира средствами языка.

1.2.3. Концептуальная система, концептуальное пространство и концептосфера

Следует отметить, что структуры, которые образуют нашу концептуальную систему, берут свое начало в чувственном опыте и осмысляются в его терминах; более того, ядро нашей концептуальной системы непосредственно

⁸⁰ Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М.: Слово/Slovo, 2008. с.23

⁸¹ Там же с.24

⁸² Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с.37

зидается на восприятии, движениях тела и опыте физического и социального характера⁸³. Нельзя сказать, что концептуальные системы людей являются монолитными. У каждого из нас свое понимание опыта, особенно в областях эмоций и мысли⁸⁴. Более того, концепты, которые управляют мышлением, невозможно считать просто порождениями ума. Они оказывают влияние на нашу повседневную деятельность, структурируют наши ощущения, поведение, наше отношение к другим людям. Следовательно, концептуальная система играет важнейшую роль в определении реалий повседневной жизни. Коммуникация базируется на той же концептуальной системе, используемой в мышлении и в деятельности, поэтому язык предстает неким источником данных⁸⁵.

Подчеркнем, что осмысление человеком поступающей к нему информации сопровождается процессом концептуализации, т.е. образованием концептов, концептуальных структур и целой концептуальной системы в человеческом сознании.⁸⁶ Новая информация о мире воспринимается каждым индивидом на базе той, которой он уже располагает. Данная система информации о мире и есть система определенных представлений человека о мире⁸⁷. Таким образом, концептуальная система понимается как «ментально-лингвальная комплексная система, включающая деятельность человеческого мозга по восприятию, пониманию, оценке, хранению, порождению, преобразованию и передаче информации»⁸⁸.

Термин концептосфера был введен Д.С.Лихачевым: «В совокупности потенции, открываемые в словарном запасе отдельного человека, как и всего языка в целом, мы можем назвать концептосферами⁸⁹. Концептосфера здесь определяется как «что-то (в сознании и языке), что определяет (называет,

⁸³ Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Языки славянской культуры, 2004. с.13

⁸⁴ Там же с.396

⁸⁵ Лакофф Дж. Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. с.25

⁸⁶ Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство/ на материале современного английского языка/Монография. М.: Макс Пресс, 2002. с.10

⁸⁷ Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство/ на материале современного английского языка/Монография. М.: Макс Пресс, 2002. с.16

⁸⁸ Там же с.17

⁸⁹ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.89

представляет в виде образов) некоторые явления (понятия, действия, состояния, принципиально важные для бытия людей и их общения (в т.ч. и речевого), причем это что-то имеет как всеобщую, так и национально-детерминированную значимость и временную устойчивость, и это что-то – не единично, их некоторое (конечное или бесконечное) количество, и они объединены в некоторую систему (совокупность), которая из них и состоит и существует сама как таковая. Это и есть концепт, а их совокупность – концептосфера»⁹⁰. В лингвистической концептологии концепт обозначен как единица национального когнитивного сознания для моделирования и описания национальной концептосферы⁹¹.

Немаловажным представляется также выделение «концептуального пространства», которое являет собой общность основных структурных компонентов организации человеческого бытия, обеспечивающих существование человека в реальном пространстве⁹².

1.2.4. Типология концепта

Отметим, что между концептами разных типов не существует четких границ, они обладают подвижностью, способны исчезать со временем и возрождаться заново. Коллективный характер концептов обусловлен единством мира, который постигается сознанием носителей языка⁹³.

В ходе исследования следует обратиться к классификации параметрических и непараметрических концептов:

1) «параметрические концепты как ментальные образования имеют общечеловеческую природу» и содержат «реальные характеристики объектов (пространство, время, количество)»⁹⁴;

⁹⁰ Там же с.9

⁹¹ Попова З.Д. Стернин И.А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с.10

⁹² Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.102

⁹³ Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. с.95

⁹⁴ Карасик В.И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. с.29

2) непараметрические концепты представляют предметное содержание и могут быть разделены на нерегулятивные и на регулятивные (с ценностным компонентом)⁹⁵.

Отметим, что более интересными для рассмотрения с позиций лингвокультурного подхода являются регулятивные концепты, так как они содержат ценностную составляющую и позволяют выявить типизированные характеристики данной ментальности.

Академик Ю.С. Степанов предлагал разграничивать концепты «рамочные» и концепты «с плотным ядром», которые относятся к философским разделениям понятий на «априорные» (доопытные) и «апостериорные» (опытные, эмпирические)⁹⁶.

Важной в этой связи представляется и теория А.П. Бабушкина, который разработал типологию концепта, включив в иерархию видовых образований концепты-фреймы, концепты-схемы, концепты-гиперонимы, концепты-инсайты и концепты-сценарии.

Фреймы в языке – это «лексические ряды, постигаемые как целостные сущности, элементы, которые называют отдельные части понятийных структур. Фрейм может пониматься как «квант знаний человека об окружающем мире»⁹⁷. Как отмечал известный филолог Т.Л. ван Дейк, фреймы «являются единицами, организованными «вокруг» некоторого концепта. Он аргументирует свою позицию тем, что в отличие от простого набора ассоциаций эти единицы включают в себя основную, типичную и потенциально возможную информацию, ассоциирующуюся с тем или иным концептом⁹⁸. Таким образом, фрейм – это совокупность хранимых в памяти ассоциаций. С точки зрения теории фреймов, человек, сталкиваясь с той или иной ситуацией, «извлекает из памяти «готовый» фрейм, который позволяет ему действовать соответствующим образом⁹⁹.

⁹⁵ Там же. с.30

⁹⁶ Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М., 1997. с.76-77

⁹⁷ Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. С.26

⁹⁸ Там же с.25

⁹⁹ Там же с.56

«Схемы» реализуются в пространственных (объемных и контурных) схемах: слово «река» может репрезентироваться в сознании в виде голубой ленты, ниточки, извилистой линии, как на детском рисунке или географической карте)¹⁰⁰. Концепты-гиперонимы бывают двух типов: гиперонимы-схемы (имеют некую образность) и гиперонимы как логически-сконструированные концепты (образность равна нулю, т.е. концептуальная основа обозначающих их слов сводится исключительно к вербальному определению)¹⁰¹.

Что касается концептов-инсайтов, они определяются как «упакованная» в слове информация о конструкции, внутреннем устройстве или функциональной предназначенности предмета¹⁰². Такую характеристику заключают в себе словарные дефиниции лексем, известных любому человеку, поэтому их не нужно истолковывать подробно. Концепт-сценарий («скрипт» или «сценарий») – это особый вид концепта, который реализует в плане своего содержания идею развития и носит сюжетный характер (например, сценарий «лекция»).

Следует отметить, что концепт «совесть» и ему подобные можно назвать «калейдоскопическими», так как они не имеют постоянных, фиксированных ассоциатов, развертываясь то в виде мыслительных картинок, то в виде фрейма, схемы или сценария. Концепты «мир», «человек», «уединение», «одиночество» М.Хайдеггер называет «захватывающими экзистенцию», «охватывающими целое», потому что в них выражается бытийная проблематика¹⁰³. Четкой границы между различными по типу концептами не существует. К примеру, концепт «лес» может быть воспринят как мыслительная картинка, как схема и как фрейм¹⁰⁴.

1.2.5. Концептуальные метафоры

Согласно исследованиям западных ученых, концепты могут изучаться с позиций метафорического моделирования. Основоположниками теории

¹⁰⁰ Там же с.48

¹⁰¹ Там же с.51

¹⁰² Там же с.56

¹⁰³ Там же с.64-65

¹⁰⁴ Там же с.63

концептуальной метафоры являются Дж.Лакофф и М.Джонсон. Следует подчеркнуть, что суть метафоры – это понимание и переживание сущности одного вида в терминах сущности другого вида¹⁰⁵. Метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление и деятельность. «Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична»¹⁰⁶.

Вообще говоря, все метафоры основаны на идее переноса. Еще Аристотель указывал на тот факт, что метафора – это имя, перенесенное с рода на вид, или с вида на род¹⁰⁷.

Процессы человеческого мышления во многом метафоричны. Это то, что имеется в виду, когда мы говорим, что концептуальная система человека структурирована и определена с помощью метафоры¹⁰⁸.

Метафорический концепт организован системно. В связи с соотношенностью метафорических выражений в языке с метафорическими концептами, можно использовать метафорические выражения для изучения природы метафоры, концептов и для понимания метафорической природы человеческой деятельности¹⁰⁹.

Обратимся к типологии базовых метафор Дж.Лакоффа и М.Джонсона:

- 1) «Структурные – одно понятие упорядочивается в терминах другого (любовь/жизнь – это путешествие);
- 2) Ориентационные – организация целой системы по образцу некоторой другой системы (радость, здоровье, успех – «верх»; грусть, болезнь, неудача – «низ»);
- 3) Онтологические – осмысление опыта в терминах объектов, веществ и субстанций (инфляция – это сущность, психика – хрупкий предмет);

¹⁰⁵ Лакофф Дж. Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. с.27

¹⁰⁶ Лакофф Дж. Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. с.25

¹⁰⁷ Пименова М.В. Методология концептуальных исследований//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с. 81

¹⁰⁸ Лакофф Дж. Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. с.27

¹⁰⁹ Лакофф Дж. Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. с.28

4) Метафоры канала связи представляют процесс коммуникации как движение смыслов, наполняющих языковые выражения по каналу, связующему говорящего и слушающего;

5) Строительные (метафоры конструирования) – представляют смысл крупных речевых произведений как «конструкцию» из менее мелких «блоков» - смыслов (суждения имеют «фундамент»);

6) Контейнерные – представляющие смыслы как наполнение конкретных языковых единиц (сердце – это сосуд, переполненный эмоциями)¹¹⁰.

В языке концептуальные метафоры используются при описании одного фрагмента мира сквозь призму другого фрагмента.¹¹¹

По мнению исследователя Форрестера, метафорические словосочетания понимаются не буквально, а в переносном смысле именно потому, что за ними стоят заранее известные носителям языка концептуальные конструкты¹¹².

Особенность концептуальной метафоры в том, что в ее основе лежат не значения слов, а сформированные в сознании человека концепты, поэтому метафоре отводится важнейшая роль в осмыслении и структурировании действительности.

1.2.6. Структура концепта

Следует сразу же обратиться к определению структуры концепта. По утверждению М.В.Пименной, структура концепта – «это совокупность обобщенных признаков, необходимых и достаточных для идентификации предмета или явления как фрагмента картины мира»¹¹³.

Попытка классифицировать концепт по структуре была предпринята Ю.Е.Прохоровым. Концепт имеет: «а) этимологический и актуальный слой

¹¹⁰ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с. 83-84

¹¹¹ Пименова М.В. Вегетативные признаки концептов внутреннего мира// Менталитет. Концепт. Гендер. Отв. ред. Пименов Е.А., Пименова М.В., Ландау: Verlag Empirische Padagogic, 2000. с.122

¹¹² Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1999. с.15

¹¹³ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011.с.17

(Ю.С.Степанов); б) ядро и периферию (З.Д.Попова), в) моделировать структуру концепта в принципе невозможно»¹¹⁴. Более того, можно выделить концепт-минимум и концепт-максимум (А.Вежбицкая), узловой и атомарный концепт, микро- и макроконцепт, суперконцепт, групповой (профессиональный, национальный или цивилизационный) и индивидуальный концепты, имена, уникалии и универсалии, этно-культурные и социокультурные концепты¹¹⁵.

Концепт считается внутренне структурированным и включает «чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле»¹¹⁶. В состав информационного содержания концепта входят несколько секторов или слоев, некоторые из которых представляются отдельными лексемами или отдельными значениями тех или иных лексем.

Следует также обратить внимание на структуру лингвокультурного концепта, в составе которого можно отметить ценностный, образный и понятийный (фактуальный) компоненты. Фактуальный компонент хранится в сознании в вербальной форме (это то, как мы можем обозначить концепт, раскрыть его место в системе концептов). Образный же компонент невербален и поддается лишь описанию и интерпретации¹¹⁷.

И.А. Стернин в структурном отношении выделяет одноуровневые, многоуровневые и сегментные типы концептов. Он также утверждает, что любой концепт, независимо от его типа, имеет базовый слой — определенный чувственный образ. Академик Ю.С. Степанов пишет о трех слоях концепта. В частности, он выделяет 1) активный слой (основной актуальный признак, известный каждому носителю культуры и значимый для него, 2) пассивные слои — дополнительные признаки, актуальные для отдельных групп носителей культуры, 3) внутреннюю форму концепта (неосознаваемую в повседневной

¹¹⁴ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.21

¹¹⁵ Там же с.22

¹¹⁶ Попова З.Д. Стернин И.А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с.9

¹¹⁷ Карасик В.И. Слышкин Г.Г. Базовые характеристики лингвокультурных концептов// Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с.15

жизни, известную лишь специалистам, но определяющую внешнюю, знаковую форму выражения концептов¹¹⁸.

Более того, можно классифицировать концептуальную структуру согласно базовым (первичным) и образным (вторичным) признакам. Базовые признаки могут быть сформированы мотивирующим признаком, закрепленным во внутренней форме слова, понятийными признаками, актуализированными в словарных дефинициях соответствующей лексемы – репрезентанта концепта – в виде семантических компонентов, а также в виде синонимов¹¹⁹.

1.2.7. Концепт и его репрезентация

Концепт репрезентируется (иначе говоря, объективируется, актуализируется, реализуется или вербализуется) в языке. Вопрос о соотношении концепта и слова является одним из самых основных. По традиции, идущей от С.А. Аскольдова-Алексеева, концепт и слово отождествляются, т.е. отмечается соответствие концепта слову¹²⁰. Таким образом, основным репрезентантом концепта является слово.

Репрезентации представляют собой «следы» от всего – начиная от зрительных и акустических впечатлений до репрезентаций, которые образуются под воздействием услышанного и прочитанного¹²¹.

Языковая реализация может быть выражена как материальными, так и чисто психическими, воображаемыми сущностями. К первым можно отнести фотографии, рисунки, карты и диаграммы (картинно-подобные репрезентации), ко вторым – естественные человеческие языки и языки компьютерных систем¹²².

¹¹⁸ Пименова М.В. Методология концептуальных исследований//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с.67

¹¹⁹ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011.

¹²⁰ Аскольдов С.А. Концепт и слово//Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Academia, 1997.

¹²¹ Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. с.7

¹²² Там же с.9

Если воспользоваться терминологией Аристотеля, слово выступает материалом (материей) концепта наряду с содержательной ее формой¹²³.

Итак, своего рода ключом, средством доступа к пониманию культуры того или иного народа являются языковые средства репрезентации концептов, а именно: лексемы, фразеологизмы, свободные словосочетания, структурные и позиционные схемы предложений (синтаксические концепты), тексты и совокупности текстов¹²⁴. По мнению академика В.В. Виноградова, слова являются «знаками и названиями явлений действительности, отраженных в общественном сознании»¹²⁵. Следовательно, вербальные знаки выражают закрепленные за определенным языковым коллективом языковые значения.

А.А. Уфимцева, исследуя особенности репрезентации, отмечает, что словесный знак можно считать не только инструментом, но и продуктом человеческой осознанной деятельности на уровне «рефлексов наших представлений»¹²⁶. Установлено, что языковые знаки замещают вещи и предметы и вызывают в памяти соответствующие обозначения. Очевидно, что репрезентация происходит намеренно, с целью сообщить какие-либо сведения. Слово как вербальный знак имеет несколько функций: номинативную (называет предметы или явления), сигнификативную (способна обозначать и различать), а также прагматическую и коммуникативную (прагматическое воздействие на собеседника – выражает чувства или переживания). Более того, следует также остановиться на классе «характеризующих словесных знаков», к которому исследователи относят имена существительные, глаголы и прилагательные. Их особенность заключается в том, что они имеют как номинативную, так и сигнификативную функции, соответственно, они называют предметы и явления, а также обладают смыслоразличительными свойствами.

Концепт объективируется в языке в языке в виде некоего лексико-семантического поля (с ядром и периферией) с относительно четкими границами,

¹²³ Колесов В.В. Жизнь происходит от слова. СПб.: Златоуст, 1999. с.156

¹²⁴ Попова З.Д. Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2002. с.38

¹²⁵ Цит. по Уфимцевой А.А. Типы словесных знаков. Изд. 3-е. – М.:Едиториал УРСС, 2011. с. 41

¹²⁶ Уфимцева А.А. Типы словесных знаков. Изд. 3-е. – М.:Едиториал УРСС, 2011. с.14

которые могут быть определены качественно – путем выявления и описания признаков концепта, и количественно – путем определения частотности актуализации того или иного признака концепта. В плане выражения это поле актуализируется в данном языке посредством слов и словосочетаний, в том числе устойчивых, идиоматичных и т.п. При этом эмпирический материал включает языковые единицы, принадлежащие разным частям речи (существительные, прилагательные, глаголы и т.п.), а также имеющие разную морфологическую структуру (простые, производные или сложные слова)¹²⁷. Заметим, что словесный знак – носитель ценности, что и определяет его способность сочетаться лексически и синтаксически с другими словами (т.е. лексическую валентность).

Таким образом, происходит подразделение концептов на лексические и фразеологические, в соответствии со способом их словарного представления, в равной степени как и мысль о том, что концепты могут выступать в качестве строительных блоков, для формирования новых концептов, которые выражаются сочетаниями слов¹²⁸.

Как утверждает Ю.Е.Прохоров, «реализация концепта – это некоторая преференция, некоторый выбор, предпочтение тех или иных правил, способов и средств организации данного конкретного общения; не случайно об одном и том же можно в различных коммуникативных пространствах сказать в принципе одно и то же, а об одном и том же в одном коммуникативном пространстве можно сказать по-разному с учетом личностных характеристик общающихся»¹²⁹.

Итак, несмотря на различия школ в представлении концепта, многие исследователи согласны с тем, что концепт имеет овеществление (репрезентацию, объективацию, овнешнение, вербализацию) различными языковыми средствами. Несмотря на то, что концепты как единицы сознания имеют невербализованную

¹²⁷ Пименов Е.А. Концепт *Gewissen* «совесть» в немецкой языковой картине мира//Концепт. Образ.Понятие.Символ:коллект.монография/отв.ред.Пименов Е.А., 16.Пименова М.В. – Кемерово : ИПК «Графика», 2004. с.21

¹²⁸ Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. С.15

¹²⁹ Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. с.144

часть, данные языка позволяют проводить анализ и представляют собой ценный материал для разработки теории концепта¹³⁰. Концепт как сложный комплекс признаков имеет разноуровневую представленность в языке. Наиболее информативным с этой точки зрения выступает лексический уровень¹³¹.

Е.С. Кубрякова отмечает, что «схваченное знаком» и получившее свое имя в языке является значимым для человека и играет важную роль в мыслительном процессе¹³². Отличительной особенностью человеческого индивида являются именно механизмы объективации концептов в языке. Средства вербальной реализации концептов могут интерпретироваться как знаки, замещающие данные ментальные конструкторы.

Однако слово, не выражающее никакого смысла для носителя языка, объективирует нулевой концепт. Это относится и к случаям, когда язык не полностью отражает концептуальную систему. К примеру, для многих носителей языка слова апологет, валоризация ничего не значат, но в языке они существуют, хотя содержание известно далеко не всем. Современники могут быть также мало осведомлены в таких областях, как сельское хозяйство, национальная кухня, мифология¹³³. Таким образом, концепт может не иметь вербального воплощения, репрезентироваться языковой единицей, как правило, словом, либо обладать целым рядом языковых репрезентантов.

В процессе коммуникации языковое средство открывает для человека концепт как единицу мыслительной деятельности¹³⁴. Это объясняется тем, что большинство концептов, важных для той или иной лингвокультуры, должно иметь свое выражение в языке. В целом, наблюдается процесс «опредмечивания» явлений и закрепление важнейших для данного языкового коллектива

¹³⁰ Предисловие В.И. Карасика и И.А.Стернина Антология концептов. Т.1. Под ред. В.И Карасика. И.А. Стернина Волгоград: Парадигма, 2005. с.4

¹³¹ Пименова М.В. Методология концептуальных исследований//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с.18

¹³² Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. с. 305

¹³³ Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. с.100

¹³⁴ Пименова М.В. Методология концептуальных исследований//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. с. 66

зафиксированных признаков. Можно сказать, что концепты посредством вербальных знаков выражают мировосприятие представителей определенной лингвокультуры. Немаловажным является изучение их сущности, а именно «доскональное знание той сферы, в которой эти тексты функционируют»¹³⁵. Следовательно, описание особенностей репрезентации концептов позволяет установить расхождения в восприятии одних и тех же явлений в разных культурах.

1.3. Эмоциональные концепты

Известно, что каждая языковая личность, независимо от их культурных различий, переживает одни и те же базовые эмоции, и это объединяет людей. Эмоции являются центральной частью, которая делает людей разных культур более/менее похожими друг на друга,¹³⁶ и важнейшими компонентами мышления человека, представляющего определенную лингвокультуру. Очевидно, что эмоции отражают некую форму оценки, отношение к окружающему миру и обобщают национальный опыт данного народа¹³⁷. Как правило, оценка выражается при помощи эмотивного компонента в слове, в котором закодированы специфические смыслы. Под эмоциональным концептом понимается «этнически, культурно обусловленное, сложное, структурно-смысловое, лексически и/или фразеологически вербализованное образование», которое базируется на понятийной основе и содержит, помимо понятия, оценку, образ и культурную ценность¹³⁸. Известно, что ценностная составляющая концептов порождает их как особые комплексные мыслительные единицы.

Установлено, что эмоциональные концепты этноспецифичны и фиксируют мыслительный процесс представителей той или иной лингвокультуры. Важнейшую роль при интерпретации эмоциональных концептов играют именно

¹³⁵ Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения. // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №1. с.49

¹³⁶ Шаховский В.И. Эмоциональные культурные концепты: параллели и контрасты//Языковая личность: культурные концепты: Сб.научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. с.87

¹³⁷ Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис. 2008. с. 5

¹³⁸ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. с. 25

социолингвистические факторы, что обусловлено особенностями национального характера. Источниками возникновения эмоций могут быть изменения окружающей среды, воздействие объектов действительности. Окружающий человека мир постоянно меняется, вызывая те или иные эмоциональные переживания. Таким образом, под воздействием объектов окружающей нас действительности у нашего организма возникает ответная реакция, и рецепторы передают эту «информацию» в кору головного мозга.

Особого внимания заслуживает классификация эмоциональных концептов, представленная Анной Вежбицкой. Первую группу эмоциональных концептов объединяет общая идея того, что происходит с нами или с другими людьми, плохое или хорошее. Вторая группа сообщает о том, что делают люди опять же, хорошее или плохое. Третья группа выделяет концепт по не менее важному критерию: это представление о том, что мы думаем о себе и что другие люди думают о нас. Четвертая группа обозначает эмоциональное отношение к другим людям, например, любовь, ненависть, уважение, жалость, зависть. Таким образом, самые явные параметры, которые составляют мысли человека о его эмоциональных переживаниях и которые лежат в основе разъясняющей классификации эмоциональных концептов в языке и культуре, - это «плохой», «хороший», «происходить», «делать», «хотеть», «не хотеть», «я» и «кто-то»¹³⁹.

Примечательно, что слово как хранитель экстралингвистических знаний передает как эмоциональные переживания, так и оценку событий окружающего мира. Социокультурные параметры во многом определяют такое содержание слова, вербализующего определенную эмоцию: зачастую, помимо универсальных и наднациональных переживаний, могут быть выявлены эмоции, характерные для данного этноса и вызванные «национально обусловленными рефлексам»¹⁴⁰. Известно, что в основе передачи эмоциональных состояний лежат универсальные рефлекторные механизмы. О такой взаимосвязи свидетельствуют биологические инстинкты человека, определяющие возникновение эмоций. Очевидно, что язык

¹³⁹ Вежбицкая А. Язык. Культура. Понимание. М.: Русские словари, 1996. с.339

¹⁴⁰ Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис. 2008. с. 22

как средство для передачи информации о возникших эмоциях способен выражать эмоционально окрашенные смыслы, которые рождаются в ходе коммуникации. Несмотря на тот факт, что все представители человечества испытывают универсальные эмоции, есть некоторые этноспецифичные переживания, рождение которых обусловлено исключительно экстралингвистическими факторами. Следовательно, в определенных ситуациях представители той или иной языковой общности переживают одинаковые эмоции. Процесс передачи психического состояния одного индивида посредством вербальных средств предполагает и ответную эмоциональную реакцию другого индивида. Можно предположить, что в некоторых случаях говорящий сообщает о своих эмоциях посредством вербальных знаков, а в остальных случаях он намеренно стремится вызвать таким образом эмоцию у собеседника. Отметим, что языковая репрезентация эмоций часто осмыслена и происходит на сознательном уровне, поэтому выбор языковых средств для актуализации эмоции является намеренным. Как правило, при выражении эмоции происходит передача характеристики, оценки и отношения к объекту или субъекту, на которые она направлена.

Исследуя особенности вербализации эмоций, В.И. Шаховский выделяет «эмотивность как компонент лексического значения слова»¹⁴¹, принимая во внимание экстралингвистические сведения, которые сообщает данный компонент. Более того, эмотивность предполагает соответствующую объективацию эмоциональных отношений всеми носителями данного языка. Таким образом, эмоции не только переживаются представителями лингвокультур, но и актуализируются языком, что является немаловажным для проведения концептуального анализа.

Об эмоциональности речи свидетельствует и специфика ситуаций общения, в которых речь эмоциональна, содержит отношение говорящего и оценку явлений, предметов и окружающих его индивидов. Это дает основание полагать, что происходит необратимый процесс влияния эмоции на результаты

¹⁴¹ Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис. 2008. с. 89

человеческой деятельности. Однако, хранителем таких эмоциональных состояний является язык (накапливает и хранит знания о человеческом опыте, в т.ч. об эмоциях), в связи с чем необходимо изучать эмоции через призму языка.

Для исследования языковой картины мира посредством эмоций следует проследить динамику функционирования эмоциональных концептов в определенной лингвокультуре, выявить наиболее яркие репрезентанты и, соответственно, отличительные черты, присущие данной языковой ментальности.

1.4. Соотношение эмоциональных концептов *smile, laugh*

При рассмотрении вопроса о соотношении таких эмоций, как «улыбка» и «смех», возникают объективные сложности. Представляется целесообразным обратиться к физической стороне этих явлений с целью отнести их к одному концепту или разграничить их как два концепта, включенных на основании сходных признаков в один класс.

Остановимся, прежде всего, на изучении их свойств как невербальных знаков общения. Установлено, что любая улыбка происходит как некая химическая реакция и важнейшее психологическое и антропологическое явление. Последовательно возникновение улыбки и смеха излагает в своей работе «О выражении эмоций у человека и животных» Чарльз Дарвин. Логика его рассуждений приводит к следующему: улыбка предстает «первой ступенью в развитии смеха¹⁴²». Такое замечание неслучайно: в отличие от смеха, при улыбке эмоция только зарождается и ознаменована лишь движением мышц лица, а звуки издаются уже при смехе. Отсюда следует, что улыбка, возможно, обратится в смех. Заметим, что громкий смех, переходящий в умеренный, в свою очередь, также способен завершиться улыбкой. Несмотря на всю противоречивость возникновения эмоций, согласно исследованию Ч. Дарвина, можно говорить об улыбке, происходящей из смеха. Следовательно, прослеживаемая закономерность рассматриваемых явлений свидетельствует о тесной взаимосвязи двух явлений.

¹⁴² Дарвин Ч. О выражении эмоций у человека и животных. СПб: Питер, 2001. – с.194

Не вызывает сомнения то обстоятельство, что улыбка является слабым проявлением смеха. Данный вопрос нашел отражение и в книге британского зоолога Десмонда Морриса, который разграничивает концепты «улыбка» и «смех», замечая при этом, что «сдержанный смех» неотличим от улыбки. Разделение данных категорий вызвано стремлением обозначить особенность улыбки: именно ей предписывается более специфическая роль, чем смеху: «улыбка – оборотная сторона смеха»¹⁴³. С одной стороны, это близкие по своей природе химические реакции, но следует учитывать и то, что улыбка не является лишь менее интенсивной формой смеха. Правомерно говорить о развитии улыбки как мимического жеста, который приобрел самостоятельность и теперь должен рассматриваться отдельно от смеха. Изучая историю возникновения этих невербальных знаков, необходимо обратить внимание на подобные реакции у приматов: вероятно, что улыбка эволюционировала из прищмокивания губами, некоего сигнала между приматами, символизирующего об отсутствии агрессивности. Следовательно, можно сказать, что улыбка изначально является результатом защитных реакций приматов – гримас, выражающих страх, и примирения или отсутствия агрессивных намерений. Существует и мнение о том, что жест связан с возникновением мимических движений, при которых обнажались зубы в случае испуга, а смех мог быть обусловлен незначительной агрессивностью¹⁴⁴.

Рассматривая развитие этих реакций у ребенка, можно получить представление о постепенном характере их становления. На самом начальном этапе (в первые недели после рождения) его улыбка вызвана изменениями в окружающей его среде, произвольна и не направлена в адрес кого-либо, т.е. не осмыслена. В процессе своего развития младенец начинает улыбаться, когда узнает своих родителей или реагирует на определенные лица. Улыбка также может выразить некую привязанность к матери – ребенок зачастую улыбается,

¹⁴³ Моррис Д. Голая обезьяна. СПб: Эврика, 2001. – 269 с. URL:

www.fictionbook.ru/author/desmond_morris/golaya_obezyana/download.a6.pdf. Дата обращения: 26.04.2015

¹⁴⁴ Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. – М.: Новой литературное обозрение, 2002. С. 347

чтобы привлечь к себе внимание. В дальнейшем, помимо улыбки, возникает и детский смех, причиной которого могут являться как щекотание, так и разные игры родителей с детьми, к примеру, хлопанье в ладоши и прятки. Считается, что никто не способен улыбаться такой искренней и чистой улыбкой, как младенец. Маленьким детям, действительно, очень сложно изобразить фальшивую улыбку, так как для этого нужно осознание намеренного характера эмоции. Детская улыбка невинна, так же как и сам ребенок. Эта улыбка – показатель искренних чувств и не является искажением реальной мысли.

Таким образом, смех становится выражением радости человека или реакцией на какое-либо смешное или нелепое явление. Представляется немаловажным обозначить и связь смеха с плачем. Плач как такая же фундаментальная эмоция связана со смехом, о чем свидетельствует выражение «смеяться до слез», то есть интенсивность одной эмоции ведет к другой.

Считается, что становление улыбки как социального компонента общения также берет свое начало из жизни млекопитающих. Изначально улыбка трактуется как социальный сигнал, показывающий доброжелательное отношение среди приматов. Это мимическое проявление адаптивного поведения служит важным знаком, обозначающим отсутствие опасности. Если учесть, что социальный контакт изначально вызывает чувство страха, именно улыбка становится важнейшим элементом «предупреждения чувства опасности». Взаимные улыбки собеседников также свидетельствуют о доброжелательном расположении духа.

Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, улыбка является немаловажным знаком культуры в западном мире (и в англоязычном, в особенности). Можно прийти к выводу о том, что это традиция и некий обычай: достаточно «растянуть губы в соответствующее положение, чтобы показать, что у вас нет агрессивных намерений, вы не собираетесь ни ограбить, ни убить»¹⁴⁵. Таким образом, можно

¹⁴⁵ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. с. 241

продемонстрировать окружающим свою принадлежность к определенному обществу.

Действительно, это мимическое движение ценится в общении и как выражение положительных эмоций, и как приглашение вступить в контакт¹⁴⁶. Более того, отметим, что улыбка как невербальный знак отражает важные положительные эмоции, такие как удовольствие и радость. Этот компонент общения, как правило, всегда направлен на другого человека и всегда предполагает наличие адресата. Самому себе естественная улыбка, возможно, и нужна (если не исключить тот факт, что она преобразует человека, украшает и оживляет его лицо), но в таком случае она не несет в себе изначально заложенный смысл – впечатлить, сообщить о своих благих намерениях. Таким образом, очаровывая и впечатляя окружающих, выражая вежливость и заинтересованность, улыбка в то же время предстает довольно простым и непритворным способом общения.

Неслучайно говорят, «улыбнись, и мир улыбнется тебе в ответ»¹⁴⁷. Как правило, недопонимание обусловлено тем, что при любом социальном контакте есть опасение за реакцию собеседника. Улыбка призвана сглаживать и предупреждать конфликты, смягчать острые углы и обладает магической силой.

Обращаясь к смеху как к некой эмоциональной реакции, можно сказать, что изначально смех также выражает радость или счастье. Как утверждает А.В. Карасев, смех является удивительным и, вероятно, единственным «из наших душевных движений, которое во многом противоречит причине его породившей»¹⁴⁸. Причины смеха могут быть разными: мы можем засмеяться, когда видим что-то нелепое или когда попадаем в смешную ситуацию. Смех бывает и исцеляющим, то есть оказывающим лечебное

¹⁴⁶ Коццолино М. Невербальная коммуникация. Теории, функции, язык и знак. Пер. с итал.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2009. с. 176

¹⁴⁷ Gage S. Smile and the world smiles back. Can looking at faces lower aggression?

URL:<http://www.theguardian.com/science/sifting-theevidence/2013/apr/03/smile-faces-aggression> Дата обращения: 20.04.2014

¹⁴⁸ Карасев Л.В. Философия смеха. М.: Рос.гуманит.ун-т, 1996. с. 17

воздействие, что выражено в известной поговорке «Смех продлевает жизнь» (при такой эмоциональной реакции организма выделяются гормоны радости – эндорфины).

Смех «вырывается самопроизвольно» под действием механизма, заложенного в человеке, «смеющемся животном», природой¹⁴⁹. Смех вызывает свободу и радостные ощущения, позволяя человеку насладиться отсутствием чего-либо серьезного. Любой искренний смех (если он ненасильственный) несет в себе радость, веселье и счастье. Смех как некий феномен всегда интересовал ученых (М.М. Бахтина, А. Бергсона, И. Канта, Л.В. Карасева, Г. Спенсера), которые приходили к разным выводам о причинах возникновения смеха и о «философии смеха». Г. Спенсер соглашается с идеей И. Канта о внезапном разрешении ожидания ничем: смех является показателем того, что «усилие привело к пустому месту»¹⁵⁰. Можно предположить, что тема смеха бесконечна и можно обсуждать ее довольно продолжительное время, тщетно пытаясь закрыть ее, как «рот смеющегося». Примечательно, что Ф. Ницше отождествлял человеческий смех со свободой. Его предпосылки не всегда возможно установить: смех застаёт нас спонтанно и внезапно. В отличие от улыбки, схожего по признакам невербального сигнала, смех подчеркнуто выражает мощь и даже грубость. Отметим, что и хохот, если он и возник по естественным причинам, его породившим, также грубоват. Улыбка указывает на дружелюбие и уважение, хотя и отсылает нас к тем временам, когда она считалась знаком согласия или покорности. Улыбка и смех, действительно, являются мистическими по своим свойствам, так как они способны очаровывать и впечатлять, заставляют адресата выйти за пределы своего личного пространства и душевно слиться с человеком, который отправляет эти невербальные сигналы. Смех и улыбка позволяют человеку ощутить свободу и радость, вызывают в *homo sapiens* самые искренние чувства и, безусловно, влияют на его психическое состояние.

¹⁴⁹ Бергсон А. Смех. М.: «Искусство», 1992. с. 121.

¹⁵⁰ Цит. по: Бахтин М.М. К вопросам теории смеха//Бахтин М.М. Собрание сочинений. Т.5. М.: «Русские словари», 1996. с. 49

Говоря о противопоставлении этих эмоциональных явлений, следует также объяснить причины, по которым их целесообразно отнести к одному классу концептов (двух концептов в рамках одного класса). Помимо первоначальных смыслов, которые заключают в себе эти невербальные сигналы, т.е. знаков радости, веселья и дружелюбия, в них есть нечто, отличающее их от всех невербальных сигналов: улыбка и смех оказываются незаменимыми источниками для раскрытия характера человека. Несмотря на существующие различия (улыбка, растягивающая рот в соответствующее положение; смех, открывающий рот и обнажающий зубы) именно они ведут нас к тайне души, т.е. одного лишь смеха или одной лишь улыбки достаточно, чтобы осознать, кем является наш собеседник. Зачастую вербальные средства способны приукрасить разговор и не способны выявить правдивые намерения собеседника, в то время как невербальные знаки выдают человека и способны указать на ложь/фальшь/неискренность и тд. Установлено, что невербальные способы коммуникации часто более действеннее и эффективнее вербальных. Улыбка и смех обезоруживают человека, раскрывают в нем самые потайные уголки души. Действительно, ничто не является таким эффективным, если можно так сказать, средством изучения собеседника, как его невербальные сигналы, в особенности улыбка и смех.

Долгое время исследователи спорили о том, стоит ли определять улыбку и смех как переход из одного психического состояния в другое: в человеческом поведении эти эмоциональные реакции оказываются в конечном итоге соединенными, хотя у них совершенно разные начала, что находит свое отражение в эволюции развития этих невербальных знаков. В процессе своего становления эти мимические реакции слились именно у *homo sapiens*, поэтому мы будем относить их к одному классу с учетом того, что улыбка – это молчаливая гримаса, а смех – это «шумное» проявление (и происходит с открытым ртом) данного невербального знака.

1.5. Выводы

В данной главе была предпринята попытка обосновать теоретическую базу нашего исследования, посвященного языковому выражению концептов *smile*, *laugh* в английском языке. Мы разграничили концепт и понятие и подчеркнули, что концепт обладает более объемным содержанием.

Мы выделили два подхода к изучению концептов в лингвистике: лингвокогнитивный и лингвокультурологический, которые не являются взаимоисключающими. Лингвокогнитивный подход подразумевает изучение концепта как некоего ментального конструкта, отражающего знания и опыт человека. С позиций лингвокультурологического подхода предлагается рассматривать концепт как вербализованный смысл с выявлением ценностных доминант у представителей определенной ментальности. Различия в осмыслении концептов в разных лингвокультурах свидетельствуют о существовании экстралингвистических факторов. В данной работе мы придерживаемся положения о концепте как о междисциплинарном образовании, поэтому изучение концепта должно быть многосторонним. В нашем исследовании мы также ссылаемся на психолингвистический подход, предполагающий изучение концепта как мысленного образования, имеющего заместительную функцию. Данный термин можно также рассматривать с позиций культуры, когда концепт становится ее базовой единицей.

В первой главе мы показали основные вехи становления концепта, принимая в качестве отправного определение концепта как термина философии. В данной главе были освещены результаты исследований отечественных и зарубежных лингвистов.

Концепт является фрагментом картины мира, специфичной у разных народов. Мы разграничиваем концептуальную и языковую картину мира, признавая первую более масштабной. Мы придерживаемся мнения о том, что языковая картина мира объективирует концептуальную различными средствами языка. В первой главе представлены способы организации концепта и его

функционирования. Концепты объединяются в концептуальные системы. Согласно разным трактовкам, их включают также в концептуальное пространство и концептосферу.

Мы обратились к классификации параметрических и непараметрических концептов, последние из которых были разделены на нерегулятивные и регулятивные. В работе также представлен подход изучения концептов с позиций метафорического моделирования и выдвижения концептуальных метафор, в основе которых лежат сформированные в сознании человека концепты.

Следует подчеркнуть многогранность концепта как термина, его неоднозначность. В то же время следует отметить его особенность – способность к варьированию в толковании, выбор которого зависит от области применения и индивидуальных представлений исследователя. В настоящее время не существует точных и однозначных трактовок, что только подтверждает его актуальность. Любые разработки, посвященные концепту, должны производиться с учетом разных точек зрения в различных школах. Более того, концепт – это неотъемлемая часть языка, мышления и культуры, что и позволяет относить его сразу к целому ряду областей и выводить предположения на «междисциплинарный» уровень.

При исследовании репрезентации концепта в языке мы исходим из положения о том, что ключом к пониманию концептов и их особенностей в определенной лингвокультуре являются языковые средства их выражения различных уровней. Концепты посредством вербальных знаков выражают мировосприятие представителей лингвокультуры. В рамках данного исследования представляется важным выявить все возможные способы языкового выражения концептов на разных уровнях с определением этноспецифических особенностей.

В данной работе мы также опираемся на определение эмоционального концепта как этноспецифичного вербализованного смысла с ценностной составляющей. Язык эмоций может пролить свет на переживания представителей

определенной лингвокультуры и передать их ценностные доминанты. Изучение эмоциональных концептов *smile, laugh* предполагает рассмотрение вопроса об их соотношении. Исследование механизма возникновения этих эмоций у животных и человека дает основание полагать, что эти мимические реакции у человека с ходом истории слились, поэтому их целесообразно относить к одному классу концептов.

В нашей работе «улыбка» и «смех» как химические реакции и психические явления эволюционируют и постепенно приобретают новые характеристики с течением времени: одни ученые связывают их воедино, в то время как другие разделяют их на два невербальных знака, каждый из которых самостоятелен и должен рассматриваться отдельно. Несмотря на разные трактовки и начала данных эмоций, следует подчеркнуть, что они имеют сходные функции: оба знака являются и важными компонентами общения, и социальными сигналами, обозначающими отсутствие опасности и проявление адаптивного поведения. В рамках этого исследования рассмотрение двух концептов *smile, laugh* обусловлено тем, что в процессе общения невербальные способы передачи информации приобретают большое значение и являются эффективными средствами изучения собеседника. Они раскрывают характер, настроение и душевное состояние человека, указывая на искренние/неискренние эмоции.

Для подробного исследования вербализации концептов *smile, laugh* необходимо проследить динамику эволюционного развития концепта, разработать модель лексико-семантического поля концепта и выявить наиболее характерные для носителей языка положительные и отрицательные смыслы, чему и будет посвящена следующая глава.

ГЛАВА 2. Концептуальный анализ *smile, laugh*

2.1. Концепты *smile, laugh* в диахроническом срезе английского языка

При лингвокультурологическом анализе представляется целесообразным рассмотреть динамику эволюционного развития эмоциональных концептов *smile, laugh* с применением методики этимологического анализа, сравнительно-исторического метода и с привлечением данных этимологических словарей английского языка. Эта исследовательская операция преследует следующую цель: выявить специфику репрезентации эмоциональных концептов «улыбка, смех» в диахроническом аспекте в английском языке и провести анализ лексико-семантических изменений и динамических сдвигов в семантике лексем, составляющих синонимический ряд с доминантами «улыбка» и «смех». Такой подход позволит выявить различные средства и способы вербализации изучаемых концептов с точки зрения их исторического развития. Этимология не только представляет собой инструмент реконструирования языка и часть обширной области исторического развития языка, но и индивидуальную работу исследователя, которая приводит к интересным результатам и значима для отслеживания истории языка. Отметим, что под реконструкцией слова понимается некое воссоздание слова и его первоначальных элементов значения, т.е. восстанавливается наиболее древняя структура для более глубокого изучения его современных значений. Этимологический анализ способен выявить семантические взаимосвязи между разными словами и раскрыть происхождение слова. Именно таким образом можно осмыслить использование тех или иных вербальных знаков у современных носителей языка. Для понимания того, какое значение имели те или иные мыслительные конструкты в прошлом определенного этноса, необходимо обратиться к некоторым историческим сведениям и социокультурным изменениям.

Известно, что закрепление эмоций происходит путем их вербализации. Более того, они культурно обусловлены и этноспецифичны, поэтому, изучая эмотивную лексику определенного этноса, можно выявить особенности

доминирующих эмоций и специфику их репрезентации в языке в диахроническом срезе. Изменение нормы репрезентации слова связано в первую очередь с модификациями его значений. С течением времени меняется сознание носителей языка, восприятие действительности и отношение к ней.

Любой концепт имеет свою уникальную историю развития, свою биографию, поэтому осмысление ментальных образований невозможно без изучения изменений на лексическом уровне в разное время существования концептов. Привлечение этимологических данных неизбежно, так как они позволяют определить особенности эволюционного развития, связь с родственными языками и, во многих случаях, отсылают нас к истокам концептов. Этимология часто заключает в себе культурную информацию, что облегчает процесс исследования в диахроническом срезе. Содержание концептов подвержено постоянным изменениям во времени, что, вероятно, обусловлено культурными изменениями в том или ином сообществе. Следовательно, так происходит эволюция эмоциональных концептов как важнейших ментальных образований в постоянно меняющемся мире. Эволюция концептов, как правило, предстает как «расширение и детальное усложнение в коллективном сознании тех или иных идей, которые ранее были достоянием отдельных личностей»¹⁵¹. Динамика развития ментальных конструктов проявляется в появлении их новых оттенков и изменении репрезентаций. Происходят переосмысление и некая переоценка моделей действительности.

Для тщательного изучения этимологических особенностей концептов необходимо учитывать вербальные способы актуализации концептов, так как они являются зафиксированными знаками культуры и позволяют пролить свет на динамику изменений. Сущность исследования мыслительных конструктов в том, что без привлечения языковых данных оно становится практически невозможным: язык отражает мысль, язык является сокровищницей, зеркалом,

¹⁵¹ Карасик В.И. Языковые ключи. М., 2009. С.144

инструментом и орудием культуры¹⁵². Более того, язык передает знания следующим поколениям и постоянно подвержен изменениям. Немаловажен и тот факт, что в языке фигурируют наиболее важные культурные феномены, то есть наиболее ценностные для того или иного человеческого общества компоненты действительности.

Изучение эмоциональных концептов предполагает анализ эмотивного компонента семантики слов – репрезентантов. Представляется целесообразным обратиться к этимологии изучаемых эмоциональных концептов, что сможет пролить свет на происхождение лексем – базовых номинантов, а также позволит проследить динамику изменений. Необходимо учесть не только время возникновения того или иного слова, но и изменения словоформ, заимствования, фонетические вариации и закономерности, а также родственные отношения между языками¹⁵³. Заимствования также представляют интерес для исследователя, так как отображают важнейшие изменения в эволюционном развитии слова.

Каждый репрезентант концепта требует свой лингвокультурологический комментарий. Следует принять во внимание и экстралингвистические факторы, и тот факт, что именно носители языка, живущие в определенном обществе в определенный исторический период, формируют новые значения слова. Большинство ученых сходятся на том, что этимология позволяет произвести реконструкцию семантической структуры и раскрыть происхождение слова. Однако во многом выбор решений стоит за исследователем: интуиция также играет важную роль¹⁵⁴. Действительно, от этого зависит ход этимологического анализа и, соответственно, его результаты. Именно по этой причине исследователи скептически относятся к этимологии, считая ее необъективной и не приводящей к точным результатам. Иногда говорят, что этимология – это вид искусства.

¹⁵² Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000.

¹⁵³ *Durkin Ph.* The Oxford guide to etymology. Oxford University Press, 2009. С. 3

¹⁵⁴ Трубочев О.Н. Труды по этимологии: Слово. История. Культура. Т.1. М., 2004. С. 61-62

Для проведения лингвокультурологического анализа эмоционального концепта необходимо раскрыть этимологию синонимического ряда базовых номинантов, представляющих концепты *smile*, *laugh*, двигаясь от позиции ядра (лексем *smile* и *laugh*) к периферии (лексемы *grin*, *smirk*, *mock*, *sneer*, *giggle*, *cackle*, *chuckle*, *simper*, *titter*, *leer*, *jeer*, *guffaw*). Под синонимическими рядами понимаются семантически близкие друг к другу объединения слов. Мы рассматриваем *smile* и *laugh* в тесной взаимосвязи, так как относим их к одному классу.

Обратимся к этимологическим словарям английского языка для выявления особенностей вышеуказанных репрезентантов. Согласно данным этимологических словарей, лексема *smile*, обозначающая «придавать лицу вид, выражающий удовольствие, иронию или насмешку» тесно связана со среднеанглийским *smilen*, корреспондирует с древненемецким *smilan* и средневерхненемецким *smilenter/smielen* и является заимствованием из скандинавских языков. Уникально само правописание данного слова, имевшее множество разновидностей в разное время: *smyle*, *smale*, *smyl*, *smylle*, *smyll*, *smill*, *smoyle* и *smoile*, однако согласно данным Оксфордского словаря, большинство из вариантов употребляли в Шотландии. Более того, глагол *to smile* приобрел дополнительные оттенки: образованное от него существительное *smiler* стало обозначать слишком много улыбающегося человека, скорее – лицемера, и встречается в «Истории рыцаря» Дж.Чосера. Затем в начале XV века данный глагол подразумевал адресованную кому-либо улыбку. Нужно отметить, что некоторые выражения сохранились в исходном виде, однако постепенно теряют свою актуальность в английском языке, к примеру, *to smile on/upon somebody* в значении «смотреть на кого-либо с одобрением». С течением времени значение глагола переосмысливается, и возникают новые коннотации: 1) в XVI веке *to smile* приобретает смысл «изменять, превращать, иметь приятный вид»; появляется фразовый глагол *to smile away* – «освободиться от чего-либо»; 2) в XVII веке *to smile* трактуется как «отвечать с улыбкой, выражать что-либо с улыбкой»; этот

период ознаменован вхождением в лексику нового прилагательного *smileful* («улыбчивый»); 3) в XVIII веке возникает антоним *smileful* – *smileless* (*smyless*), обозначающий «слабый», 4) в XVIII-XIX века встречаются и такие незакрепившиеся формы слова, как *smilingness* (у лорда Байрона) и *smilefulness*, которые можно истолковать как «улыбчивость»¹⁵⁵; 5) в XIX веке в жаргоне низших англоязычных слоев слово *smile* означало «пьяница» и «пьянствовать», более того, подразумевалось, что пьют виски или бурбон; 6) в XIX веке *smiler* эволюционировало из «улыбающегося человека» в «бокал» и «напиток-смесь простого и имбирного пива» - можно предполагать, что данные значения имеют некую предпосылку: в VII веке бытовало выражение *to smile like a brewer's horse* («улыбаться как лошадь пивовара», сегодня на американском слэнге это выражение обозначает «выглядеть самодовольным и радостным»), в то время как в некоторых областных диалектах (преимущественно в Йоркшире) *to smile* трактовалось как «бродить», а существительное *smile* или *smail* обозначало пивную пену (это выражение не вышло из употребления, а, наоборот, приобрело переносное значение и на американском слэнге значит «выпивать с кем-либо»); 7) в Норфолке *smile* обозначало вид ловушки для зайцев; 8) на среднеанглийском хорошо приготовленное вино или вино, которое долго хранилось, называли *smyle*; 9) в конце XIX – начале XX века существовало также жаргонное выражение *smiler*, обозначавшее «вареная говядина»; 10) примечательно словосочетание *a sardonic smile*, возникновение которого связывают с *risus sardonicus* (отсылка к улыбке умершего, к просвещенной улыбке Будды) или к произведению Гомера «Одиссея», в котором *sardonicus* имело значение «горький» - возможно, из-за горького вкуса травы, произрастающей в Сардинии; 11) в США слово *smile* иногда служит для обозначения толстого живота, который видно между брюками и рубашкой («пивной живот», то есть здесь очевиден метафорический перенос); 12) выражение *I should smile* стало использоваться в Великобритании после того, как его заимствовали из США в конце XIX века и означало «Я бы, пожалуй,

¹⁵⁵ *Трамбл. Краткая история улыбки. СПб, 2007. С. 127-129*

улыбнулся» - долгое время данную фразу относили к светским разговорам и считали неким вульгарным выражением в ходе беседы¹⁵⁶; 13) в XX веке в романе Дж. Сэлинджера появилось словосочетание *a phony smile* («фальшивая, неискренняя улыбка»), ставшее устойчивым, хорошо закрепившееся в американском варианте английского языка и породившее ряд синонимов *a fake smile/a forced smile*. Более того, в наше время *smiling faces* в США часто обозначает лицемеров и двуличных людей. Появление таких словосочетаний обусловлено прагматизмом и жестокой действительностью XX века. Таким образом, эволюция лексемы *smile* свидетельствует о разнообразных оттенках, приобретенных в разные исторические периоды, но некоторые коннотации не сохранились в связи с изменением действительности, а, возможно, и просто не прижились в сознании носителей языка.

Необходимо отметить и особенность американского менталитета: девиз *keep smiling* становится принципом американского образа жизни, находя свое отражение как в средствах массовой информации, в деловой сфере, так и в художественной литературе и в обыденном общении. Следовательно, улыбка приобретает новые значения: отсутствие агрессивных намерений, доброжелательное отношение, важнейший компонент обслуживания и социальный знак преуспевания¹⁵⁷. Отметим также, что возникает понятие голливудской улыбки, относящееся к американским знаменитостям, которые демонстрируют открытую и яркую улыбку. Удивительно и то, что «растянуть губы в соответствующее положение» - значит показать свои безупречно чистые и красивые зубы: стоматолог – одна из самых высокооплачиваемых американских профессий, поэтому, показывая идеальные зубы, американец заявляет о своем успехе и высоком статусе. Оказывается, что временной фактор играет большую роль, так как любое словосочетание в конечном итоге подвержено влиянию исторического периода – оно регулируется временем и пространством.

¹⁵⁶ Грамбл Э. Краткая история улыбки. СПб, 2007. С. 135-137

¹⁵⁷ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2004. С. 241-243

Обратим внимание на тот факт, что сегодня лексема *smile* имеет очень ярко выраженную лексическую валентность: в словарях можно обнаружить огромное количество и адъективных (например, *a broad smile, a cheerful smile, a radiant smile, a happy smile, a warm smile, a wry smile, a reassuring smile*), так и глагольных словосочетаний (*to crack a smile, to give a smile, to have a smile, to bring a smile, to put on a smile, to repress a smile, to manage a smile, to be all smiles*), а также глагольных словосочетаний, в которых лексема *smile* выражена глаголом (*to smile from ear to ear, to smile broadly, to smile sweetly*) и фразовых глаголов (*to smile back, to smile at somebody, to smile to oneself*). Столь яркая история репрезентации, которой может похвастать лексема *smile*, раскрывает ее важность для англоязычной среды и позволяет судить о повышенной актуальности по сей день, а также о расширении концепта в коллективном сознании.

Данная эмоция начинает играть важную роль в американском обществе в XX веке и имеет важное значение в сознании американцев: *smile* становится важнейшим символом – появляется *smiley* (смайлик, эмотикон, значок, изображающий улыбку), который присутствует и на рекламных щитах, и на канцелярских товарах; более того, его начинают использовать для оценки успеваемости школьников, а также в написании сообщений и открыток. Примечательно, что в конце XX века также начинают отмечать *World Smile Day* (Всемирный День Улыбки) каждую первую пятницу в октябре. В 1963 году Харви Болл, американский коммерческий художник предложил ввести графическое обозначение смайлика (*a smiley, a smiley face*), который станет символом добра и мира на Земле. Идея Болла также заключалась в том, что необходимо хотя бы один раз в год напоминать человечеству о важности улыбаться. Таким образом, начали отмечать День Улыбки сначала в «родном городе» улыбки в Ворчестре (штат Массачусетс), а затем и во всем мире. Согласно данным, представленным на сайте *World Smile Day*¹⁵⁸, этот день был официально объявлен Днем Улыбки и оглашен Конгрессом США.

¹⁵⁸ Сайт World Smile Day. URL: <http://www.worldsmileyday.com/> Дата обращения: 15.07. 2013

Целесообразным представляется обращение и к другому базовому номинанту данных эмоциональных концептов, а именно к лексеме *laugh*. По данным этимологических словарей, ее правописание было вариативно: *hlaehhan*, *hleghan*, *hlieghan*, *hlyghan*, *hlakkia*, *hlahhan*, *lahhan*, *lachen*, *hlahjan*, *hlaeja*, *hlahheta*. Исходя из лексемы *laugh*, сложно судить о том, что она является звукоподражательным образованием, но если рассмотреть ряд ее естественных прообразов¹⁵⁹, перечисленных выше, становится очевидным, что это слово порождено природой. Исторически *laugh* также часто соотносится с индоевропейским *kel* («сжимать мышцы лица»). Можно специфику *kel* также истолковать в значении «лечить, исцелять». Смех, действительно, обладал таким воздействием и имел сакральную природу. Смех – это единение души с Богом, источник благодати и способ исцеления¹⁶⁰. Удивительно, что английская лексема *laugh*, в отличие от немецкой *lachen*, не переняла связь между глаголами «смеяться и улыбаться» - в немецком языке «улыбаться» - *lächeln*. Согласно результатам исследования в Вашингтонском университете в Сиэттле, улыбка и смех у приматов, помимо человека, были различными проявлениями: так улыбка возникла как тихая гримаса, а смех – как явная демонстрация чувства с открытым ртом¹⁶¹. В британской лингвокультуре лексема *laugh* представлялась как некая антитеза улыбке, не соответствующая манерам поведения достойного джентльмена, о чем и говорит в 1754 году в своих «Письмах сыну» лорд Честерфилд: «Чернь хорошо смеется, но никогда не улыбается, в то время как люди с хорошими манерами часто улыбаются, но никогда не смеются»¹⁶². Данное высказывание позволяет судить о модели британского поведения: нужно быть скромным и умеренным в проявлении эмоций: аристократическому обществу присуща улыбка, а не смех. Здесь можно раскрыть особенность британской привычки сдержанно улыбаться: людям с хорошими манерами свойственно

¹⁵⁹ Сепир Э. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. с.31

¹⁶⁰ Маковский М.М. Большой этимологический словарь современного английского языка. М., 2005. С.291

¹⁶¹ Трамбл Э. Указ. Соч. С.139

¹⁶² Letters to his son by the Earl of Chesterfield on the Fine Art of Becoming a Man of the World and a Gentleman URL: <http://www.gutenberg.org/files/3361/3361-h/3361-h.htm> (дата обращения: 11.10.2014)

проявлять улыбку, а не смех, так как смех превращает человека высшего света в простолюдина. Следует заметить, что данное наблюдение никоим образом не означает отсутствие вербализации или количественно мало представленные номинации: лексема *laugh* также изобилует примерами сочетаемости (*a loud laugh, to have a laugh, a nervous laugh, a great laugh, a big laugh, good for a laugh, to raise a laugh, to have the last laugh, to laugh like a drain, to laugh till one cries, to laugh on the other side of one's face/mouth*) Примечательны, с точки зрения своего происхождения, выражения *to laugh somebody out of court* и *to laugh up one's sleeve*). Идиома *to laugh somebody out of court* восходит к древнеримской эпохе и, предположительно, означала решение отложить рассмотрение какого-либо дела в связи с тем, что оно слишком тривиально и не требует судебного вмешательства, т.е. к нему смешно обращаться. Оттенок первоначального значения закрепился; это словосочетание стало использоваться в английском языке с XIX века и приобрело смысл «высмеять или осмеять кого-либо». Идиома *to laugh out of the other side of one's mouth* (или *to laugh on the wrong side of one's mouth/face*) стала использоваться в конце XVIII века в отношении перехода из одного эмоционального состояния в другое: от радостного выражения улыбки к печальной гримасе. Примечательной является пословица *He who laughs last laughs longest (He who laughs last laughs longest (best))* / *He laughs best who laughs last* («Хорошо смеется тот, кто смеется последним»), которая была зарегистрирована в XVI веке и звучала иначе: *Let them laugh that win*. Тем не менее, изначальное значение не было утрачено. Сохранился исконный смысл «смех победителя», который знаменует его триумф».

Следующий номинант для рассмотрения – лексема *grin*, которая датируется в древнеанглийском языке 1000 годом и означала в то время «раздвигать зубы и показывать зубы от боли или гнева в улыбке». Она существовала в таких словоформах, как *grinnen* в среднеанглийском и *grennian* в древнеанглийском языках. Прослеживается некоторая связь между данным словом и древненемецкими словами *grennan* «ворчать» и *grennen* «оскаливаться».

Очевидна связь и с древненорвежским *grenja* «завывать», и с древнешведским *granja* «реветь». Согласно наблюдениям исследователей, данные слова часто использовали викинги и мореплаватели, которые сыграли не последнюю роль в становлении английского языка. Отметим также производное от *grin* слово *grinagog*, которое стало обозначать того, кто постоянно скалит зубы (использовалось в отношении и к человеку, и к животному). В XVIII веке лексема *grin* стала употребляться в словосочетании *to grin through a horse's collar*, причем само выражение *horse's collar* («конский хомут») обозначало непристойный юмор. В то же время появились и состязания по гримасничанью – *grin contests*, где нужно было показать лучшую гримасу. Примечательно, что до сих пор данная традиция сохранилась, и на севере Англии проводят некие *gurning* или *girling* (шотландский диалект): беззубые люди должны продемонстрировать нелепые гримасы. Данная лексема продолжает эволюционировать, и уже в XIX веке в сказке Льюиса Кэрролла «Приключения Алисы в Стране чудес» появляется образ загадочного персонажа – улыбающегося Чеширского кота. Отсюда берет свое начало выражение *to grin like a Cheshire cat* (улыбаться, как чеширский кот). Почему именно чеширский – объяснений нет, так как такой породы не существует; это исключительно выдумка Л.Кэрролла. Однако некоторые исследователи полагают, что это словосочетание отсылает нас к эпохе королевы Виктории: считается, что это словосочетание впервые появилось в 1792 году в заключительных строках «Нескольких лирических писем к лорду Макартни и его кораблю» Питера Пиндара: «...наш двор будет улыбаться, как чеширский кот». Согласно некоторым данным историков, чеширские сыры по своей форме часто напоминали кота¹⁶³. Вообще говоря, улыбка Чеширского кота до сих пор остается загадкой, и нет каких-либо точных объяснений причины ее возникновения в произведении Л. Кэрролла. Вероятно, не стоит стремиться интерпретировать эту улыбку, так как персонаж Кэрролла, Чеширский кот, считает весь мир удивительным и безумным. Возможно, в этом и заключается загадка странной

¹⁶³ Грамбл Э. Краткая история улыбки. СПб, 2007. с. 197-198

улыбки кота, но это всего лишь попытки истолковать источник ее возникновения. Единственное, следует также принять во внимание то, что улыбка Чеширского кота в самом произведении подвержена ряду изменений (она показана в динамике, сначала он просто улыбается, затем шире улыбается и тд.) и является концептуальной метафорой. Если говорить о других современных случаях сочетаемости *grin*, то следует назвать *grin and bear it* («скрывать улыбкой свои переживания»), «мужественно переносить боль»), *wipe/take the grin off your face, to crack a grin, to give a grin, a silly grin, a sly grin, a cheeky grin, an impish grin*.

Согласно данным этимологических словарей, одним из самых древних номинантов эмоциональных концептов *smile, laugh* является *smirk* (ухмылка) и *smirking* (такое же состояние). Наиболее ранние словоформы – *smercian, smerian* и *smearcian* возникли уже в IX веке. Традиционно это слово считают исконно английским. Если говорить о возможных заимствованиях, то с английским *smirk* иногда связывают санскритское *smayate*, греческое *meidios*, немецкое *schmieren*¹⁶⁴ и старославянское «смияти ся». В шотландском диалекте *smirk* обозначало кокетливую улыбку, а в XIX веке на северо-западе приобрело совершенно новое значение – поцелуй. Более того, есть также другие слова, обозначающие усмешку и близкие к лексеме *smirk* в шотландском диалекте: *smirl, smirtle* («презрительная усмешка»). Нужно отметить, что с заимствованием новых слов, *smirk* потеряло свое прежнее значение и стало обозначать показную или глупую улыбку. Выделим лексическую валентность *smirk*: *an arrogant smirk, a self-satisfying smirk, a smirk of triumph, smile and smirk*. Действительно, большинство словосочетаний демонстрируют актуальное значение *smirk* – «самодовольная улыбка».

Далее рассмотрим эволюцию номинанта *mock* (насмешка). Анализируемую лексему, восходящую к XVI веку, правомерно соотносить с *togh* («тянуть», «сжимать», «растягивать рот при смехе», причем смех здесь подразумевается ритуальный, исцеляющий), а также с греческим *mokos*.

¹⁶⁴ The Oxford Dictionary of English Etymology / Ed. by C.T. Onions. Oxford University Press, 1966. С.838

Очевидно, что внутренняя форма слова сохранилась. Сегодня *mock* обозначает насмешку, осмеяние, а также подражание и пародию.

Словосочетания с *mock* – *to mock bitterly, to mock gently, to mock softly, to mock at somebody, to mock somebody for his/her failure, to mock somebody with one's smile, to make of somebody, to mock fears, to be mocked with false hopes*. Более того, *mock* приобрело значение «искусственный», как в случае *mock jewellery* («искусственные, поддельные драгоценности») и в выражении *mock modesty* («притворная скромность»). Следовательно, можно проследить эволюцию значений от более узкого до более широкого контекста употребления и даже вплоть до конкретизации значения.

Перейдем к этимологической характеристике других номинантов, представляющих собой ономотопические образования, то есть относящиеся к звукоподражательной теории происхождения речи (имитируют звуки живой и неживой природы): *cackle, chuckle, giggle, titter u guffaw*. Такие выражения часто вызывают трудности при этимологическом анализе в связи с тем, что не всегда возможно проследить реальные изменения в фонемах. Примечательно, что некоторые ономотопические образования не передают очевидные явления действительности, поэтому возникают противоречия при их интерпретации. Однако о многом исследователю может говорить изменение во внутренней форме слова.

Лексема *cackle* («гоготанье», «кудахтанье») происходит от среднеанглийского слова *cakelen*, заимствованного из среднедатского, датируется XIII веком, а также соотносима со среднеголландским *kake* «челюсть». Выделим ряд коллокаций с данной лексемой: *cut the cackle and come to the hosses, give the cackle, let out the cackle, a cackle of laughter*. По данным выражениям можно предположить, что значение не было утрачено, скорее, оно приобрело сужение контекста.

Слово *chuckle* восходит к среднеанглийскому *chukken* («кудахтать»). Впервые оно было употреблено в XIV веке и мыслилось как «шумный смех», а

затем стало синонимом хихиканья, что говорит о конкретизации концепта в смысловом плане. Лексическая валентность также свидетельствует о расширении контекста использования данного слова: *a little chuckle, a soft chuckle, to let out a chuckle, to suppress a chuckle, to chuckle to oneself, to chuckle about, to chuckle over, to chuckle at somebody*.

Другое ономатописическое образование *giggle* датировано XVI веком, происходит от голландского *gi(e)chelen*, корреспондирует с немецким вариантом *giggeln/gickeln* и русским «хихикать». Если рассмотреть коллокации с данной лексемой, то можно прийти к выводу о том, что она не утратила свое первоначальное значение: *to giggle nervously, to giggle hysterically, to giggle at somebody, to giggle about something, to have a fit of giggles, a girlish giggle, a high-pitched giggle, just for a giggle, to collapse into giggle, to dissolve into giggle, to get giggles, to stifle a giggle*. В современном английском языке есть также словосочетание *giggle juice*, обозначающее шампанское.

Лексема *guffaw* шотландского происхождения и датируется 1720 годом. Смысловый компонент «грубый смех» заимствован из словоформы *gawf* в XVI веке. В данном случае коллокации в словарях сочетаемости не обнаружены, но слово не утратило своего смысла.

Еще одно ономатописическое образование *titter* начали употреблять в XVII веке. Его звуковой состав постоянно претерпевал изменения: от норвежского *titra* – до среднеанглийского *titeren*. Впоследствии возник вариант *teeter*, перешедший в форму *titter* со значением «трястись от смеха», «хихикать». Словосочетаний с данной лексемой также не обнаружено.

Номинант изучаемых нами эмоциональных концептов *sneer* датируется серединой XVI века и также прошел эволюцию становления от древнеанглийского *fnæran* «фыркать», датского *snærre* «скалить зубы как собака», до среднеголландского и средневерхненемецкого *snarren* «трещать и греметь». Значение «улыбаться презрительно» было приобретено в 1670-х годах, а смысл «презрительно скривить рот» был присвоен в 1775. Данная лексема

сочетается с компонентами, которые еще больше выдают ее действительное значение: *an arrogant sneer, a faint sneer, to give a sneer, to curl/twist one's lips into a sneer, a sneer in one's voice.*

Слово *simper* используется с XVI века и заимствовано из скандинавского *semper* или среднеголландское *zimperlijk*. Первоначальное значение лексема сохранила: «притворно улыбаться», «жеманно, самодовольно ухмыляться». Лексическая валентность непоказательна в данном случае, так как коллокаций выявлено не было.

Лексема *leer* со значением «плотоядный взгляд» исходит от древнеанглийской формы *hleor/hlior* и датируется XI веком. Впоследствии она получает смысл «косой взгляд, который выражает лукавство».

Слово *jeer* скандинавского происхождения употребляется с XVI века и корреспондирует с голландским вариантом *den gek scheeren* «насмехаться» и с среднеанглийским *flerien*, а также с голландским вариантом *gieren* «кричать или реветь». Словосочетаний с данной лексемой не выявлено.

В ходе анализа прослеживается тенденция заимствования слов из скандинавских языков: определенную роль сыграло завоевание Англии скандинавами в IX-XI вв. Таким образом, в английский язык проникли слова, которые обозначали уже известные англичанам явления действительности, то есть это были не новые понятия, а более удобные для выражения мыслей варианты¹⁶⁵.

Этимологические данные синонимического ряда номинантов, репрезентирующих концепты *smile, laugh*, таким образом, демонстрируют конкретизацию смыслов и расширение¹⁶⁶ контекста их употребления¹⁶⁷. Опираясь на эволюцию современных слов, вербализующих изучаемые эмоциональные концепты, можно предположить, что на определенном этапе своего существования они применялись для номинации явлений, актуальных на тот

¹⁶⁵ Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. М., 1998. С.246

¹⁶⁶ Молчанова Г.Г. Методы исследования в межкультурной коммуникации: символ как когнитивная память культуры //Вестн. Моск. ун-та Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2011. №1. С.18

¹⁶⁷ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. С.132

момент, связанных с исторической эпохой и соответствующим мышлением. Намечена тенденция все большей определенности, что вызвано общим развитием человеческого мышления и увеличивающимися способами познания мира. Очевидно, что при анализе этимологических данных возникают объективные сложности, так как исследователю приходится руководствоваться лишь теми ресурсами, то есть тем языковым материалом, который зафиксирован в лексикографии, а также интерпретировать эти данные, опираясь на данные ряда областей: от истории языкознания, истории народа, лингвокультурологии и лингвистики до географии, антропологии и психологии.

Этимологический портрет номинантов концептов *smile*, *laugh* позволяет нам проникнуть в суть значений, определить, в чем заключается переосмысление слова и как эволюционировало данное языковое явление. Результат этимологического анализа способствует изучению направления мысли носителя определенного языка. Этимологически близкими оказываются не только сходные по звуковому и морфемному составу, но и далекие по звучанию и лексическим значениям языковые единицы. Что касается заимствований, то они также происходят неслучайно и связаны с конкретной исторической эпохой и международными отношениями. Есть основания полагать, что семантические изменения с течением времени больше связаны со сдвигами, произошедшими в культуре и в общественной жизни, то есть они вызваны экстралингвистическими факторами. Этимологическое сопоставление исходного и заимствованного и реконструирование смыслов позволяет говорить о межкультурной коммуникации, так как исходные и заимствованные формы слов свидетельствуют о межкультурных контактах. Учтем и то, что заимствования являются довольно распространенными во всех языках и возникают в силу ряда обстоятельств в контексте культуры и истории. Точность реконструирования первоначальных значений во многом зависит от глубинного понимания истории и культурной специфики носителей языка. Важно и то, что правильное чтение текста обеспечивает именно этимология, так как она проникает в глубинные структуры

слова, в его происхождение и отсылает нас к первоначальным его значениям. В целом, этимология дает возможность реконструировать звуковой и морфемный состав слова. Можно сказать, она является биографией слова, отражающей наиболее яркие семантические изменения в разные периоды. Несмотря на разные точки зрения об этимологии как способе извлечения информации об эволюционном развитии словесных знаков, вышеприведенные результаты обращения к этимологическим данным позволяют нам сформировать мнение о истории функционирования эмоциональных концептов *smile*, *laugh*. Таким образом, выявлены соответствия между репрезентантами концептов на современном этапе их употребления и номинантами на более ранних этапах.

Анализ данных этимологических и современных словарей английского языка свидетельствует об исторической связи значений слова и его последовательном развитии. В ходе исследования удалось получить представление об особенностях социолингвистических факторов, оказавших влияние на историческое развитие репрезентантов концептов *smile*, *laugh*. Оказалось, что не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы вызывают изменения в языке. Однако все возникшие модификации обусловлены не одним фактором, а результатом взаимодействия нескольких социолингвистических параметров. Изменение языка и передача из поколения в поколение «зеркала культуры» закономерны и являются универсальным, регулярным и необратимым процессом. В зависимости от окружающей среды, человеческое сообщество способно использовать те или иные словоформы и генерировать новые смыслы.

Отметим, что английский язык относится к западногерманской группе языков, следовательно, в большинстве случаев этимология номинантов концептов *smile*, *laugh* отсылает нас к этимологии других западногерманских языков (в частности, к немецкому и к голландскому). Соответственно, английский язык с течением времени приобретал все новые и новые элементы: в некоторых словах зафиксированы значительные изменения как на лексическом, так и на

фонетическом уровнях. В количественном отношении заметно увеличение числа слов, репрезентирующих концепты *smile*, *laugh*, что говорит об их большем выражении в сознании носителей языка именно в наше время. Рассмотрение номинантов концептов в этимологическом ключе интересно тем, что позволяет определить меру расширения и обогащения первоначальных словоформ, а также проследить основные тенденции и попытаться интерпретировать потенциал этих слов и словосочетаний.

Модификация значений слов, вербализующих изучаемые эмоциональные концепты, происходит по причине расширения контекста их употреблений. В ходе своего эволюционного развития концепты «улыбка», «смех» превращаются в важный символ англоязычного мира. Всеми этими изменениями концепты обязаны процессу взаимодействия с окружающим миром.

2.2. Модель лексико-семантического поля концептов *smile*, *laugh*

Следующим этапом нашего исследования является семантический и компонентный анализ слов, репрезентирующих концепт на разных лексических уровнях. Необходимо определить, какие репрезентанты концепта относятся к ядру и к периферии концепта и разложить единицы лексического, морфологического и синтаксического уровня на мельчайшие компоненты. Представляется целесообразным исследовать все способы концептуализации как переосмысления лексемы на разных уровнях (слова, словосочетания и фразеологизмы).

В ходе исследования необходимо разработать модель лексико-семантического поля эмоциональных концептов *smile*, *laugh*. Проводится анализ лексем, репрезентирующих концепты, и выявляется специфика вербализации этих ментальных образований. Рассмотрим наиболее яркие номинанты, иллюстрирующие влияние экстралингвистических факторов и демонстрирующие многообразие репрезентации концептов. Привлечение данных английских словарей позволяет выделить ядро и периферию *smile*, *laugh* для лексического

описания обозначенных концептов на всех уровнях: от слов и устойчивых описаний до фразеологизмов. Улыбку и смех как ментальные образования и эмоциональные непараметрические концепт регулятивного типа можно отнести к универсальным, так как они наднациональны и являются общечеловеческими символами.¹⁶⁸

Как известно, улыбка предстает очень многогранной и, в зависимости от контекста и ситуации, может по-разному трактоваться: искренняя улыбка, дежурная улыбка, наигранная улыбка. Важным представляется выделить номинанты, максимально полно выявляющие особенности выражения в английском языке и позволяющие судить о культурных различиях и о значении улыбки и смеха в данной культуре. Для нас представляет интерес изучение лингвокультурологического аспекта слова, который связан, прежде всего, с культурными коннотациями. Отметим, что коннотации является элементами значений, возникающих в определенных контекстах.

При анализе репрезентаций концептов необходимо учитывать, что они выражают эмоцию, существенный компонент культуры, который вербализуется при помощи определенных эмотивных знаков языка. Кроме того, при выражении эмоции всегда очевидна оценка говорящего, так как при помощи эмоции демонстрируется отношение человека к какому-либо явлению.

Исходя из выявленных соответствий, концепты *smile* и *laugh* были отнесены к одному классу, так как тесно взаимосвязаны. Обратимся к особенностям вербализации концептов *smile*, *laugh* в английском языке: проведем анализ их основных номинантов, двигаясь от центра к периферии поля. В исследовании были использованы методы концептуального анализа и построения лексико-семантического поля. Метод построения лексико-семантического поля предполагает объединение схожих семантических категорий в комплекс разноуровневых единиц, критерием отбора которых служит общность семантических функций. Отметим, что моделирование поля в нашем

¹⁶⁸ Карасик В.И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. с.30

исследовании предполагает семантико-когнитивный подход с привлечением данных 30 британских и американских словарей разных типов (толковых и фразеологических словарей, словарей сленга и словарей сочетаемости, а также тезауруса Роже) для представления наиболее полной картины концептов. Обращение к словарям необходимо для проведения семантического и дефиниционного анализа: словарь предстает важнейшим средством актуализации мира языка и культуры. Особенно ценными в этом отношении для нас являются словари, в которых подчеркивается связь языка и культуры¹⁶⁹.

Именно репрезентанты, находящиеся на разных лексических уровнях, позволят определить особенности объективации концептов в английском языке. Ряд ученых определяет семантическое поле как совокупность языковых единиц, связанных общностью содержания и отражающих сходство явлений.¹⁷⁰ Таким образом, исследование предполагает изучение слов и словосочетаний, входящих в тематический ряд «улыбка, смех» и относящихся к соответствующей области значений¹⁷¹. Все лексические единицы, обнаруженные в ходе анализа, должны войти в лексико-семантическое поле изучаемых концептов.

Обратимся к данным словарей английского языка и определим ядро и периферию концепта. Становится очевидным, что слово-концепт *smile* и слово-концепт *laugh* – доминанты лексико-семантического поля, передающие значения наиболее однозначно, а также постоянно используемые.¹⁷²

Известно, что отдаленные от ядра коллокации находятся на периферии поля и дополняют картину вербализации базовой человеческой эмоции в английском языке: к ним относятся номинанты разных частей речи, существительные, прилагательные, наречия, словосочетания разных типов (атрибутивные, предикативные, объектные) и ономотопические образования. Эти единицы расположены слоями вокруг ядра.

¹⁶⁹ Карпова О.М. Английская лексикография. М.: Издательский центр «Академия», 2010. С. 26

¹⁷⁰ Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М., 2000. с.99

¹⁷¹ Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 1966. URL: <http://www.classes.ru/grammar/174.Akhmanova/> (дата обращения: 05.03.2015)

¹⁷² Щур Г.С. Теория поля в лингвистике. Издательство «Наука», М., 1974. с.66



В схеме №1 представлено распределение репрезентантов по лексико-семантическим группам. Таким образом, исследование распадается на две части:

- анализ лексико-семантической группы *smile* (репрезентанты *to smile, to grin, to smirk, to beam, to leer, to simper, to sneer*);

- анализ лексико-семантической группы *laugh (to laugh, to giggle, to cackle, to chuckle, to guffaw, to titter, to fleer, to snigger, to mock, to jeer, to crack up)*, часть которых исследователи также называют *laughter verbs*¹⁷³, а также ономотопические образования, которые также соотносятся с группой «смех»: *ha ha (ha-ha), hah, huh, hahah, huh-huh-huh*.

Мы неслучайно отталкиваемся от номинантов – глаголов: эмоции, в первую очередь, представлены в языке эмоциональными глаголами. В нашем исследовании лексико-семантические группы представляют собой подгруппы лексико-семантического поля и выделены на основании определенных ассоциаций, а также сходств по оттенкам значений синонимического ряда. Критерием синонимичности в данном случае служит совпадение и тождество объемов значений слов. Известно, что синонимию, как правило, характеризует частичное сходство компонентов значений. С лингвистической точки зрения, синонимы соотносятся друг с другом на основе следующих параметров: 1) относятся к одной части речи; 2) имеют идентичное значение; 3) близки по семантике; 4) есть незначительные различия в коннотациях. Лексемы могут быть частично или полностью синонимичными, в зависимости от объема значений и возможностей функционирования в контексте.

Для их правильного использования в речи необходимо владеть информацией обо всех оттенках значений.

Важным является определение лексической валентности слов, представленных в данных лексико-семантических группах. Лексическая валентность подразумевает способность слов вступать в связи с другими частями речи и другими элементами языка. Лексико-фразеологическая сочетаемость слов (или коллокация) ограничивает свободу словосочетания. Можно сказать, что сочетаемость слов не всегда возможно предусмотреть и объяснить, зачастую это явления, которые не контролируемы сознанием носителем языка и возникают в процессе речи. Несмотря на это, каждое слово обладает своей валентностью и

¹⁷³ Minaeva L. English lexicology and lexicography. M., 2003. p.83

своей уникальной возможностью сочетаться с другими элементами, что варьируется от языка к языку. При определении норм сочетаемости важное значение имеет социолингвистический аспект, когда человек воспроизводит их в речи в зависимости от мышления и социокультурных особенностей, и такие категории, как клишированность, идиоматичность и социолингвистическая обусловленность¹⁷⁴. Если представить себе, что говорящий является художником слова (исходя из позиций, что язык развивается в речи), он придает все новые и новые оттенки палитре значений слова, преследуя разные цели: передать более точно некие смыслы (достижение больше экспрессивности), воздействовать на собеседника (прагматичность высказывания) или создать комический эффект. Таким образом, носитель определенного языка намеренно произносит то или иное выражение для того, чтобы вызвать какую-либо эмоциональную реакцию или показать свое эмоциональное отношение к ситуации.

В ходе исследования мы также рассмотрим фразеологизмы, как относящиеся как к репрезентантам ядра поля, так и расположенные на позиции периферии. В целом, концепт связан в некоторой степени с идиоматизацией¹⁷⁵ смыслов и явлений. Фразеологизмы являются важнейшими языковыми единицами и представляют особый интерес, так как это устойчивые единицы, которые воспроизводятся в речи как «готовые» фразеологические сращения. В отличие от других репрезентантов концепта, они обладают своей спецификой образования в сознании человека. Однако довольно сложно разграничить подобные словосочетания от тех фразеологизмов, которые порождены носителем языка в процессе речевой деятельности. Следует отметить, что все они отличаются наличием определенных коннотаций и идиоматичностью.

Начнем движение в сторону периферии от ядерных выражений с номинантами *smile* и *laugh*. Основной репрезентант лексико-семантической группы *smile* – лексема *smile*, представленная существительным или глаголом,

¹⁷⁴ Тер-Минасова С.Г. Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах. М., 2004. с.81-82

¹⁷⁵ Алефиренко Н.Ф. Фразеологическая номинация: когнитивный аспект. – Архангельск. Поморский университет, 2008. С. 11

причем как существительное она выступает в большом количестве лексических коллокаций. Под лексемой понимается некая абстрактная лексическая единица и совокупность всех значений одного и того же слова. Лексема *smile* насчитывает 157 примеров узуальных словосочетаний, среди которых 62 атрибутивных (наиболее типичными являются сочетания «прилагательное+существительное»). В репрезентациях наблюдается лексико-синтаксическая вариативность. Согласно лексикографическим данным зарегистрировано 62 атрибутивных словосочетания с *smile* как определяемым словом. Атрибутивные конструкции призваны обеспечить разнообразное описание видов улыбок и ее важнейших признаков. Столь многочисленное количество репрезентаций свидетельствует о важности способов описания улыбок: мы находим и положительные, и отрицательные коннотации. Анализируя разные типы словесного выражения улыбки, мы сможем создать классификацию репрезентаций улыбок в английском языке и выявить особенности их проявления и функционирования в англоязычном мире.

В таблицах №1.1 и №1.2 демонстрируются виды улыбок и дифференцируются признаки классификации с учетом эмоционально-оценочных коннотаций – положительной (таблица №1, обнаружено 24 узуальных словосочетания) и отрицательной (таблица №1.2, 38 репрезентантов). Прилагательные характеризуют улыбку, раскрывая ее самые разные грани и оттенки. Такое разделение обосновано в первую очередь, противопоставлением «искренняя улыбка» vs «фальшивая, деланная улыбка».

Положительная коннотация

Таблица №1.1

Красивая улыбка/искренняя/широкая улыбка	<i>A bright smile, a broad smile, a cheerful smile, a dimpled smile, a gentle smile, a happy smile, a sincere smile, a sunny smile, a warm smile, a wide smile</i>
Одобрительная/добрая/вежливая/снисходительная/понимающая улыбка	<i>An amiable smile, a courteous smile, a reassuring smile, an encouraging smile, an indulgent smile, a knowing smile</i>

Загадочная улыбка	<i>An enigmatic smile</i>
Обаятельная улыбка	<i>A beatific smile, a charming smile, a sweet smile, a winning smile,</i>
Обезоруживающая улыбка	<i>A disarming smile</i>
Ослепительная улыбка	<i>A dazzling smile, a radiant smile</i>

Отрицательная коннотация**Таблица №1.2**

Фальшивая/неискренняя/дежурная/притворная/маскировочная/натяннутая/социальная/протокольная улыбка	<i>An affected smile, an artificial smile, a crocodile smile, a fake smile, a false smile, a fixed smile, forced smile, a mocking smile, a phoney smile, a polite smile, a ready smile, a sharp smile, a tight-lipped smile</i>
Мрачная/грустная улыбка	<i>A ghastly smile, a grim smile, a humourless smile, a joyless smile, a mirthless smile, a rueful smile, a sad smile,</i>
Язвительная/саркастическая улыбка	<i>A sardonic smile , a wry smile</i>
Заговорщическая улыбка	<i>A conspiratorial smile</i>
Застенчивая улыбка	<i>A sheepish smile, a shy smile,</i>
Надменная улыбка	<i>A supercilious smile</i>
Виноватая улыбка	<i>An apologetic smile</i>
Кривая улыбка	<i>A crooked smile, a lopsided smile, a wry smile</i>
Беззубая улыбка	<i>A toothless smile</i>
Притягательная, но опасная улыбка	<i>A beguiling smile</i>
Глупая улыбка	<i>A goofy smile, a silly smile</i>
Слабая/едва заметная улыбка	<i>A faint smile, a thin smile, a wan smile,</i>

Искреннюю улыбку также называют улыбкой Дюшена (ученого-нейрофизиолога, впервые разграничившего два типа улыбок, искреннюю и притворную на основе экспериментального изучения механизмов, задействованных при возникновении улыбки на лице и особенностей работы мышц лица. Ошибочно полагать, что улыбка как сигнал вызвана лишь мимическими движениями нижней части лица. Задействованы также глаза, положение туловища и головы. Специфика настоящей, искренней улыбки в том, что вокруг глаз возникают «смеховые морщинки». Можно сказать, что она является интенсивной формой улыбки. Более того, практически невозможно контролировать работу мышц вокруг глаз. Такая улыбка вызвана и движением бровей, которые создают ее оттенки: направленные вниз, брови вызывают образование злорадной улыбки. Печальная улыбка подразумевает приподнятые внутренние уголки бровей ¹⁷⁶. Улыбка появляется медленно и исчезает постепенно. Неискренняя и искусственная улыбка несет намеренный характер и не выражает реальных чувств. Она дежурная, или, как ее еще называют, протокольная. Исходя из данных этих двух таблиц, можно сделать вывод о том, что возникновение данной человеческой эмоции зависит от контекста и ситуации.

Количество атрибутивных словосочетаний с отрицательной оценкой превышает количество положительных, что обусловлено разносторонним характером улыбки, которая выражается с какой-либо целью или по какой-либо причине. Настоящая, искренняя улыбка не требует такого многословного описания, так как она по своим свойствам не варьируется от одной личности к другой. Радостная и веселая улыбка – это первоначальное свойство данного невербального сигнала и носитель самого простого смысла этого невербального знака. Улыбка призвана дарить самые приятные ощущения, разряжать обстановку, выражать искренние чувства, дарить любовь собеседнику: «от

¹⁷⁶ Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. – М.: Новой литературное обозрение, 2002. с. 170

улыбки станет всем теплей». Если учесть, что улыбка как невербальный сигнал относится первоначально к мимике приматов, то как некий инстинкт она призвана умиротворять и снимать напряженность при общении. Социальные мотивы невозможно отрицать, так как любая улыбка социальна как важнейший жест.

Выражение любви, возможно, является основанием для улыбки, хотя данное замечание представляется смелым. Улыбка заключает в себе позитивную эмоцию и успокаивает собеседника, пробуждает в нем радость и добро.

Она может быть или широкой или обезоруживающей, ослепительной или обаятельной. В таких значениях подчеркивается мысль о силе улыбки и ее способности изменить окружающую действительность или воздействовать на адресата. Улыбка оказывает смягчающее и ободряющее влияние на самого улыбающегося и на партнера. Есть и прилагательные, подчеркивающие загадку улыбок (*an enigmatic smile*). Учитывая многогранность улыбки, не всегда возможно раскрыть ее характер.

Помимо фальшивой и натянутой улыбок, среди отрицательных коннотаций фигурируют и такие, как «застенчивая», «надменная», «глупая», «мрачная», «саркастическая», «язвительная», «виноватая» улыбка. К примеру, «застенчивая улыбка» может напоминать естественную и радостную улыбку на лице, но она проявляется с некоторым смущением, что всегда заметно (голова может быть опущена, отсутствие зрительного контакта с адресатом). В одном из случаев употребления (*a crocodile smile*, а также *a smile of an alligator*) улыбка становится образной и выражает неискренность эмоции.

Наличие данных коннотаций свидетельствуют о том, что улыбка зависит от ситуации и варьируется, в зависимости от причин ее возникновения. Синонимы этих слов используются для обозначения специфических вариантов соответствующего выражения в разных ситуациях. Отметим, что наличие синонимичных номинаций и, в целом, большого количества атрибутивных словосочетаний как средств выражения различных типов улыбки говорит о важности существования оттенков в сознании носителей английского языка и о

наличии прагматического аспекта – использования улыбки в реальных ситуациях общения. Очевидно, что улыбка передает сложные и разнообразные состояния, испытываемые человеком в процессе жизнедеятельности. Однако любую улыбку характеризует важнейшая физиологическая особенность: рот при улыбке, как правило, растягивается.

Исходя из положительной и отрицательной характеристик, представляется, что улыбка многообразна и важна в процессе общения. Большинство обнаруженных атрибутивных словосочетаний содержит элементы оценки. Если в первой таблице улыбка отражена как символ доброжелательности, оптимизма, красоты, радости, то во второй таблице описаны улыбки, которые по своей семантике противоречат изначальной категории значений. Такое расхождение можно объяснить рядом факторов: с одной стороны растущая популярность «улыбки» как атрибута делового общения и преуспевания, с другой – стремление намеренно скрыть эмоции от собеседника. В наше время роль социальной/дежурной улыбки, действительно возрастает, с чем и связано большое количество подобных узуальных словосочетаний. Зачастую нам приходится скрывать реальные эмоции в связи с тем, что считается неприемлемым выражать свои негативные эмоции, поэтому приходится прибегать к такой социальной улыбке. В сфере услуг улыбка становится важнейшим символом для привлечения клиентуры и демонстрации доброжелательного отношения к покупателям. Однако в наше время растет скептическое отношение к социальной улыбке, которую все чаще трактуют как неискреннюю и деланную эмоцию для достижения какой-либо цели в деловом мире. Такая улыбка иногда становится «хронической», так как возникает неосознанно и машинально. Таким образом, важнейший компонент передачи положительных чувств сменяется другими, которые не актуализируют настоящую эмоцию.

Далее рассмотрим объектные выражения, характеризующие способы проявления данной эмоций как с положительной (6 репрезентантов, таблица

№1.3), так и с и отрицательной оценкой (6 словосочетаний, таблица № 1.4). Как правило, это оттенки значений, в которых улыбка возникает в ответ или выражает благосклонность и доброжелательное отношение собеседника. Отрицательные коннотации показывают способы репрезентации неискренней улыбки. При приветствии мы выражаем свое дружелюбное отношение к человеку или отвечаем на улыбку: *to have a smile, to flash a smile, to give a smile*. Таким образом, улыбка становится индикатором искренних эмоций или добрых намерений. Но мы также можем «надеть улыбку» как некий аксессуар, например, продемонстрировав таким образом отсутствие агрессивности, или пригласить кого либо вступить в социальный контакт: *to put on a smile*. «Протокольная улыбка» становится объектом в таких словосочетаниях, как *to manage a smile/to suppress a smile/to repress a smile* («выдавить улыбку») – она неискренняя и свидетельствует о намеренном характере выражения эмоции.

Положительная коннотация

Таблица № 1.3

<i>Радостно улыбаться/ излучать улыбку/одарить улыбкой</i>	<i>To wear a smile, to have a smile, to flash a smile, to give a smile</i>
<i>Улыбаться в ответ</i>	<i>To return a smile</i>
<i>Вызвать улыбку</i>	<i>To bring a smile</i>

Отрицательная коннотация

Таблица № 1.4

<i>Скрывать улыбку</i>	<i>To hide a smile</i>
<i>Выдавить улыбку</i>	<i>To manage a smile, to repress a smile, to suppress a smile, to smile a joyless/happy... smile</i>
<i>«Надеть» улыбку</i>	<i>To put a smile on sb' s face</i>

Носителей английского языка отличает образность мышления, что и отражено в метафорах, в которых улыбка «оживает». Применительно к *smile* используется целый ряд метафор:

Таблица № 1.5

Улыбка исчезает:	<i>A smile fades, a smile vanishes</i>
Улыбка замирает	<i>A smile freezes</i>
Возникает улыбка:	<i>A smile crosses sth,</i> <i>A smile flickers across sth,</i> <i>A smile plays across sth,</i> <i>A smile tugs at the corner of the mouth,</i> <i>A smile grows, a smile spreads across/over sth.</i>

В таблице 1.5 представлены специфические варианты проявления улыбки как метафоры (10 выражений). Это так называемые метафоры движения, которые позволяют сделать вывод о том, что улыбку характеризует динамика: она может возникать и ускользать, пробегать по лицу и исчезать. К ним можно отнести и выражение *a crocodile smile (a smile of an alligator)*, которое служит для обозначения фальшивой, притворной улыбки и преимущественно относится к разговорному стилю. Отметим, что метафора часто используется как средство передачи тончайших оттенков мысли, что особенно важно при объективации эмоциональных концептов. Вышеуказанные примеры метафор движения примечательны тем, что они отсылают к эмоциональному миру носителя языка и вызывают определенные ассоциации для более глубинного понимания передаваемой мысли.

В таблицах № 1.6 и № 1.7 представлены предикативные словосочетания, содержащие положительную (17 репрезентантов) и отрицательную оценку (18 репрезентантов) и позволяющие судить о многогранном характере улыбки как невербального знака. Примечательно, что большинство из репрезентаций корреспондирует с атрибутивными словосочетаниями. Очевидно, что

существительное *smile* является субстантивацией эмоционального глагола *to smile*, поэтому мы наблюдаем идентичные способы выражения данного невербального сигнала. Такое количество языковых номинаций говорит о яркой лексической валентности *smile* и о потенциале данной лексемы:

Положительная коннотация

Таблица № 1.6

<i>Широко/радостно улыбаться</i>	<i>To smile broadly, to smile charmingly, to smile dazzlingly, to smile gently, to smile happily, to smile radiantly, to smile sweetly, to smile triumphantly, to smile warmly, to smile widely, to smile winningly</i>
<i>Одобрительно/благосклонно/снисходительно улыбаться</i>	<i>To smile benignly, to smile encouragingly, to smile indulgently, to smile kindly, to smile reassuringly</i>
<i>Загадочно улыбаться</i>	<i>To smile enigmatically</i>

Отрицательная коннотация

Таблица № 1.7

<i>Сдержанно улыбаться</i>	<i>To smile faintly, to smile politely, to smile slightly, to smile thinly, to smile wanly, to smile weakly</i>
<i>Мрачно/печально улыбаться</i>	<i>To smile grimly, to smile humourlessly, to smile mirthlessly, to smile ruefully, to smile sadly</i>
<i>Улыбаться застенчиво</i>	<i>To smile sheepishly, to smile shyly,</i>
<i>Виновато улыбаться</i>	<i>To smile apologetically</i>
<i>Саркастически улыбаться</i>	<i>To smile wryly</i>
<i>Улыбаться заговорщической улыбкой:</i>	<i>To smile conspiratorially</i>
<i>Улыбаться искривленной улыбкой</i>	<i>To smile crookedly, to smile lopsidedly</i>

Обратимся к таблице идиом (таблица № 1.8): обнаружено 23 устойчивых выражений, в которых, помимо вышеуказанных оттенков значений можно выделить и такие, как *to smile with someone* (выпивать с кем-либо). Данное словосочетание восходит к эпохе Средневековья, когда *smile* в некоторых способах словесного выражения обозначало «выпивка» или «пивная пена» .

Идиомы

Таблица № 1.8

<i>Радостно улыбаться</i>	<i>To be all smiles, to be wreathed in smiles</i>
<i>Стереть улыбку с лица»</i>	<i>To wipe the smile off sb's face</i>
<i>Удача улыбнулась</i>	<i>A smile of fortune, to smile on (the gods smiled on us, the fortune smiled on us)</i>
<i>Улыбаться до ушей</i>	<i>To smile from ear to ear</i>
<i>Улыбаться при приветствии</i>	<i>To smile a welcome/a greeting</i>
<i>Выпивать с кем-либо</i>	<i>To smile with somebody (slang)</i>
<i>Улыбаться/Не сдаваться/не расстраиваться</i>	<i>To keep smiling</i>
<i>Преодолеть трудности</i>	<i>To come up smiling</i>
<i>Выражать одобрение улыбкой</i>	<i>To smile one's consent/appreciation</i>
<i>Улыбаться кому-нибудь (или улыбаться в лицо проблемам/трудностям)</i>	<i>To smile in somebody's face (or in face of adversity)</i>
<i>Ухмыляться, расплыться в улыбке</i>	<i>To smile like a brewer's horse (slang)</i>
<i>Улыбаться от восхищения</i>	<i>To smile with admiration</i>
<i>Испортить кому-нибудь настроение улыбкой</i>	<i>To smile out of good humour</i>
<i>Подбодрить кого-либо улыбкой</i>	<i>To smile into a good mood</i>
<i>Ты, должно быть, шутишь</i>	<i>Smile when you say that (informal)</i>
<i>Лицемеры</i>	<i>Smiling faces</i>

Немаловажно употребление устойчивого словосочетания *keep smiling*,

некого девиза американского народа, призывающего всех улыбаться, несмотря на проблемы. Эта репрезентация подчеркивает важность улыбки в концептуальной картине представителей англоязычного мира: нельзя сдаваться, нужно идти вперед, радоваться жизни и преодолевать трудности.

Отдельного внимания заслуживает устойчивое словосочетание *smiling faces*, которым в англоязычном мире принято называть лицемеров и двуличных людей и которое стало неким способом обозначения предателей (буквально означает «лица с фальшивыми улыбками»). *To come up smiling* также свидетельствует о важности улыбки: здесь подчеркивается мысль о том, что человек в конечном итоге справился с трудностями. *To smile from ear to ear* выражает широту улыбки и указывает на ее интенсивность. Столь значительное количество фразеологизмов говорит об идиоматичности и некой образности, присущей улыбке как невербальному знаку.

Фразовые глаголы с *smile* в таблице № 1.9 (7 репрезентаций) указывают на направление улыбки, т.е. на кого или на что она направлена.

Фразовые глаголы

Таблица № 1.9

Улыбнуться кому-либо/чему-либо;	<i>To smile at, to smile on/upon</i>
Улыбнуться в ответ, ответить улыбкой	<i>To smile back</i>
Улыбкой побуждать кого-либо что-то сделать	<i>To smile into (doing something)</i>
Улыбнуться самому себе	<i>To smile to yourself</i>
Улыбаться (какой-либо улыбкой)	<i>To smile with (a cheerful smile)</i>

Более того, отметим словосочетания с *smile* и предлогом (*with a smile* – с улыбкой, *a smile of approval* – одобрительная улыбка, *a smile of triumph* – торжественная улыбка), и *to make somebody smile* – рассмешить кого-либо). Производными от *smile* репрезентантами являются *smiling* (прилагательное), *smilingly* (наречие) и знаменитый смайлик *a smiley*, служащий

обозначением улыбки в электронных сообщениях. *Smiley* в одной из коннотаций обозначает наркотики.

Значения улыбки передают всю палитру оттенков, яркую и многообразную. Заметим, что лексические коллокации представляют собой языковые сочетания знаков, отражающих наиболее важные и ценные для того или иного этноса элементы мировидения¹⁷⁷. Как мы видим, наиболее распространена синтаксическая модель атрибутивной сочетаемости, что выражено в большом количестве словосочетаний. Это может быть связано с тем, что атрибутивные словосочетания дают возможность охарактеризовать данную эмоцию разными средствами языка. Известно, что атрибутивная связь представляет собой наивысшую степень объединения членов предложения, что объясняется тесной связью между словами, которые выступают как цельные единицы в предложении¹⁷⁸.

На следующем этапе изучения лексической валентности номинантов первой лексико-семантической группы рассмотрим лексему *grin* (ухмылка), одну из самых частотных (96 репрезентаций) в лексико-семантическом поле концептов. *Grin* в качестве номинанта, обозначающего ухмылку или улыбку как некую гримасу представлен в разных узуальных атрибутивных словосочетаниях с положительными (таблица № 2.1, 11 выражений) и отрицательными (таблица № 2.2, 33 репрезентанта) смыслами. В приведенных ниже таблицах охарактеризуем репрезентанты – атрибутивные словосочетания с точки зрения положительной и отрицательной коннотаций. В качестве положительных оценок существительное *grin* выражает дружелюбную или веселую улыбку, в то время как в негативных коннотациях *grin* предстает как некая ухмылка, оскал и даже усмешка, чаще всего хитрая, глупая, кривая, злобная или деланная, буквально «разукрашенная» - *a painted grin*.

¹⁷⁷ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. с.162

¹⁷⁸ Тер-Минасова С.Г. Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах. М., 2004. с. 6

Положительная коннотация

Таблица № 2.1

<i>Улыбка во весь рот</i>	<i>A big grin, a broad grin, a huge grin, a large grin, a toothy grin, a wide grin</i>
<i>Дружелюбная улыбка</i>	<i>A friendly grin</i>
<i>Одобрительная, благосклонная улыбка</i>	<i>A knowing grin, a sympathetic grin</i>
<i>Заразительная улыбка</i>	<i>An infectious grin</i>
<i>Веселая улыбка</i>	<i>A boyish grin</i>

Номинации с отрицательными оценками в три раза превосходят положительные, что говорит о явной стилистической окрашенности эмоции, ее употреблении в контексте «ухмылка» и «хитрая улыбка» и о специфике восприятия *grin* в английском языке: это прежде всего ухмылка. В атрибутивных конструкциях с *grin* прилагательные передают как физическое, так и психологическое состояние человека:

Отрицательная коннотация

Таблица № 2.2

<i>Сдержанная, хилая, едва заметная улыбка</i>	<i>A faint grin, a feeble grin, a lazy grin, a sickly grin</i>
<i>Глупая ухмылка</i>	<i>A foolish grin, a goofy grin, a silly grin</i>
<i>Мрачная/печальная/грустная улыбка</i>	<i>A grim grin, a humourless grin, a mirthless grin, a rueful grin,</i>
<i>Злорадная/наглая/злая/злобная/хитрая ухмылка (оскал)</i>	<i>A cheeky grin, an evil grin, a ferocious grin, an impish grin, a mischievous grin, a sardonic grin, a self-deprecatory grin, a sly grin, a wicked grin, a wolfish grin</i>
<i>Застенчивая/скромная ухмылка</i>	<i>A bashful grin, a sheepish grin</i>
<i>Кривая ухмылка</i>	<i>A crooked grin, a lopsided grin,</i>

	<i>a wry grin,</i>
<i>Усмешка над самим собой</i>	<i>A self-mocking grin</i>
<i>Сумасшедшая/безумная ухмылка</i>	<i>An insane grin, a manic grin</i>
<i>Отвратительная ухмылка</i>	<i>A hideous grin</i>
<i>«Редкозубая»/беззубая улыбка</i>	<i>A gap-toothed grin, a toothless grin</i>
<i>Деланная ухмылка/улыбка</i>	<i>A painted grin</i>

При обращении к таблицам № 2.3 и № 2.4 с предикативными словосочетаниями становится очевидным то, что наречный компонент указывает на стилистические окраски ухмылки: от положительных (в таблице № 2.3, 7 словосочетаний) указывающих на радость и дружелюбие, до отрицательных (в таблице № 2.4, 14 репрезентантов), подчеркивающих такие качества, как злорадство, наглость или безумие.

Положительная коннотация

Таблица № 2.3

Значения	Предикативные (to grin + наречие)
<i>Улыбаться/ухмыляться широко/радостно/дружелюбно</i>	<i>To grin amiably, to grin broadly, to grin cheerfully, to grin happily, to grin widely</i>
<i>Улыбаться/ухмыляться едва заметно</i>	<i>To grin weakly</i>
<i>Улыбаться торжественно</i>	<i>To grin triumphantly</i>

Отрицательная коннотация

Таблица № 2.4

<i>Улыбаться застенчиво</i>	<i>To grin sheepishly</i>
<i>Улыбаться ехидно/злорадно/нагло</i>	<i>To grin cheekily, to grin conspiratorially, to grin impishly, to grin maliciously, to grin mischievously, to grin wickedly, to grin wolfishly</i>
<i>Улыбаться криво</i>	<i>To grin crookedly, to grin wryly,</i>

<i>Улыбаться виновато</i>	<i>To grin apologetically</i>
<i>Улыбаться кисло</i>	<i>To grin sourly</i>
<i>Улыбаться глупо</i>	<i>To grin inanely</i>
<i>Улыбаться мрачно</i>	<i>To grin ruefully</i>

По своим особенностям объектные словосочетания с *grin*, так же как и с *smile*, могут выражать как положительные (таблица №2.5, 5 выражений) так и отрицательную (таблица № 2.6, 5 репрезентантов) коннотации. Среди положительных оттенков фигурируют дружелюбие и радость, являющиеся причинами улыбки, в то время как отрицательные говорят о намеренном характере проявления эмоции (выдавить улыбку) или о сдерживании эмоции (скрыть улыбку).

Положительная коннотация

Таблица № 2.5

<i>Улыбаться/улыбнуться/ ухмыльнуться</i>	<i>To break into a grin, to give (sb) a grin, to split into a grin</i>
<i>Радостно ухмыляться</i>	<i>To grin with pleasure</i>
<i>Стоять с ухмылкой на лице</i>	<i>To stand with a grin on one's face</i>

Отрицательная коннотация

Таблица № 2.6

<i>Выдавить улыбку</i>	<i>To crack a grin, to force a grin</i>
<i>Скрывать ухмылку</i>	<i>To hide a grin</i>
<i>Сдерживать ухмылку</i>	<i>To restrain a grin, to stifle a grin</i>

В таблице № 2.7 представлены все обнаруженные идиомы с *grin* (5 устойчивых выражения), в которых можно выявить новые оттенки, к примеру, *to grin and bear* (скрывать трудности за улыбкой, мужественно переносить страдания). Лексема *grin* отражена и в некоторых фразеологизмах, передающих реалии британской культуры, к примеру, в идиоме *to grin like a Cheshire cat* Чеширский кот – персонаж сказки Льюиса Кэрролла: здесь роль сыграл

экстралингвистический фактор, который обусловил появление выражения в языке.

Идиомы

Таблица № 2.7

<i>Стереть улыбку/ухмылку с лица</i>	<i>To take/to wipe the grin off one's face</i>
<i>Улыбаться во весь рот</i>	<i>To grin from ear to ear</i>
<i>Мужественно переносить свои страдания скрывать свои переживания за улыбкой</i>	<i>To grin and bear it</i>
<i>Бессмысленно улыбаться во весь рот, ухмыляться</i>	<i>To grin like a Cheshire cat</i>

Метафоры движения (12 номинантов) с *grin* также говорят о многообразии лексической репрезентации и демонстрируют близость качественных характеристик с лексемой *smile*: *a grin broadens, a grin grows broader/wider, a grin widens/appears/spreads across or over smth* – улыбка/ухмылка возникает/растягивается/возникает, *a grin disappears/fades/vanishes* – улыбка/ухмылка исчезает). Метафоричность описания «ухмылки/улыбки» свидетельствует о культурной маркированности этого жеста и образности мышления носителей языка.

Номинант *grin* входит и в состав фразовых глаголов: *to grin back* (ответить улыбкой), *to grin at somebody* (улыбаться кому-либо), *to grin with pleasure* (радостно улыбнуться). Отметим, что некоторые словосочетания коррелируют со словосочетаниями с *smile*, особенно атрибутивные и предикативные (21 репрезентант), что объясняется синонимичностью номинантов *grin* и *smile* и близостью их значений.

Далее рассмотрим лексему *smirk* (14 репрезентантов), входящую в состав атрибутивных (*an arrogant smirk/a triumphant smirk/a self-satisfied smirk* – самодовольная, надменная улыбка, ухмылка, насмешка, деланная или глупая улыбка; *a knowing smirk/a patronizing smirk* – понимающая, снисходительная

улыбка/ухмылка) и объектных словосочетаний (*to have a smirk, to give a smirk* - ухмыляться/самодовольно улыбаться; *to conceal a smirk, to hide a smirk* – скрывать ухмылку/самодовольную улыбку). Обнаружена одна метафора движения – *a smirk flickers* (усмешка возникает/вспыхивает). Отметим, что номинант *smirk* содержит оттенок «усмешка», и, как правило, здесь семантика подвержена влиянию отрицательных коннотации «сатирический», «иронический», «показной/претенциозный». Производными считаются прилагательное *smirking*, наречие *smirkingly* и существительное *a smirker*.

Рассмотрим следующую лексему лексико-семантической группы «улыбка»: *beam* (10 лексических единиц). Из предикативных назовем *to beam triumphantly* (радостно улыбаться), из объектных – *to win a forgiving beam* (заслужить снисходительную улыбку, буквально – завоевать улыбку снисхождения), из словосочетаний с предлогом – *to beam with joy/delight/happiness, to beam a cheerful welcome* (улыбаться приветливо и весело), среди идиом – *to scowl and beam* (хмуриться и улыбаться), а также *to beam like a mad* (улыбаться, как сумасшедший). Фразовый глагол, синонимичный вышеперечисленным словосочетаниям – *to beam at* (ласково и приветливо улыбаться). Номинант имеет положительную коннотацию. Очевидно, что в данном случае лексическая валентность у лексемы невысокая.

Обратимся к устойчивым словосочетаниям с лексемой *sneer* (усмешкой, чаще всего рассматриваемой с отрицательными коннотациями), относящейся к лексико-семантической группе «улыбка», и выделим атрибутивные (*an arrogant sneer* – высокомерная улыбка, *a faint/slight sneer* – едва заметная усмешка) и объектные (*to give a sneer* – презрительно усмехаться, *to hide a sneer* – скрывать презрительную усмешку). Лексема *sneer* не обладает яркой лексической валентностью и представлена лишь 7 выражениями. Среди предикативных выражений отметим *to sneer haughtily* (надменно и высокомерно усмехаться), наречный компонент которого (*haughtily*) еще интенсивнее подчеркивает отрицательную коннотацию данного глагола. У еще одного номинанта *leer*

коллокация представлена лишь двумя лексическими единицами: в одном из случаев - *to leer an eye at* («хитро смотреть и улыбаться», буквально: бросить хитрый взгляд), в другом – *stop leering at somebody!* («хватит заглядываться на кого-либо!»), здесь также выражена отрицательная коннотация). Обратим внимание и на коллокации с лексемой *simper*: *to simper consent* (выразить согласие улыбкой), *to simper an excuse* (извиниться, выдавив улыбку на лице) и *to simper a smile* (глупо улыбнуться). Лексема *simper* в основном несет в себе отрицательную коннотацию «глупая, притворная улыбка».

Для выявления коллокаций с лексемой *laugh*, относящейся ко второй лексико-семантической группе *laugh*, обратимся к данным словарей (зарегистрировано 166 репрезентантов). Исходя из данных словарей и обращаясь к атрибутивным словосочетаниям, становится очевидно, что многие виды смеха по качественным характеристикам совпадают со словосочетаниями, которые употребляются с существительным *a smile*, что говорит о взаимосвязи обозначенных концептов. Прилагательные передают как особенности поведения человека, так и оценку при восприятии таких явлений. Атрибутивные словосочетания классифицированы по признакам смеха, в зависимости от положительной (таблица № 3.1) или отрицательной (таблица № 3.2) актуализации эмоции.

Положительная коннотация

Таблица № 3.1

<i>Веселый/радостный/шумный/звонкий смех</i>	<i>An amused laugh, a big laugh, a delighted laugh, a good laugh, a great laugh</i>
<i>Вежливый смех</i>	<i>A polite laugh</i>
<i>Чистый, «серебристый» смех,</i>	<i>A silvery laugh</i>
<i>Заразительный смех</i>	<i>An infectious laugh</i>
<i>Смех от души</i>	<i>A hearty laugh</i>

<i>Звонкий смех</i>	<i>A booming laugh, a loud laugh, a tinkling laugh</i>
---------------------	--

Отрицательная/нейтральная оценка

Таблица № 3.2

<i>Сдержанный смех</i>	<i>A light laugh, a little laugh, a low laugh, a short laugh, a slight laugh, a small laugh,</i>
<i>Грубый смех/громкий смех/смех до коликов в животе</i>	<i>A barking laugh, a belly laugh, a cackling laugh (zozom), a harsh laugh, a horse-laugh (horselaugh)</i>
<i>Хриплый смех</i>	<i>A husky laugh</i>
<i>Нервный смех</i>	<i>A brittle laugh, a nervous laugh, shaky laugh</i>
<i>Циничный смех</i>	<i>A cynical laugh</i>
<i>Смущенный смех</i>	<i>An embarrassed laugh</i>
<i>Гортанный смех</i>	<i>A throaty laugh</i>
<i>Сардонический смех</i>	<i>A bitter laugh</i>
<i>Иронический смех</i>	<i>A derisive laugh</i>
<i>Поддельный смех</i>	<i>A forced laugh</i>
<i>Глумливый/издевательский смех</i>	<i>A mocking laugh</i>
<i>Пустой смех</i>	<i>A hollow laugh, a humourless laugh, a mirthless laugh</i>
<i>Жалкий/унылый смех</i>	<i>A rueful laugh</i>
<i>Презрительный смех</i>	<i>A scornful laugh</i>
<i>Сухой смех</i>	<i>A dry laugh</i>

Очевидно, что количество атрибутивных конструкций с *laugh*, выражающих отрицательную оценку (28 репрезентаций) значительно выше выражений с положительными коннотациями (12 номинаций). Смех воспринимается как эмоция, которую очень сложно контролировать (*a belly laugh, a barking laugh, a a*

horse laugh) и которая по своей интенсивности может быть различной: от *a little laugh, a slight laugh* – до *a husky laugh, a harsh laugh, a cackling laugh*. Значительно ярче лексическая валентность *laugh* проявляется именно в выражениях, которые актуализируют эмоцию с негативными смыслами, некоторые из которых указывают на восприятие эмоции: *a derisive laugh, an embarrassed laugh, a scornful laugh, a rueful laugh*.

Среди предикативных словосочетаний можно выделить те, которые передают интенсивность эмоции и свободный, беззаботный, искренний, веселый характер смеха (таблица № 3.3, 16 репрезентантов), так и те, которые выражают отрицательную или нейтральную оценку (таблица № 3.4, 16 номинаций): «тихо смеяться», «безудержно смеяться», «злобно смеяться». Отметим, что представлены как физические признаки смеха («нервно смеяться», возможно, от нервного напряжения), так и психологические («грубо и злобно смеяться»).

Положительная оценка

Таблица № 3.3

<i>Громко смеяться</i>	<i>To laugh aloud, to laugh a lot, to laugh deeply, to laugh easily, to laugh freely, to laugh loudly, to laugh out loud, to love openly, to laugh really</i>
<i>Радостно смеяться</i>	<i>To laugh delightedly, laugh excitedly, to laugh happily, to laugh heartily,</i>
<i>Внезапно засмеяться</i>	<i>to laugh outright, to laugh suddenly</i>
<i>Вежливо смеяться (не очень громко)</i>	<i>to laugh politely</i>

Отрицательная/нейтральная оценка

Таблица №3.4

<i>Безудержно смеяться</i>	<i>To laugh helplessly, to laugh uncontrollably</i>
<i>Тихо/недолго смеяться</i>	<i>To laugh a little, to laugh lightly, to laugh quietly, to laugh shortly, to laugh silently, To laugh simply, to laugh softly</i>

<i>Нервно смеяться</i>	<i>To laugh nervously</i>
<i>Злобно/грубо/злорадно смеяться</i>	<i>To laugh angrily, to laugh bitterly, to laugh harshly, to laugh hollowly, to laugh mirthlessly</i>
<i>Саркастически смеяться</i>	<i>To laugh derisively</i>

Из других репрезентаций можно назвать объектные с *laugh* (рассмеяться - *to give a laugh, to let out a laugh, to force a laugh, to manage a laugh, to enjoy/like a laugh, to get a laugh, to raise a laugh*; разразиться/залиться смехом – *to burst out laughing* и покатиться со смеху – *to howl with laughter*). Употребляются и словосочетания с предлогом (*just for a laugh* – только ради смеха, *with a laugh* – смеясь, *to have a laugh about/at* – смеяться над кем-либо/чем-либо).

Немаловажными при изучении особенностей вербализации смеха в английском языке являются и идиомы с лексемой *laugh*. Обращение к лексикографическим данным позволило нам выявить 28 идиом (таблица №3.5). Большинство идиом подчеркивают радостные и положительные эмоции (*to laugh like a drain, to be good for a laugh, a laugh a minute*), которые выражает «смех», а также их интенсивность «смеха» или невозможность контролировать возникшие эмоциональные реакции (*to laugh out loud, to laugh one's head off, to kill oneself laughing, to fall about laughing, to burst our laughing, can't stop laughing*). В некоторых идиомах прослеживается связь между несколькими связанными между собой эмоциональными состояниями (*to laugh until one cries*) или особые оттенки смеха, к примеру, когда «смех» характеризует довольство (*to laugh all the way to the bank*) или презрение (*to laugh somebody out of court*).

Идиомы

Таблица № 3.5

<i>Смешной</i>	<i>To be good for a laugh</i>
<i>Смеется тот, кто смеется последним</i>	<i>To have the last laugh</i>
<i>Смеяться над кем-либо</i>	<i>To laugh at sb's expense</i>

<i>Неожиданно перейти от смеха к слезам, заплакать</i>	<i>To laugh on the other/wrong side of one's face/mouth</i>
<i>Шутник, весельчак, а также игрушка, издающая звуки смеха или нечто приятное/забавное</i>	<i>A barrel of laughs</i>
<i>Веселый, забавный, смешной</i>	<i>A laugh a minute</i>
<i>Смеяться от души</i>	<i>To laugh like a drain (сленг)</i>
<i>Чувствовать себя хорошо</i>	<i>To be laughing (slang)</i>
<i>Радоваться оттого, что удалось заработать деньги необычным способом</i>	<i>To laugh all the way to the bank</i>
<i>Смеяться в глаза</i>	<i>To laugh in sb's face</i>
<i>Исподтишка радоваться, смеяться украдкой, смеяться про себя, тайно насмехаться</i>	<i>To laugh up your sleeve</i>
<i>Смеяться до упаду</i>	<i>To laugh your head off</i>
<i>Смеяться до слез</i>	<i>To laugh until one cries</i>
<i>Засмейся, и весь мир засмеется с тобой</i>	<i>Laugh and the worlds laughs with you</i>
<i>Не смеши меня</i>	<i>Don't make me laugh</i>
<i>Расхохотаться, смеяться вслух</i>	<i>To laugh out loud</i>
<i>Не принимать всерьез</i>	<i>To laugh it off</i>
<i>Чуть не умереть со смеху</i>	<i>To kill oneself laughing</i>
<i>Быть способным мертвого рассмешить</i>	<i>To make a cat laugh</i>
<i>Не может быть! Ты смеешься?</i>	<i>You're having a laugh</i>
<i>Падать со смеху</i>	<i>To fall about laughing</i>

<i>Разразиться/залиться смехом/</i>	<i>To burst out laughing</i> <i>Can't/stop/help laughing</i>
<i>Смеяться от облегчения</i>	<i>To laugh with relief</i>
<i>Высмеять, осмеять</i>	<i>To laugh sb out of court</i>

Существительное *a laugh* соотносится с синонимом и однокоренным существительным *laughter*, являющимся не менее репрезентативным номинантом. Ряд атрибутивных конструкций с *laughter* представлен 13 лексическими единицами (таблица № 3.6), среди которых можно выделить такие оттенки значений, как «тихий сдержанный смех», «нервный/истерический» смех.

Объектные словосочетания насчитывают 15 репрезентаций (таблица №3.7) с различными передаваемыми смыслами, в зависимости от степени громкости (*to hoot with laughter, to roar with laughter, to scream with laughter*), от спонтанности эмоции (*to burst into laughter, to cackle with laughter, to explode with laughter, to dissolve into laughter, to howl with laughter, to whoop with laughter*) или от физических состояний (*to shake with laughter*).

Таблица № 3.6

<i>Нервный/истерический смех</i>	<i>A hysterical laughter, a nervous laughter</i>
<i>Радостный/шумный смех</i>	<i>A delighted laughter, a happy laughter, a helpless laughter, an infectious laughter, a loud laughter, a raucous laughter, a wild laughter</i>
<i>Тихий/сдержанный смех</i>	<i>A silent laughter, a suppressed laughter</i>
<i>Иронический смех</i>	<i>A derisive laughter, a mocking laughter</i>

Таблица № 3.7

<i>Разразиться смехом, расхохотаться</i>	<i>To burst into laughter, to cackle with laughter, to explode with laughter,</i>
--	---

<i>Рассмеяться</i>	<i>To bellow with laughter, to dissolve into/with laughter,</i>
<i>Громко смеяться</i>	<i>To hoot with laughter, to howl with laughter, to roar with laughter</i>
<i>Покатиться со смеху</i>	<i>To rock with laughter, to whoop with laughter,</i>
<i>Хохотать до упаду, умирать со смеху</i>	<i>To scream with laughter</i>
<i>Заливисто хохотать, истерически хохотать</i>	<i>To shriek with laughter, to yell with laughter</i>
<i>Трястись от смеха</i>	<i>To shake with laughter</i>

Бытует мнение, что словосочетания с номинантом *laugh* практически устарели, и молодежь их не использует. Если они в речи и употребляют одно из существительных, то более распространенным является *laughter*. Некоторые используют такие словосочетания с существительным *a laugh*, что не приветствуется носителями современного английского языка, в особенности американского варианта. Некоторые выражения с существительным *a laughter* свидетельствуют об интенсивности смеха: *a bellow of laughter, a gale of laughter* – громовой смех; *a hoot of laughter, a howl of laughter* – громкий смех; *a roar of laughter, a peal of laughter* – взрывы смеха, хохота; *a fit of laughter* – приступ смеха; *a ripple of laughter* – серебристый смех. Назовем и производные от лексемы *laugh* прилагательные *laughing (a laughing audience), laughable* и наречия *laughingly u laughably*.

Из идиом выделим *laughter lines*, т.е. морщинки, появляющиеся вокруг глаз от смеха, *a laugh track*, смеховая дорожка, используемая в телевизионных шоу для воссоздания смеха в аудитории во время передачи. Нечто несмешное называют *no laughing matter*. Примечательна и идиома *laughter and tears*, в которой выражено противопоставление эмоций и одновременно их взаимосвязь: «смех и слезы».

Есть составной термин *laughing gas* («веселящий газ»), *laughing jackass*, обозначающее австралийского зимородка (птицу), и *laughing frog* (озерная лягушка). Из словосочетаний, относящихся к разговорному стилю, назовем *laughing water* – шампанское. Неудивительно, что существует и разговорный вариант психиатрической больницы с коннотацией «психушка» - *laughing academy* или *laughing farm* (сленг). А объект для насмешек или шута горохового называют *a laughing stock*.

Столь значительное количество конструкций с номинантом *laugh* и производного от него *laughter* (167 лексических единиц) позволяет прийти к выводу о том, что в сознании носителей эта репрезентация играет важную роль и окрашена палитрой самых разных оттенков: от положительной коннотации (веселый/радостный смех – *a loud laugh, a big laugh, a great laugh, a hearty laugh*) до отрицательной (*a nervous laugh, a bitter laugh, a cynical laugh*).

Вокруг доминанты лексико-семантической группы «смех» *laugh* группируются наиболее близкие к ней репрезентанты, которые составляют ядро поля – это синонимический ряд так называемых *laughter verbs*, глаголов смеха: *to laugh, to cackle, to chuckle, to giggle, to snigger, to mock, to flear, to simper, to titter, to guffaw*. Обратим внимание на то, что большая часть являются ономотопическими образованиями, что говорит о некоей роли звуко-символизма и произвольной природе образования слов от звучания. Согласно данным словарей английского языка, по дефинициям данных глаголов можно сделать вывод, что глаголы, действительно, образуют синонимический ряд, а именно «структурно-семантическое объединение слов, элементы которых максимально близко онтологически связаны друг с другом»¹⁷⁹. Более того, существуют явные оттенки значений, которые говорят о некоторой градации смеха, то есть степени интенсивности эмоции или проявления одного из ее признаков: *to laugh* – смеяться; *to cackle* (to laugh in a loud unpleasant way, making short high sounds) – гоготать, ржать, хохотать; *to chuckle* (to laugh quietly) – хихикать, посмеиваться,

¹⁷⁹ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. С.103

усмехаться; *to giggle* (to laugh quickly, quietly, and in a high voice, because something is funny or because you are nervous or embarrassed) – хихикать, посмеиваться, глупо смеяться, нервно смеяться; *to mock* (to laugh at someone or something and try to make them look stupid by saying unkind things about them or by copying them) – высмеивать, издеваться, передразнивать, осмеивать, глумиться, потешаться; *to snigger* (to laugh quietly in a way that is not nice at something which is not supposed to be funny) – посмеиваться, сдавленно хихикать, злобно посмеиваться; *to leer* (to laugh or grimace in a coarse derisive manner) – презрительно улыбаться, усмехаться, насмехаться, скалить зубы; *to simper* (to smile in a silly annoying way) – самодовольно или глупо улыбаться, ухмыляться, жеманно улыбаться; *to titter* (to laugh quietly in a high voice, especially because you are nervous) – хихикать и нервно смеяться; *to guffaw* (to laugh loudly) – гоготать, хохотать, *to jeer* (to laugh or scoff at a person or thing) – глумиться, насмехаться, *to crack up* (to suddenly start laughing) – взрываться от смеха, смеяться до упаду.

Исходя из данных словарей, мы пришли к выводу о том, что в изучаемом лексико-семантическом поле действуют синонимические связи, которые соединяют слова с разными коннотациями и оттенками значений улыбки и смеха. Специфические особенности представляют собой и большое количество синонимичных номинантов с элементом значения «усмехаться», и столь разные оттенки значений «смеяться», которые переводятся и как «громко смеяться», и как «тихо смеяться», и как «нервно смеяться», и как «зловеще смеяться», и как просто «чихикать» или «гоготать». Выделим основные словосочетания с лексемами с оттенками значения «смех», принадлежащими к лексико-семантической группе «смех».

В атрибутивных конструкциях с лексемой *giggle* (всего насчитывается 33 словосочетания с лексемой *giggle*) выражаются такие оттенки значений, как «едва слышный смех, хохот» (*a little giggle*), «нервный смех» (*a nervous giggle*), хихиканье (*high-pitched giggle*, с преобладанием высоких тонов). Передается

также такой социально нагруженный смысл, как «девический смех» (*a girlish giggle*).

В объектных словосочетаниях с номинантом *giggle* (12 лексических репрезентаций) *giggle* тяготеет к *laugh* и *smile*, и в некоторых случаях выражения повторяются:

- *To give a giggle, to have a giggle, to let out a giggle* – «на кого-либо смех напал», *to collapse into giggle, to dissolve into giggle, to burst into giggles, to get giggles* – «расхихикаться»
- *To stifle a giggle, to suppress a giggle* – «сдержать хохот»
- *To giggle helplessly* – «непрестанно смеяться/хихикать»
- *To giggle hysterically* – «истерически хихикать», *to giggle nervously* – «нервно хихикать»

В большинстве случаев значимыми являются оттенки, передающие спонтанность эмоции или ее интенсивность. Можно также выделить фразовые глаголы *to giggle about/at, to giggle over* - «смеяться/ хихикать над чем-то/кем-то». Среди других номинаций с *giggle* мы обнаружили *to giggle with pleasure* - «хихикать от удовольствия», *to giggle with enthusiasm* – «хихикать от радости», *with a giggle* – «хихикая», *fit of giggling/a fit of the giggles* – «приступ смеха/хохота», *just for a giggle* – «для смеха, ради смеха». Передаваемые оттенки могут быть как положительными, так и отрицательными, в зависимости от контекста их употребления.

Более того, в словаре сленга, аналогично с *laughing academy*, психиатрическую больницу стали называть и *giggling academy*. Так же как и *laughing water*, шампанское называют *giggle juice*, что буквально можно перевести как «игривое вино». Существует даже номинант, характеризующий часто смеющегося человека – *a giggler*. Идиома *a giggle weed* обозначает наркотик. Можно отметить производные от лексемы *giggle* прилагательное *giggling*, существительное *giggler* (часто смеющийся человек) и прилагательное *giggly*.

К лексико-семантической группе «смех» относится еще одна лексема *cackle* (12 лексических единиц, «хохот, гоготанье»), представленная в объектных словосочетаниях *to give a cackle*, *to let out a cackle*, *to give a cackle of laughter* (захохотать, гоготать), а также в идиомах “*cut the cackle!*” (хватит болтать!), “*What a cackle she is!*» (Какая же она болтушка!) и *a cackling witch* (хохочущая ведьма). Необычной является идиома *to cut the cackle* (slang) – сокращенный вариант идиомы *cut the cackle and come to the hosses*, («Хватит болтать! Ближе к делу!»). Также имеет смысл выделить выражение *a cackle of laughter* (взрыв смеха) и прилагательное *cackling*.

Еще одним номинантом лексико-семантической группы «смех» выступает *chuckle* (19 репрезентантов). Среди них можно выделить как атрибутивные (*a little chuckle*, *a soft chuckle*, *a low chuckle* – тихий, едва слышный смех/хохот, *a deep chuckle*, *a deep-throated chuckle* – громкий смех/хохот, *a dry chuckle* – сухой смешок), чаще всего выражающие оттенок значения «хохот», так и объектные (*to give a chuckle*, *to have a chuckle*, *to let out a chuckle* – «усмехнуться, тихо засмеяться», *to suppress a chuckle* – «сдержать усмешку», *to chuckle softly* – «тихо усмехаться», *to chuckle about/ over* – «усмехаться над чем-то», *to chuckle at* – «усмехаться над кем-либо», *to chuckle to yourself* – «смеяться в душе, смеяться про себя», *to get a chuckle out of the audience* – «рассмешить»). Очевидно, что объектные конструкции усиливают коннотацию «усмехаться» или «тихо усмехаться». Из других выражений можно назвать *with a chuckle* – «усмехаясь, посмеиваясь, с усмешкой». В словаре сленга зарегистрировано слово *a chucklehead*, что переводится как «болван».

Номинант *mock* представлен немалым количеством устойчивых словосочетаний (19 репрезентантов): объектным *to make a mock of someone* («высмеивать кого-либо»), предикативными *to mock bitterly* («злбно подшучивать, насмехаться»), *to mock ruthlessly* («безжалостно высмеивать кого-либо»), *to mock scornfully* («презрительно насмехаться»), *to mock gently*, *to mock softly*, *to mock subtly* («тихо/едва заметно посмеиваться»); фразовыми глаголами *to*

mock at somebody («насмехаться над кем-либо») и *to mock up* («подделывать что-либо»). Среди идиом стоит назвать такие, как *to mock with smile* – «презрительно улыбнуться»; *to mock fears* – «издеваться над чьими-либо страхами»; *mock jewelry* – «поддельные драгоценности». Что касается существительного *mockery*, то оно образовано от лексемы и буквально означает насмешку, осмеяние, пародию. Последний элемент значения присутствует у образованного от данной лексемы *mockingbird* (пересмешник, североамериканская или австралийская птица, которые копирует звуки других птиц). Прилагательное *mocking* также обладает лексической валентностью и образует сочетания *faintly/slightly mocking (smile)*. Следует выделить наречие *mockingly* и существительное *a mocker* (насмешник, глумливый человек).

Следующий номинант данной лексико-семантической группы – *guffaw* (в качестве глагола *to guffaw*, как правило, выражает оттенок «грубо хохотать»), который представлен в словарях лишь одним фразовым глаголом *to guffaw at somebody*. Лексему *to titter* иллюстрирует такое словосочетание, как *to raise a titter* и фразовый *to titter at (somebody)*. Можно также образовать прилагательное *tittering* и наречие *titteringly*.

To fleer как лексема имеет в основном отрицательную коннотацию, преимущественно используется в речи носителей американского варианта английского языка для выражения хитрой, коварной, предательской улыбки и существует как глагол, в одной из коннотаций обозначающий «презрительно улыбаться и скалить зубы». Данная лексема также обнаружена в качестве существительного *a fleer* в двух атрибутивных словосочетаниях *a sly fleer* и *a treacherous fleer* (хитрая улыбка и предательская улыбка). Рассмотрим также лексему *snigger*, которая пишется так в британском варианте английского языка. В американском диалекте написание отлично – *snicker*. Следует также отметить выражения *to snigger at/about*, *to have a snigger*, *a snicker of ridicule*. Из оставшихся номинантов выделим *to jeer*, которое часто употребляется в качестве фразового глагола *to jeer at* (можно образовать и прилагательное *jeering*), а также

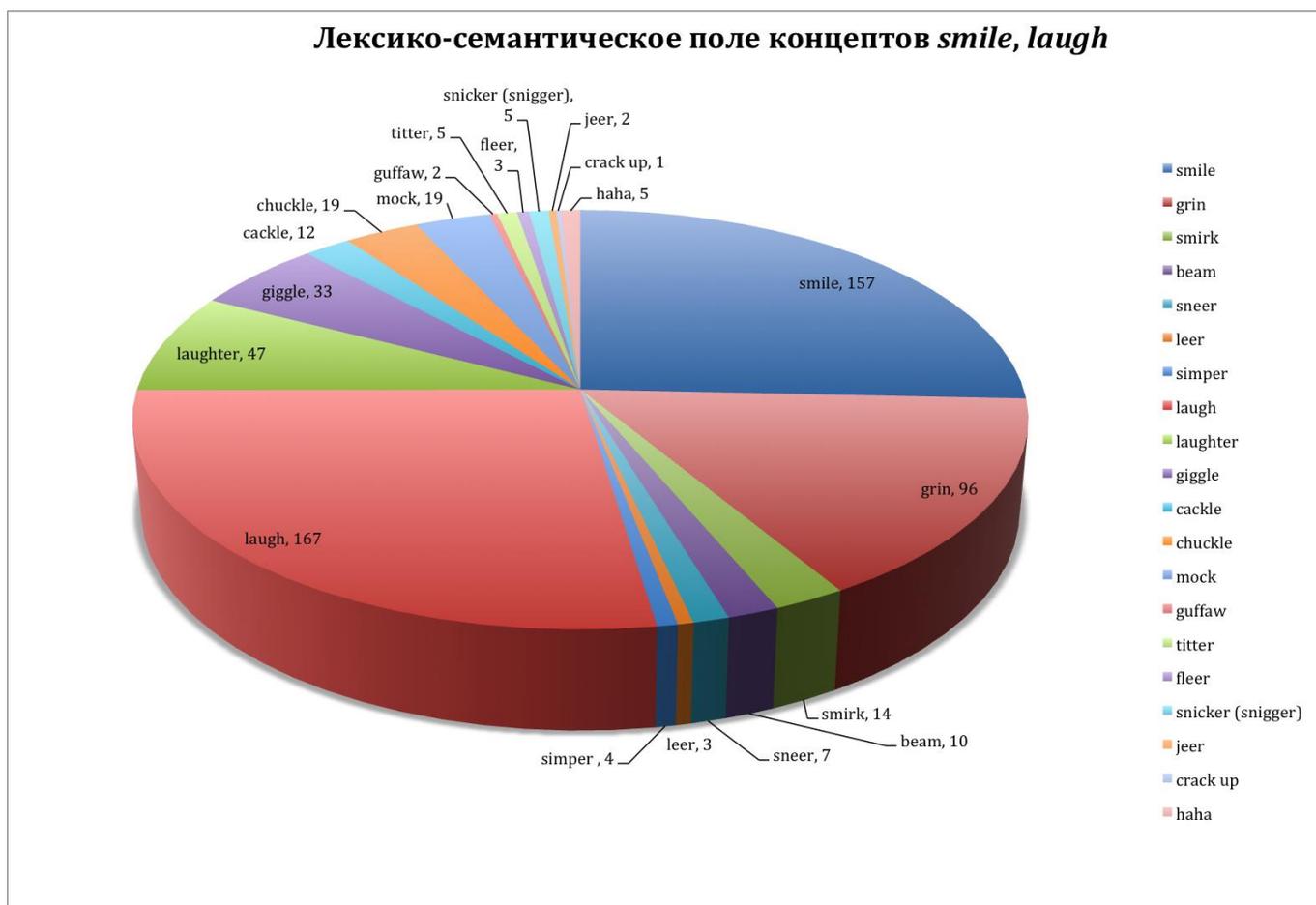
to crack up (to suddenly start laughing a lot). Немаловажными являются и ономатописические образования, которые также можно отнести к лексико-семантической группе «смех»: эмоционально окрашенные междометия *ha-ha* или *ha ha* (звук смеха, коннотация как положительная, так и отрицательная, в зависимости от контекста употребления), которое встречается в словосочетаниях *ha-ha bird* (kookaburra, австралийская птица), *ha-ha* (стакан пива, сленг, амер. вариант англ.). Ономатописическим является и выражение *huh-huh-huh* или *hahah*. Следует отметить, что в основе звуко-символизма и ономатописических образований «лежат физические свойства». ¹⁸⁰ И именно в процессе передачи эмоции такой оттенок приобретается. Можно также встретить *huh* или *hah* – как мы видим, вариантов написания этого междометия существует несколько. Ряд слов, которые «мы ныне не ощущаем как звукоподражательные, могут быть возведены к такой некогда существовавшей фонетической форме, которая дает серьезное основание видеть их происхождение в подражании естественным звукам» ¹⁸¹ – таковым является глагол *laugh*.

В результате данного исследования было выявлено 563 лексические единицы на разных уровнях для проведения концептуального анализа (при подсчете учитывались также односоставные единицы лексем, выраженные эмоциональными глаголами и ономатописические образования. Лексические единицы, репрезентирующие концепты *smile*, *laugh*, отражают разные коннотации – как положительные, так и отрицательные.

Согласно ниже представленной диаграмме (диаграмма №1), в лексико-семантическом поле репрезентациями с наиболее яркой валентностью являются *smile* (157 номинаций), *laugh* (167 языковых средств выражения), производная от нее лексема *laughter* (47 номинаций), *grin* (96 репрезентантов) и *giggle* (33 средства словесного выражения), *mock* (19 номинаций), *chuckle* (19 репрезентантов).

¹⁸⁰ Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис. 2008. с. 106

¹⁸¹ Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. с. 31



Учитывая ядерную позицию лексем *smile* и *laugh*, можно предположить, что именно они обладают наибольшей валентности и вербализованы различными лексическими единицами (от атрибутивных, предикативных и объектных словосочетаний до обширного ряда фразеологизмов). *Grin* также частотна, что может быть связано с ее близостью по значению к лексеме *smile* – как мы видим, исходя из лексикографических данных, многие словосочетания с *grin* корреспондируют со средствами выражения *smile*. Оказываются высокими и репрезентации «хохота» и «хихиканья».

В вышеуказанных лексико-семантических группах номинанты *smile* и *laugh* являются доминантами двух синонимических рядов, так как они имеют высокую частотность и являются общеупотребительными. В левой части диаграммы №1 расположены секторы с номинантами концепта *laugh*, в правой – *smile*. Семантический анализ номинантов, находящихся на ядерной позиции, позволяет

сделать вывод о том, что они являются вершинами иерархической структуры и подвержены дальнейшей градации.

Исходя из проанализированных коллокаций, представляющих ядро и периферию эмоциональных концептов *smile*, *laugh* можно прийти к выводу, что эмотивная лексика и фразеология обусловлены экстралингвистическими факторами и передают особый тип мышления в определенной лингвокультуре. Столь насыщенное лексико-семантическое поле и столь богатый материал позволяют нам судить о важности концептов *smile*, *laugh* и их вербализации в английском языке: в качестве примеров приведены большое количество оттенков значений, градация синонимического ряда и различные коннотации. Неслучайно в американской лингвокультуре *smile* и *laugh* являются неким атрибутом и американской речевой культуры: согласно национальным представлениям, американцы оптимистичны, жизнерадостны и не жалуется. Они постоянно демонстрируют оптимизм, открытость, успех, радость в общении¹⁸². Известно, что «американец в 95% улыбается не потому, что ему лично в данный момент приятно, а для того, чтобы сделать приятное речевому партнеру»¹⁸³. Таким образом, лексико-семантическое поле выражено двумя лексико-семантическими группами и синонимическим рядом, составляющим поле, а также разными типами устойчивых словосочетаний. Возникновение синонимических рядов в данном случае предопределено тем, что носитель языка стремится найти более точные и адекватные оттенки выражения мысли и наиболее утонченно передать эмоцию. Обращение к синонимии в нашем исследовании позволило нам выявить дополнительные эмоциональные характеристики за счет переданных в их компонентах оттенков. Градация также предстает важным фактором, на основании которого выстраивается синонимический ряд: каждый номинант лексико-семантических групп обладает своей степенью интенсивности проявления эмоции. В двух синонимических рядах лексико-семантических групп

¹⁸² Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис. 2008. с. 291

¹⁸³ Там же с.305

прослеживается постепенное повышение интенсивности передаваемых оттенков эмоций, в зависимости от громкости и наибольшей экспрессивности возникшей эмоции.

Чем ярче картина вербализации концепта, тем важнее и значимее данная человеческая эмоция для определенного этноса. Неслучайно говорят, что слово - «это кусочек действительности», который проходит через сознание человека и, отражаясь, приобретает особые черты, характерные данному мировоззрению и сознанию¹⁸⁴. Американцы всегда считаются улыбающимися, а «голливудская улыбка» – их символом. В британской лингвокультуре улыбка является больше вежливым вербальным знаком для того, чтобы продемонстрировать благосклонность и доброжелательность. Отметим, что слово отражает видение реальности, которое приписано сознанием и представлением о предмете или явлении¹⁸⁵. Этноспецифичность смеха и улыбки проявляется не только во внушительном количестве, в обширном семантическом содержании и форме его номинантов, но также в особенностях их лексической валентности, которая позволяет выявить особенности сочетаемости.

Что касается объема каждой из лексико-семантических групп, то очевидно, что вторая группа «смех» по своему количеству (16 лексем) превосходит первую (7 лексем), что может быть связано с градацией смеха и его различными вариантами: от тихого и слабого смеха до заразительного, от хохота до очень шумного смеха.

Высокая плотность репрезентации данных эмоциональных концептов свидетельствует о психологической релевантности этого фрагмента эмоциональной картины мира для носителей английского языка. Анализируя единицы лексико-семантической группы «улыбка, смех», мы приходим к выводу о том, что они часто употребляются в коммуникации. Коммуникативная функция очевидна: синтагматические связи номинантов говорят об их частотности и

¹⁸⁴Тер-Минасова С.Г. «Мысль изреченная есть ложь...»/С. Г. Тер-Минасова// Ценности и смыслы. – 2012. - №1 (17). с. 27

¹⁸⁵ Там же. с.24

значимости в лингвокультуре. Несмотря на то, что изучаемые «улыбка» и «смех» являются базовыми человеческими эмоциями, их языковое воплощение в любом языке уникально и имеет ряд особенностей.

Данные, которые были извлечены в ходе проведенного анализа лексико-семантического поля *smile, laugh*, позволяют сделать вывод о том, что *smile, laugh* – ключевые эмоциональные концепты западной культуры, в особенности находящие свое отражение в американской лингвокультуре – от нейтральной лексики до разговорного стиля. Особенность ядерных лексем заключается в том, что они являются субстантивациями эмоциональных глаголов, относящихся к двум лексико-семантическим группам. Глаголы, представляющие две лексико-семантические группы внутри поля, являются периферийным окружением ядерных лексем *smile u laugh*.

Представлено также значительное количество идиом, которые свидетельствуют о «косвенном» способе вербализации посредством устойчивых словосочетаний, являющихся показателями идиоматичности сознания носителей языка. Сложными при исследовании они оказываются потому, что не всегда при компонентном анализе возможно вывести их значение из их составных частей.

Заметим, что метод построения лексико-семантического поля, к которому мы обратились при концептуальном анализе, приобретает в наше время популярность в связи с тем, что оказывается продуктивным и позволяет нам классифицировать репрезентанты, охарактеризовать их и собрать материал для дальнейшей его обработки. Благодаря различиям значений, передаваемым в словосочетаниях с номинантами изучаемого поля, удалось определить трудноуловимые или специфические оттенки, которые носители вкладывают в эмоцию. Лексическая валентность репрезентаций данного концепта показывает многообразие улыбки и смеха в языке и в культуре и их различные виды. Более того, лексико-семантический анализ позволяет судить не только о лексической репрезентации и о том, как выражена эмоция, но и понять, каковы реальные переживания носителя языка и что он чувствует в процессе отражения эмоции

посредством словесного знака. Таким образом, языковое воплощение реализует в себе социокультурные элементы, которые навеяны культурой.

Лексико-семантическое поле концептов *smile, laugh* является фрагментом языкового мира носителей английского языка и отражает важнейшие особенности национального мировоззрения. Учитывая эмотивность концептов, можно предположить, что модель лексико-семантического поля отражает культурную специфику эмоциональных состояний и переживаний. Высокая плотность объективации данных концептов свидетельствует об их актуальности в сознании носителей английского языка и об их значимости в британской и американской культуре.

2.3. Концепты *smile, laugh* в паремиологическом фонде английского языка

Дальнейший этап исследования лексико-семантического поля предполагает его расширение на уровне паремиологических единиц. Обратимся к особенностям функционирования в паремиях и афоризмах ядерных лексем *smile* и *laugh* (к *laugh* мы также отнесем производную от нее форму *laughter*, которая также фигурирует среди паремий в роли существительного). Проведем анализ единиц паремиологического фонда английского языка, которые находятся на ядерной позиции и заслуживают отдельного внимания. Для достижения данной цели мы применяем методики интерпретации и семантического анализа.

Анализ паремиологических единиц представляется важным для расширения представлений о вербализации концепта и его функционирования в контексте. Известно, что паремии (пословицы, поговорки, афоризмы, изречения) являются единицами паремиологического фонда и составляющими языковой картины мира. В ходе исследования пословиц, поговорок и афоризмов были привлечены словари пословиц, словари цитат и афоризмов, а также электронные ресурсы с высказываниями известных личностей – носителей английского языка. Л.В.Полубиченко отмечает, что «изучение собранных в словарях цитат материалов позволяет составить представление о многих существенных аспектах фоновых знаний соответствующего национального сообщества в тот или иной

период времени». ¹⁸⁶ Известно, что вербализуются наиболее существенные смыслы и ценностные доминанты носителей языка.

Следует отметить, что поговорки и пословицы являются ценностно маркированными и культурологически значимыми, поэтому представляют особый интерес среди исследователей. Они в сжатой форме передают народную мудрость и национальную специфику, отражают систему ценностей, морально-этических установок, жизненный уклад, обычаи и традиции представителей определенного этноса ¹⁸⁷.

Методом сплошной выборки в вышеуказанных словарях пословиц и поговорок было выявлено 11 паремий с лексемой *smile*, которые выражают определенные ценностные доминанты в сознании носителей английского языка:

- Искренняя/радостная улыбка/улыбка как символ успеха и счастья
- Фальшивая/притворная/маскировочная улыбка

Первая ценностная доминанта фигурирует в пословицах и поговорках с положительными смыслами. К ним можно отнести следующие паремии:

- *A smile opens many doors*
- *Always remember that a smile is something sacred, to be shared.*
- *A smile is worth a thousand words.*
- *When fortune smiles, take the advantage.*
- *Smile, and the world smiles with you; cry, and you cry alone.*
- *Smile goes a long way.*

Представленные примеры паремий отражают особенности мышления британского и американского лингвокультурного сообщества. Данные языковые средства выражения концепта *smile* иллюстрируют такие смыслы, как оптимистический настрой, веру в силу улыбки, необходимость улыбаться. В некоторых поговорках выражены причины, по которым улыбку можно отнести к

¹⁸⁶ Полубиченко Л. Словарь цитат как зеркало и инструмент культуры // Новое в теории и практике лексикографии: синхронный и диахронный подходы. Материалы VIII межд. школы-семинара. — Иваново, 2009. с.63

¹⁸⁷ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. с. 100, с.182

важнейшему невербальному знаку общения: *Always remember that a smile is something sacred, to be shared* («Всегда помни, что улыбка это нечто святое, чем нужно делиться»). Улыбка предстает незаменимым элементом коммуникации и расширяет круг возможностей человека: *A smile opens many doors./A smile is worth a thousand words. / Smile goes a long way*. Улыбка «открывает нам двери»; она бесценна и способна очаровывать всех вокруг. Если «удача улыбается» нам, нужно непременно воспользоваться таким обстоятельством для достижения целей. Отметим, что в некоторых пословицах улыбка выражена метафорами движения: *a smile opens, a smile goes*. Более того, в других поговорках лексема *smile* представлена глаголом и отражает воздействие улыбки: *the world smiles, fortune smiles*. Улыбка становится важнейшим инструментом в процессе коммуникации.

Не менее яркими по своей маркированности являются пословицы и поговорки, в которых выражена вторая ценностная доминанта «фальшивая и притворная улыбка». К ним можно отнести следующие пословицы:

- 1) *The smiler with a knife under his cloak*¹⁸⁸
- 2) *A smiling boy is a bad servant.*
- 3) *There is often a tear behind a smile.*
- 4) *A friend's frown is better than a foe's smile.*

В первой поговорке лексема *smile* выражена существительным *smiler*, обозначающим улыбающегося человека. В буквальном смысле пословица указывает на неискренние чувства и фальшивую приветливость («улыбающийся человек, который скрывает нож под своим плащом»). Вторая поговорка отражает такие отрицательные смыслы, как «притворная и деланная улыбка» и раскрывает ее особенности. К примеру, нужно настороженно относиться к «улыбающемуся слуге», так как он, возможно, окажется ненадежным. В третьей поговорке акцентируется внимание на «протокольной» и «социальной» улыбке: возможно,

¹⁸⁸ Токарева М. А. Феномен улыбки в русской, английской, и американской культуре: дис. канд. культурологии: 24.00.01/Токарева М.А. – М., 2007.

человек улыбается, чтобы скрыть свою печаль и проблемы (*a tear behind a smile*), так как это предусматривают манеры общения и этикет. Очевидно, речь идет о «вежливой улыбке», которая несет намеренный характер и не демонстрирует настоящие эмоции. В четвертой поговорке противопоставлены «улыбка врага» (*a foe's smile*) и «мрачное лицо друга» (*a friend's frown*). Можно сказать, что «улыбка врага» характеризует фальшивую эмоцию, а «мрачное лицо друга» – искренние чувства.

Мы также можем выделить известную пословицу *Better the last smile than the first laughter*, в которой «улыбка» и «смех» противопоставлены. Возможно, данная пословица свидетельствует о том, что улыбка важнее как «конечная эмоция», так как «хорошо смеется тот, кто смеется последним». Однако уникальность этой паремии одновременно в парадоксальном противопоставлении и сближении ментальных конструкторов *smile* и *laughter* (производная форма от *laugh*).

Еще один уникальный способ актуализации концепта *smile* на уровне паремий – так называемая «пословичная поэма» *Fortune A. Макфи*. Автор пишет эту поэму на основе известной идиомы *fortune smiles* («удача улыбается») и в своих строках призывает всех «встречать с распростертыми объятиями» удачу как гостью, которая стучится в дверь, и относиться к ней приветливо и дружелюбно: *When fortune smiles embrace her, /She knocks on every gate;/Welcome her with open arms,/Before it is too late*¹⁸⁹. Прагматичность данного высказывания состоит в том, что нужно беречь удачу и относиться к ней с уважением. Отметим, что концепт «улыбка» вербализуется в данной поэме посредством метафоры движения *fortune smiles*, который выражает появление удачи. Здесь очевидна образность мышления и некая ценностная установка носителей языка: если «удача улыбается», нужно стараться сохранить такое состояние.

Таким образом, представленные выше примеры пословиц и поговорок с лексемой *smile* иллюстрируют важнейшие ценностные установки носителей

¹⁸⁹ Цит. по: Macfie A.L. English proverb poems. 2006. p.27 «Когда удача улыбается вам, обнимите ее./Она стучится ко всем./ Встречайте ее с распротертыми объятиями, /Пока она на вашей стороне».

английского языка. Отметим, что немаловажным является и стремление создать прагматический эффект в данных высказываниях. Пословицы и поговорки предписывают некоторые правила и воздействуют на адресата. Они нравоучительны и содержат оценку, в связи с чем ценностный компонент, содержащийся в высказываниях, помогает нам раскрыть особенности мышления носителя языка и определить отношение к «улыбке». В пословицах и поговорках воссоздается гипотетическая ситуация не только с целью сообщить сведения и передать информацию, но и воздействовать на адресата.

Ситуации, иллюстрирующие улыбку, реконструируются также в афоризмах и цитатах известных представителей британской и американской лингвокультур. Многогранность улыбки демонстрируется еще в начале XVII века в великих трагедиях британского драматурга Уильяма Шекспира «Гамлет» и «Макбет»:

- *O villain, villain, smiling, damned villain!*

My tables, - meet it is I set it down,

That one may smile, and smile, and be a villain. (Уильям Шекспир, Гамлет, Акт 1, сцена 5)¹⁹⁰

- *There are daggers in men's smiles.* (Уильям Шекспир, Макбет, Акт 2, сцена 3)¹⁹¹

Шекспир указывает на ложь и фальшь, которые может скрывать за собой «улыбчивый подлец» (*a smiling villain*) со злобными намерениями. *Daggers in men's smiles* – кинжалы, которая таятся за улыбками лицемеров. В данном случае цитата Шекспира коррелирует с вышеприведенной поговоркой *The smiler with a knife under his cloak*. Таким образом, в этих высказываниях очевидно усиление отрицательного смысла «притворная/маскировочная» улыбка.

¹⁹⁰ Shakespeare W. Hamlet. URL: <http://www.shakespeare-online.com/plays/hamletscenes.html> Дата обращения: 09.02.2015.

¹⁹¹ Shakespeare W. Macbeth. URL: <http://www.shakespeare-online.com/plays/macbethscenes.html> Дата обращения 16.02.2015

В стихотворении «Что за небесные улыбки» британский поэт «озерной школы» Уильям Вордсворт акцентирует наше внимание на коннотации «лучезарная улыбка», которая «светит в сердце»:

- *What heavenly smiles! O Lady mine*

*Through my very heart they shine*¹⁹² (Уильям Вордсворт, *What heavenly smiles*)

Перед нами предстает собирательный образ светлых женских улыбок, которые вдохновили и очаровали поэта. Именно такой вид улыбок воспевают Уильям Вордсворт, называя их «небесными».

Улыбаться нас призывает в своем афоризме американский писатель Марк Твен: *Wrinkles should merely indicate where smiles have been.* («Морщины должны быть только следами прошлых улыбок»)¹⁹³.

В одном из своих обращений к служащим британский политический деятель Уинстон Черчилль называет улыбку оружием для ведения войны: *War is a game that is played with a smile. If you can't smile, grin. If you can't grin, keep out of the way till you can.*¹⁹⁴ («В войну нужно играть с улыбкой на лице. Если вы не умеете улыбаться, постарайтесь изобразить оскал. Если у вас и это не получается, вам лучше не воевать»). Возможно, в этих строках речь идет о боевом духе и позитивном настрое, которые должны способствовать урегулированию конфликтных ситуаций. Улыбка становится инструментом для достижения военной цели и придает уверенность в своих силах.

Несмотря на разные интерпретации, многие известные личности XX века отмечают важнейшие положительные характеристики этого уникального невербального сигнала:

- 1) *Beauty is power, a smile is its word*¹⁹⁵. (Чарльз Рид, британский писатель XIX века)

¹⁹² Трамбл Э. Краткая история улыбки. СПб, 2007. с. 15

¹⁹³ Твен М. Афоризмы и шутки. URL: <http://www.litres.ru/static/trials/00/16/32/00163272.a6.pdf> Дата обращения: 10.03.2015

¹⁹⁴ National Churchill Museum Site. URL: <https://www.nationalchurchillmuseum.org/churchill-in-world-war-i-and-aftermath.html> Дата обращения: 16.03.2015

¹⁹⁵ «Красота – это мощь, а улыбка – ее меч».

URL: http://www.art-quotes.com/auth_search.php?authid=740#.VYw1cs2KEzE Дата обращения: 16.03.2015

- 2) *A warm smile is the universal language of kindness*¹⁹⁶. (Уильям Артур Уорд, американский писатель XX века)
- 3) *If you're not using your smile, you're like a man with a million dollars in the bank and no checkbook*¹⁹⁷. (Лес Гиблин, американский писатель XX века, автор книг о бизнесе и личностном развитии)
- 4) *A smile is a messenger of your good will. Your smile brightens the lives of all who see it. It costs nothing, but creates much. It enriches those who receive, without impoverishing those who give*¹⁹⁸. (Дейл Карнеги, американский писатель и психолог XX века, автор книг о самосовершенствовании и о навыках успешного общения)
- 5) *A smile is the best makeup a girl could wear*¹⁹⁹. (Мэрилин Монро, американская актриса XX века)
- 6) *That is the truth. Not the hammer and sickle. Not the stars and stripes. Not the cross. Not the sun. Not gold. Not yin and yang. But the smile.*²⁰⁰ (Джон Фаулз, британский писатель XX века)

Удивительно, что некоторые писатели сопоставляют улыбку с источником истины (в шестом высказывании): Джон Фаулз приходит к выводу о том, что правда жизни скрывается именно за улыбкой, которая способна воздействовать на человека. Первое высказывание корреспондирует с последним и отражает прагматическую функцию улыбки – она является важным невербальным сигналом, оказывающим воздействие на окружающих.

В вышеприведенных афоризмах американские деятели XIX и XX века

¹⁹⁶ «Теплая улыбка – это универсальный язык доброты». Goodreads quotes. URL: <http://www.goodreads.com/quotes/115144-a-warm-smile-is-the-universal-language-of-kindness> Дата обращения: 16.03.2015

¹⁹⁷ «Если вы не используете свою улыбку, вы похожи на миллионера без чековой книжки». URL: <http://www.quoteland.com/topic/Smile-Quotes/791/> Дата обращения: 16.03.2015.

¹⁹⁸ «Улыбка – посланник доброй вести. Она украшает жизнь всех людей, которые видят ее. Она ничего не стоит, но так дорого ценится. Она обогащает тех, кто получает ее, не разоряя при этом тех, кто дарит ее». Carnegie D. *How to win friends and influence people*. Simon and Shuster. 2010. P.69 – 70

¹⁹⁹ «Улыбка – лучший макияж для девушки». URL: <http://www.goodreads.com/quotes/1025624-a-smile-is-the-best-makeup-a-girl-could-wear>

²⁰⁰ Пер. «Вот она, истина. Не в серпе и молоте. Не в звездах и полосах. Не в распятии. Не в солнце. Не в золоте. Не в инь и ян. В улыбке». Цит. по: Fowles J. *The Magus*. Random House. 2010. p. 147

склонны относить улыбку к неотъемлемым компонентам невербального общения, отождествляя ее со средством сообщения благих намерений или с украшением (в четвертом высказывании и в пятой цитате) и демонстрируя ее универсальность (во втором афоризме). Таким образом, улыбка в сознании носителей английского языка символизирует важнейшие средства для достижения как делового, так и личного успеха. В третьем афоризме улыбка сравнивается с чековой книжкой, т.е. платежным инструментом для получения наличных денег. Такие высказывания свидетельствуют о важнейших ценностных ориентирах американской лингвокультуры и отражают оригинальность и самобытность мышления ее представителей. Стремление к успеху, к достижению поставленных целей, прагматизм и оптимистический настрой – основные морально-этические установки, скрывающиеся за американской улыбкой.

К другим афоризмам можно отнести ставшие крылатыми строки из военной песни Первой мировой войны *Pack up your troubles*²⁰¹, написанной в 1915 году братьями Джорджем Генри и Феликсом Пауэлл, валийскими авторами песен (под псевдонимом George Asaf). Несмотря на то, что Феликс Пауэлл был штаб-сержантом британской армии, его брат Джордж выступал сторонником пацифистского антивоенного движения, что и отразилось в строчках военного марша, призывающего к улыбке как к символу мира и ненасилия: *Pack up your troubles in your old kit-bag, /And smile, smile, smile, /While you've a lucifer to light your fag, /Smile, boys, that's the style. /What's the use of worrying? /It never was worth while, so /Pack up your troubles in your old kit-bag, /And smile, smile, smile.* Очевидно, что в данной песне улыбка становится знаком отсутствия агрессии и стремления к мирному решению конфликта. Прагматический эффект в песне достигается посредством глагола *to smile* в повелительной форме. Особенность этих строк состоит в использовании одного из репрезентантов концепта *smile* для

²⁰¹Пер.: Упакуйте свои невзгоды в старый вещмешок и улыбайтесь, улыбайтесь, улыбайтесь. /Пока есть спичка, чтобы зажечь сигарету, /Улыбайтесь, ребята, вот в чём шик. /Какой прок от волнений?/Они никогда того не стоили, так что/Упакуйте свои невзгоды в старый вещмешок/И улыбайтесь, улыбайтесь, улыбайтесь (цит. по Э.Трамбл. Краткая история улыбки. СПб, 2007. с.7. Оригинал: Asaf G. Pack up your troubles. URL: <http://www.firstworldwar.com/audio/packupyourtroubles.htm> Дата обращения: 16.02.2015

воздействия на окружающих и для того, чтобы вызвать у них соответствующую реакцию. Более того, усиление прагматического эффекта достигается повторением данного языкового знака и первых двух строчек военного марша.

Рассмотрим языковое выражение концепта *laugh* на уровне паремий и афоризмов для выявления специфики его репрезентации. Наиболее репрезентативным примером вербализации концепта *laugh* на уровне паремий является поговорка *Laughter is the best medicine* («Смех – лучшее лекарство»). Отметим, что *laughter* как производная форма от *laugh* встречается в паремиях, чем существительное *laugh*. Можно предположить, что смех воспринимается носителями языка как положительное явление, хотя бы с точки зрения благотворного влияния на здоровье человека.

Положительные оттенки смыслов переданы и в других пословицах и поговорках:

- *Laughter makes good blood./ Laugh and grow fat;* («Смех полезен для здоровья»).
- *Laugh, and the world laughs with you; weep, and you weep alone.*

Первая поговорка корреспондирует с вышеуказанной пословицей *Laughter is the best medicine*: смех воспринимается носителями языка как способ расслабления и эмоция, воспроизведение которой полезно для человеческого организма. Второй пример представляет собой традиционную американскую пословицу, которая стала использоваться с 1883 года после того, как это высказывание появились в стихотворении американской поэтессы Эллы Уилер Уилкоккс «Одиночество»²⁰². В данной паремии выражена ценностная доминанта «оптимистический настрой», о которой свидетельствует смех. Дословно ее можно перевести так: «Смейтесь, и мир засмеется вместе с вами, заплачьте, и вы почувствуете себя одиноким». Таким образом, данная паремиологическая единица ассоциируется в сознании носителей с морально-этическими установками о позитивном отношении к жизни. Удивительно, что американский

²⁰² Wilcox E. Solitude. URL: <http://www.poetryfoundation.org/poem/175207> Дата обращения: 17.03.2015

писатель О. Генри в 1907 году в своем рассказе «Граф и свадебный гость» обращается к этим строкам и, перефразировав Элли Уилкокс, представляет другой вариант: *Laugh, and the world laughs with you; weep, and they give you the laugh.* Во второй части данного высказывания передан иной смысл: «заплачь, и мир будет над тобой смеяться»). Более того, отрицательное значение «смеяться над кем-либо» свидетельствует о необходимости придерживаться оптимистического настроения при любых обстоятельствах.

Рассмотрим поговорки и пословицы, в которых переданы отрицательные оттенки для выявления иных способов объективации концепта «смех»:

- 1) *He who laughs last laughs longest (best)./He laughs best who laughs last.* («Хорошо смеется тот, кто смеется последним»).
- 2) *He who laughs at crooked men, should walk very straight.* («Тот, кто смеется над горбатыми, сам должен ходить очень прямо»).
- 3) *To laugh at someone is to be laughed back at.* («Кто над людьми шутки подшучивает, сам на себя плеть накручивает»).
- 4) *Laughter before sleep, tears when wakened./Laugh before breakfast, and you'll cry before supper./He who laughs on Friday will weep on Sunday. /Laugh at leisure, you may greet ere night (шотландская пословица *Laugh at leisure, ye may greet ere night*). (Ранний смех – поздние слезы).*
- 5) *To cry with one eye and laugh with other* («Говорить одно, а делать другое»).
- 6) *Laughter is the hiccup of a fool/Louder the laugh, the more empty the head./Too much laughter discovers folly/Loud laugh bespeaks the vacant mind.* («Смех без причины – признак дурачины»).
- 7) *A clear conscience laughs at false accusations* («Добрая совесть не боится клеветы»)/«Чистая совесть смеется над клеветой»).
- 8) *Love laughs at locksmiths.* («Для любви нет преград»).

В паремии №1, представленной несколькими вариантами, содержится отрицательная оценка смеха – в пословице подчеркивается мысль о том, что

эмоция воспринимается неоднозначно, и поспешность в ее воспроизведении не может характеризоваться как положительное явление. В данном высказывании речь идет об осознанности и сдержанности в проявлении эмоций: преждевременный оптимизм не может квалифицироваться положительно.

В примере №2 также объективируется важнейший моральный принцип: высмеивание несчастных людей может обернуться против самого человека, и он сам может оказаться в подобной ситуации. В данном случае фразовый глагол *to laugh at* (подшучивать, высмеивать) выражает негативную оценку, а словосочетание *crooked men* усиливает его значение.

В паремии №3 смех также ассоциируется с представлениями об осмеянии как о пренебрежительном отношении к людям. Насмешка таит в себе высокомерие и содержит негативную коннотацию. В этой пословице фразовый глагол *to laugh at* («смеяться над кем-либо, высмеивать кого-либо») противопоставлен конструкции в пассивном залоге *to be laughed back at* («быть осмеянным в ответ»).

В примере №4, представленном тремя разными вариантами паремии, также объективируется важный моральный принцип: смех может привести к слезам, поэтому нужно настороженно к нему относиться. В данном случае пословица раскрывает основания для сдержанного проявления эмоций и некоего пренебрежения к их яркому выражению. В пословице *Laughter before sleep, tears when wakened* (дословный перевод: «Смех перед сном – слезы после пробуждения») смех противопоставлен слезам. В других вариантах объективация концепта «смех» происходит посредством использования глагольных форм *to laugh*: в пословице *Laugh before breakfast, and you'll cry before supper* (дословный перевод «Засмейся перед завтраком, и ты заплачешь после ужина») используется повелительная форма глагола *to laugh*. Таким образом, усиливается прагматический эффект паремии: она нравоучительна и призывает умерить эмоции. Противопоставление также акцентируется другими языковыми средствами: завтрак vs ужин (разные по времени приемы пищи). Третий вариант

этой пословицы содержит в себе противопоставление глаголов *to laugh* и *to weep* (смеяться и рыдать/плакать): *He who laughs on Friday will weep on Sunday* (дословный перевод «Кто смеется в пятницу, заплачет в воскресенье»). Прагматический эффект достигается не только противопоставлением глагола *to laugh*, репрезентирующего концепт «смех», но и другими вербальными средствами «пятница» vs «воскресенье», обозначающими разные дни недели. Еще один вариант этой поговорки представлен шотландской пословицей *Laugh at leisure, you may greet ere night* (в оригинальной версии – *Laugh at leisure, ye may greet ere night*). Повелительная форма фразового глагола *to laugh at* усиливает воздействие на человека; глагол *to greet* на шотландском гэльском языке синонимичен глаголу *to lament/to weep* («плакать/рыдать»), а выражение *ere night* является устаревшей формой *before night* (до ночи). Таким образом, эту паремиологическую единицу можно перевести следующим образом: «Смейся днем, заплачешь ночью».

В поговорке №5 посредством глаголов *to laugh with* и *to cry* выражены действия «делать одно» и «говорить другое», следовательно, они употребляются не в прямом, а в переносном значении: *To cry with one eye and laugh with other* (дословный перевод «Плакать одним глазом, смеяться другим»). Предлог *with* стоит перед инструментом действия, который в данном случае выражен существительным «глаз». Одним глазом человек «смеется», а другим «плачет». Так достигается прагматичность высказывания: при помощи данных языковых средств в сознании носителей характеризуется двуличный человек.

Пример №6 представляет собой несколько вариантов пословицы «Смех без причины – признак дурачины»). Концепт «смех» объективируется существительными *laugh* и *laughter*. В одном из вариантов поговорки *Laughter is the hiccup of a fool* выражение *a hiccup of a fool* (дословно «икота дурака») усиливает значение пословицы и придает ей негативную оценку. Сходная по смыслу пословица *Louder the laugh, the more empty the head* (перевод «Чем громче смех, тем несерьезнее и беспечнее человек») также ассоциируется с негативными

представлениями о безудержном и громком смехе в сознании носителей языка. Сравнительные формы прилагательных *loud* и *empty* усиливают отрицательное значение, а метафора *empty head* («пустая голова») представляет собой перенос презрительных характеристик человека. В третьем варианте данной поговорки *Too much laughter discovers folly* (дословный перевод «Чрезмерный смех разоблачает дурака») также подчеркивается мысль о негативном восприятии безудержного смеха. В данном случае очевидно метафорическое употребление глагола *to discover*: смех «разоблачает» глупого человека. Еще один сходный по значению вариант этой поговорки также содержит отрицательную оценку интенсивного смеха носителями языка: (дословный перевод «Громкий смех свидетельствует о тупости»). Выражение *the vacant mind* синонимично вышеуказанному словосочетанию *empty head*, поэтому варианты *Loud laugh bespeaks the vacant mind* и *Louder the laugh, the more empty the head* являются наиболее близкими по передаваемым оттенкам значений.

В поговорке №7 фразовый глагол *to laugh at* представлен в метафорическом употреблении: *A clear conscience laughs at false accusations* («Добрая совесть не боится клеветы»)/«Чистая совесть смеется над клеветой»). Таким образом, подчеркивается мысль о том, что порядочному человеку не нужно бояться клеветы. Данное прагматически заряженное высказывание отражает пренебрежительное отношение к бессовестным людям.

В примере № 8 концепт «смех» объективируется посредством фразового глагола *to laugh at*. Этот пример поговорки примечателен тем, что *to laugh at* свидетельствует об образности мышления: «Любовь смеется над замочными мастерами» (дословный перевод). В данной поговорке фиксируется морально отрицательная оценка смеха, т.е. любовь настолько сильна, что для нее не может быть никаких преград. Фразовый глагол «смеяться над кем-либо» выражает отрицательную коннотацию «высмеивание». Таким образом, явление смеха оказывается объективацией триумфа любви.

Не менее важными для рассмотрения являются и высказывания известных

личностей, в которых репрезентируется концепт «смех». Методом сплошной выборки было выявлено всего 11 изречений. Уже в XIX веке концепт «смех» объективируется в афоризмах известных британских и американских писателей:

- *Always laugh when you can. It is cheap medicine*²⁰³. Джордж Гордон Байрон
- *A good laugh is sunshine in the house*²⁰⁴. Уильям Мейкпис Теккерей
- *The human race has only one really effective weapon and that is laughter*²⁰⁵.

Марк Твен

В данных высказываниях писатели акцентируют внимание на том, что смех – неотъемлемая составляющая нашей жизни. Эта важнейшая эмоция изображается в афоризмах как «дешевое лекарство», как «солнечный свет» и как «эффективное оружие». В вышеуказанных афоризмах представлены положительные коннотации «смеха» как способа выражения радостных эмоций. В первом высказывании прагматический эффект достигается посредством использования глагола *to laugh* в повелительной форме. Положительные оттенки смысла во втором и третьем афоризмах передаются при помощи прилагательного *good* и словосочетания *effective weapon*.

По словам американского поэта конца XIX века – начала XX века Роберта Фроста, смех настолько важен, что при его отсутствии человек превращается в сумасшедшего:

- *If we couldn't laugh we would all go insane*²⁰⁶.

Автор реконструирует гипотетическую ситуацию, используя условное наклонение. Отметим, что смех как важный фундамент в жизни человека иллюстрирует в своем афоризме и американский писатель Кен Кизи: *Man, when*

²⁰³ «Всегда смейтесь, когда у вас есть возможность. Это дешевое лекарство». URL:

<http://www.goodreads.com/quotes/52503-always-laugh-when-you-can-it-is-cheap-medicine> Дата обращения: 02.04.2015

²⁰⁴ «Добрый смех – солнечный свет в доме». URL: <http://www.goodreads.com/quotes/113481-a-good-laugh-is-sunshine-in-a-house> Дата обращения: 25.03.2015

²⁰⁵ «У человечества есть только одно эффективное оружие, и это смех». URL:

<http://www.goodreads.com/quotes/38920-the-human-race-has-only-one-really-effective-weapon-and> Дата обращения: 23.03.2015

²⁰⁶ «Если бы мы не могли смеяться, мы бы все лишились рассудка». URL: <http://www.goodreads.com/quotes/5609-if-we-couldn-t-laugh-we-would-all-go-insane> Дата обращения: 02.04.2015

*you lose your laugh, you lose your footing*²⁰⁷. Для достижения прагматического эффекта автор использует разговорную форму обращения *man*, т.е. «друг, парень». Писатель квалифицирует смех как точку опоры в жизни человека. Примечательно, что оттенки этого смысла переданы и в афоризмах известных личностей XX века. На бессмысленность жизни без смеха указывает великий комик, киноактер и режиссер Чарли Чаплин:

- *A day without laughter is a day wasted*²⁰⁸.

По словам американской киноактрисы Одри Хепберн, смех – квинтэссенция человеческой жизни:

- *I love people who make me laugh. I honestly think it's the thing I like most, to laugh. It cures a multitude of ills. It's probably the most important thing in a person*²⁰⁹.

В данном афоризме подчеркивается мысль о смехе как об эффективном средстве лечения болезней. Автор также выражает ценностные характеристики этого явления, отмечая, что способность «смеяться – самое важное в человеке». Важный моральный принцип иллюстрируется и в изречении американской писательницы и поэтессы XX века Майи Энджелу:

- *I don't trust anyone who doesn't laugh*²¹⁰.

Очевидно, что в афоризме содержится положительная оценка смеха. Автор выражает свое недоверие к тем, кто не смеется, т.е. отсутствие этой эмоции характеризуется пренебрежительно. Сохранять хорошее расположение духа и оптимистический настрой – важнейшие морально-этические установки для преодоления жизненных трудностей. Известная американская комедийная актриса середины XX - XX – начала XXI века Джоан Риверз также обращается к

²⁰⁷ «Когда ты теряешь способность смеяться, ты теряешь опору». URL: <http://www.goodreads.com/quotes/84944-man-when-you-lose-your-laugh-you-lose-your-footing> Дата обращения: 23.03.2015

²⁰⁸ «День без смеха – потерянный день».

URL: <http://www.brainyquote.com/quotes/quotes/c/charliecha108932.html> Дата обращения: 23.03.2015

²⁰⁹ «Мне нравятся люди, которые могут рассмешить меня. Я, действительно, думаю, что больше всего в жизни мне нравится смеяться. Смех излечивает множество болезней. Это, возможно, самое важное в человеке». URL: http://www.goodreads.com/author/quotes/692403.Audrey_Hepburn Дата обращения: 02.04.2015

²¹⁰ «Я не доверяю людям, которые не умеют смеяться». URL: <http://www.goodreads.com/quotes/166980-i-don-t-trust-anyone-who-doesn-t-laugh>

Дата обращения: 23.03.2015

концепту «смех» в своем высказывании и акцентирует наше внимание на необходимости присутствия этой эмоции в жизни:

- *Life is very tough. If you don't laugh, it's tough*²¹¹.

Мысль о том, что смех помогает человеку справиться с проблемами и легко переносить боль и жизненные тяготы подчеркивает в своем высказывании комедийный актер Джим Керри:

- *My focus is to forget the pain of life. Forget the pain, mock the pain, reduce it. And laugh*²¹².

В афоризме автор использует повелительные формы глаголов, призывая всех «забыть о боли» и «смеяться». Словосочетание *the pain of life* не только обозначает боль, но и трудности, проблемы, которые возникают в жизни и становятся препятствием на пути достижения цели. Помимо глагола *to laugh* используется также глагол *to mock* («насмехаться»), который употребляется для выражения негативного оттенка значения «смеяться над болью». Примечательно, что сходный смысл объективируется и в высказывании американского эстрадного комика и актера Джеффа Росса:

- *Life is short. You have to be able to laugh at our pain or we never move on*²¹³.

Можно сказать, что между двумя предложениями в этом афоризме существует причинно-следственная связь. Необходимо обладать способностью «смеяться» над болью или проблемами, чтобы идти дальше и не останавливаться, так как жизнь коротка. Автор использует словосочетание *to laugh at our pain* для передачи значения «высмеивать боль, насмехаться над болью». Таким образом, движение вперед является важным моральным принципом среди носителей английского языка, а смех становится его символом.

²¹¹ «Жизнь очень сложна. Если не смеяться, жизнь сложна». Weinger E. 11 things Joan Rivers taught us about life.// The Hollywood Reporter. URL: <http://www.hollywoodreporter.com/news/joan-rivers-dead-11-life-730406> Дата обращения: 06.04.2015

²¹² «Я всегда стремлюсь забыть о трудностях в жизни и о боли. Забудьте о них, насмехайтесь над ними, облегчите боль. И смейтесь». URL: <http://www.inspirationalstories.com/quotes/t/jim-carrey/> Дата обращения: 30.03.2015

²¹³ «Жизнь коротка. Вам нужно научиться смеяться над болью или вы никогда не сможете двигаться дальше». URL: <http://www.brainyquote.com/quotes/quotes/j/jeffross500289.html> Дата обращения: 30.03.2015

2.4. Особенности актуализации концептов *smile*, *laugh* на материале американского кинематографа

Язык фильмов также может стать незаменимым источником при изучении репрезентантов концептов *smile* и *laugh*. Методом сплошной выборки было выявлено 5 американских кинематографических работ (3 полнометражные и 2 короткометражные ленты), в которых *smile* и *laugh* оказываются ключевыми концептами и отражают важнейшие моральные принципы и ценностные доминанты сознания носителей английского языка.

Обратимся к комедии «Улыбка» (США, 1975, реж. Майкл Ритчи), в основу сюжета которой легли истории участниц конкурса красоты «Юная мисс Америка». Для победы в конкурсе нужно соответствовать нескольким критериям: обладать красивым лицом (*a pretty face*), небольшим талантом (*a little talent*) и широкой, красивой улыбкой (*a great, big smile*). Участниц конкурса призывают улыбаться (*keep smiling*) и «просто быть самой собой» (*just be yourselves*). Несколько раз на протяжении фильма можно услышать девиз конкурса: «Просто улыбайтесь, и вы выиграете!» (*just keep smiling, and you will win*). В фильме подчеркивается мысль о значимости улыбки как важнейшего невербального знака в американской лингвокультуре, а также символа победы на конкурсе красоты:

- *It's every parent's and every girl's dream to be all an American girl should be and wear that winning smile*²¹⁴.

Примечательно, что саундтрек, написанный Чарли Чаплином и исполненный американским джазовым пианистом и певцом Нэтом Кинг Коулом, стал визитной карточкой комедии и покорила сердца миллионов зрителей:

- *Smile, though your heart is aching/Smile, even though it's breaking*²¹⁵

²¹⁴ «Мечта любой американской девушки и ее родителей в том, чтобы она обладала всеми качествами, которыми должна обладать американская девушка, и излучала обаятельную улыбку».

²¹⁵ «Улыбайтесь, даже если сердце разрывается от боли. /Улыбайтесь, даже если оно разбито». URL: <http://www.charliechaplin.com/en/lyrics/articles/42-Smile-Lyrics> Дата обращения: 04.05.2015

В строчках этой песни объективируется *smile* как ключевой концепт американской лингвокультуры. Прагматический эффект усиливается такими средствами, как использование глагола *to smile* в повелительной форме, а также придаточными уступки. Выражена ценностная доминанта американской лингвокультуры – стремление улыбаться, сохранять оптимистический настрой, несмотря на неудачи и невзгоды. В следующих строчках саундтрека к фильму подчеркивается мысль о том, что боль, печаль и страхи – испытания, через которые нужно пройти, улыбаясь. Концепт «улыбка» вербализован при помощи существительного *a smile* и глагола *to smile*. В предложении использовано условное наклонение для большей убедительности:

- *...If you smile through your fear and sorrow/Smile and maybe tomorrow/You'll see the sun come shining through for you²¹⁶...*

Автор акцентирует внимание на том, что сегодняшняя «улыбка» может стать причиной будущей радости. Таким образом, *the sun come shining through for you* является метафорой для обозначения удачи, которая может улыбнуться человеку. В последних строчках этой песни также отражены ценностные доминанты носителей языка. В одном из предложений представлена дихотомия «улыбка/плач», которая нагляднее выражает значение позитивных эмоций в жизни носителей языка. Более того, задан риторический вопрос, который усиливает их воздействие:

- *Smile what's the use of crying/You'll find that life is still worthwhile/If you'll just/Smile*

Концепт «улыбка» объективируется и в фильме «Улыбка Моны Лизы» (США, 2003, реж. Майк Ньюэлл). Улыбка Моны Лизы становится важной художественной деталью в фильме. Удивительно, что роль главной героини фильма, Кэтрин Уотсон, сыграла актриса Джулия Робертс, обладательница самой лучезарной голливудской улыбки. Такое решение режиссера является удачным и

²¹⁶ «Если ты улыбнешься, преодолевая страхи и печаль/Улыбнитесь и, возможно, завтра вы увидите, как солнце светит вам в глаза». URL: : <http://www.charliechaplin.com/en/lyrics/articles/42-Smile-Lyrics>

неслучайным. В основе сюжета фильма – история жизни американского преподавателя истории искусств в женском колледже Кэтрин Энн Уотсон, которая отличается прогрессивными взглядами и становится неким идейным вдохновителем для своих учениц.

Однако ее улыбка не является отражением ее счастливой жизни, поэтому амбивалентна. Улыбка Кэтрин Уотсон свидетельствует о том, что героиня скрывает настоящие чувства и эмоции и не стремится их выражать.

Отметим, что загадочность улыбки Моны Лизы на знаменитой картине Леонардо да Винчи (другое название - «Джоконда») связывают с техникой живописи великого мастера, которая предполагает отсутствие четких границ и некую размытость. Благодаря этому необычному способу нанесения красок, при рассмотрении картины можно обнаружить появление и плавное исчезновение улыбки. Таким образом, изучая искусство вместе с Кэтрин Уотсон, студентки женского колледжа Уэллесли находят ответы на многие животрепещущие вопросы и меняют свое первоначальное, пренебрежительное отношение к новому преподавателю. Концепт «улыбка» объективирован в строчках песни *Mona Lisa Smile* из фильма (из репертуара Нэта Кинга Коула в исполнении Seal):

- *Mona Lisa, Mona Lisa/Men have named you/You're so like the lady/With the mystic smile/Is it only 'cause you're lonely they have blamed you/For that Mona Lisa strangeness in your smile/Do you smile to tempt a lover, Mona Lisa?/ Or is this your way to hide a broken heart?*²¹⁷

Использованы такие словосочетания, как атрибутивное *mystic smile* («таинственная улыбка»), глагольная конструкция *to smile to tempt a lover* («улыбаться, искушая возлюбленного») и выражение *strangeness in your smile* («необычность улыбки»). Очевидно, что улыбка Моны Лизы противоречива, и происхождение улыбки довольно сложно установить. Однако общая идея, переданная в песне, указывает не только на загадочность улыбки Моны Лизы, но

²¹⁷ «Моной Лизой, Моной Лизой тебя назвали/Ты так похожа на ту девушку с таинственной улыбкой/Потому ли, что ты одинока, тебя упрекают за необычную улыбку Моны Лизы?/Улыбаешься ли ты, искушая возлюбленного?/Или так ты скрываешь свое разбитое сердце?»

и на амбивалентность улыбки главной героини Кэтрин Уотсон, которая становится образом Моны Лизы в фильме.

В еще одном американском короткометражном фильме *Validation* (Подтверждение, США, 2007 г., реж. Курт Кенни) улыбка становится важнейшим символом благополучия и оптимизма. Обратимся к сюжету для более подробного изучения вербализации концепта *smile*. Главный герой – парковщик Хью Ньюмэн, который ставит печать на бланки, подтверждающие разрешение на бесплатную парковку. Помимо выполнения своих профессиональных обязанностей, он стремится внести радость в жизнь своих клиентов, подбадривая их, делая комплименты и улыбаясь (*free parking and free compliments*). Благодаря такому подходу, клиентов становится все больше и больше, и огромные очереди выстраиваются только к нему. Хью Ньюмэн объясняет свое поведение тем, что ему нравится смотреть на улыбающихся людей, что и подтверждают его реплики в фильме:

- *I just love to see people smile*²¹⁸.
- *You are great! You are awesome! You look fantastic! I just wanna see you smile.*²¹⁹

В данных репликах мы видим две конструкции со сложным дополнением *to see people smile* и *see you smile*. Дословно их можно перевести придаточными предложениями («смотреть на то, как улыбаются люди» и «смотреть на то, как ты улыбаешься»).

Примечательно, что популярность парковщика Хью Ньюмэна возрастает, и во всех выпусках новостей он становится героем, заставившим улыбаться не только своих клиентов, но и президентов некоторых стран:

- *It seems there is no one Hugh Newman cannot make smile*²²⁰.

В данном предложении можно выявить двойное отрицание и сложное дополнение (*cannot make smile*), которые усиливают его прагматический эффект: *there is no*

²¹⁸ «Мне нравится смотреть на улыбающихся людей».

²¹⁹ «Вы прекрасны! Вы великолепны! Вы выглядите потрясающе! Мне хотелось бы, чтобы Вы улыбнулись».

²²⁰ «Кажется, нет ни одного человека, которого Хью Ньюмэн не может заставить улыбаться».

one Hugh Newman can not make smile.

По иронии судьбы Хью Ньюмэн безответно влюбляется в девушку, которая работает в фотостудии, делает фотографии на паспорта и водительские права и сама также никогда не улыбается:

- *Have you ever smiled?*
- *Yes, when I was a little girl.*
- *I bet you had a beautiful smile. What happened to it?*²²¹

В данном диалоге можно выявить два способа языкового выражения концепта *smile*: глагол *to smile* в форме настоящего совершенного времени («Вы когда-либо улыбались?») и атрибутивное словосочетание *a beautiful smile* («красивая улыбка»).

Главный герой тщетно пытается разыскать загадочную девушку. Удивительно, что он сам перестает улыбаться из-за безответных чувств, а с исчезновением улыбки на лице Хью Ньюмэна уходят его клиенты, и инспекция закрывает его бюро. Однажды он начинает фотографировать туристов на улице и стремится получить самые искренние улыбки:

- *Smile! This is not a real smile! You are on a vacation, smile! You have every reason to smile! You are gorgeous! Now that is a smile*²²².

В вышеуказанной реплике очевидно повторение глагола *to smile* в форме повелительного наклонения для усиления прагматизма высказывания: *smile!* Кроме того, герою важно получить искреннюю и настоящую улыбку: *This is not a real smile! ... Now that is a smile.* («Это ненастоящая улыбка... А сейчас это улыбка»). Концепт *smile* репрезентирован еще одной конструкцией *to have every reason to smile* («иметь все основания для улыбки»).

Отметим, что представитель одной фотостудии, заметивший талантливую Хью Ньюмэна, предлагает ему сотрудничество, восхищаясь его умением

²²¹ - Вы когда-либо улыбались?

- Да, когда я была маленькой девочкой.

- Я уверен, у Вас была очень красивая улыбка. Что с ней случилось?

²²² «Улыбайтесь! Это ненастоящая улыбка! Вы на каникулах, улыбайтесь! У Вас есть все основания для улыбки! А сейчас это улыбка».

«добиваться искренних улыбок»:

- *You get the most sincere smiles.*

В вышеуказанной реплике можно рассмотреть одновременно два словосочетания, которые репрезентируют концепт *smile*: объектное выражение *to get smiles* («получать улыбки») и атрибутивное *the most sincere smiles* с прилагательным *sincere* в превосходной степени («искренние улыбки»).

Хью Ньюмэн встречается женщину в инвалидной коляске, которую также призывает улыбаться, несмотря на ее состояние и боль. Она рассказывает Хью Ньюмэну о своей дочери, у которой самая очаровательная улыбка:

- *My daughter has the most wonderful smile.*

В данном предложении можно выявить два словосочетания, объективирующих концепт *smile*: объектное *to have a smile* (иметь улыбку/обладать улыбкой) и атрибутивное *the most wonderful smile* с прилагательным *wonderful* в превосходной степени («самая очаровательная улыбка»).

Спустя некоторое время, судьба снова сводит главного героя с милой девушкой, в которую он влюбился с первого взгляда. Теперь она работает в другом фотосалоне и, делая фотографии, призывает своих клиентов улыбаться. Рассказывая удивительную историю своей жизни, девушка раскрывает ему тайну своей улыбки:

- *When I was a little girl, my mother got very sick and she stayed that way. And she got so sad that she forgot how to smile. And seeing her like that I couldn't smile either. And I didn't for years. One day a young man came up to her and told her how beautiful she is. So beautiful that he wanted to take her picture. He made her smile. And suddenly after all these years she got better²²³.*

В данной реплике можно выявить несколько языковых средств выражения концепта *smile*: выражение *forgot how to smile* («забыла, как нужно улыбаться»), *couldn't smile either* («тоже не могла улыбаться»), *made her smile* («заставил ее

²²³ «Когда я была маленькой девочкой, моя мама тяжело заболела и не поправлялась. Ей стало так грустно, что она забыла, что такое улыбка. Когда я видела ее в таком состоянии, я тоже не могла улыбаться. И не улыбалась долгие годы. Однажды один молодой человек подошел к ней и сказал, ей что она прекрасна. Настолько прекрасна, что он хотел бы сфотографировать ее. Он заставил ее улыбаться. И вдруг за все это время ей стало лучше».

улыбнуться»).

Отметим, что в музыкальном оформлении фильма звучит реприза *So when you're feeling blue all you gotta do is smile smile smile*, которая также свидетельствует о силе улыбки и ее воздействии на улыбающегося человека и на окружающих его людей. Прагматический эффект высказывания достигается при помощи повторения глагола *to smile* в повелительном наклонении.

Можно предположить, что название этого трогательного фильма коррелирует с основной идеей об улыбке как о «подтверждении» положительных эмоций, оптимистического настроения, как о способе изменить мир к лучшему, внести свою частицу добра и заставить всех радоваться жизни.

Обратимся к еще одной короткометражной ленте *Smile Man* («Человек-улыбка», США, 2013, реж. Антон Ланшаков). Согласно сюжету фильма, американцу сообщают, что в связи с инцидентом произошло повреждение нерва, но врач настаивает на том, чтобы не делать никаких операций, так как частичный паралич может перейти в полный. Его предупреждают, что он будет улыбаться всю оставшуюся жизнь, и этот процесс необратим. Главный герой пытается объяснить окружающим, что не сходящая с его лица улыбка – лишь последствие паралича, но не находит должного понимания в обществе:

- *This is not a smile!*
- *Are you laughing at me?*
- *Why don't you stop smiling?*
- *Why are you smiling? Are you laughing at me? How can you even be smiling right now?*
- *Now I'll smile forever. This is to do with the accident*²²⁴.

В данных репликах можно выявить как репрезентанты концепта *smile*, так и языковые средства выражения концепта *laugh*. Они выражены как

²²⁴ «Это не улыбка!/Ты смеешься надо мной?/Почему ты все время улыбаешься?/Почему ты сейчас улыбаешься? Ты смеешься надо мной? Как ты можешь сейчас улыбаться? Теперь я буду улыбаться всегда. Это связано с инцидентом».

существительным *a smile*, глаголом *to smile* в формах настоящего и будущего времени, так и конструкцией *to stop smiling* и фразовым глаголом *to laugh at*.

Примечательно, что у девушки, попавшей в ту же автомобильную аварию, напротив, возникла проблема со слезными железами, и ей постоянно хотелось плакать. Ирония заключается в том, что главный герой работает помощником в похоронном бюро, почему он и был отстранен от своих обязанностей. Героиня занимала должность телерепортера и также была уволена.

В кинокартине «Человек-улыбка» улыбка гипертрофирована и предстает как некий гротескный образ. В этом глубоком фильме главенствует идея об искренности/неискренности выражаемых эмоций, и улыбка главного героя воспринимается окружающими как фальшивое, недостойное внимания чувство. Улыбка оказывается эмоцией, способной разрушить отношения, карьеру человека. В наше время происходит переоценка ценностей, и люди перестают воспринимать улыбку как искреннее чувство, так как улыбка все больше становится маскировочной, социальной и дежурной. По этой причине настоящая улыбка становится настолько редкой, что часто трактуется как неискренняя. Несмотря на это, в фильме можно проследить мысль о необходимости улыбаться. Главный герой осознает неизбежность своего положения и привыкает к тому, что улыбка будет сиять на его лице всегда. Таким образом, улыбка становится неким способом решения жизненных проблем и преодоления трудностей.

Стоит также обратить внимание на комедийную драму *Patch Adams* («Целитель Адамс», США, 1998 г., реж. Том Шедьяк), в которой смех становится способом исцеления и лекарством от всех болезней. Доктор Адамс, роль которого исполняет знаменитый американский актер Робин Уильямс, находит уникальное средство лечения – смехотерапию. На протяжении всего фильма целитель Адамс стремится продемонстрировать своим пациентам и врачам-коллегам волшебную силу смеха, который способен излечить самые тяжелые заболевания.

В нижеуказанных репликах объективируются концепты *laugh* и *smile*:

- *I am just getting a few laughs, sir*²²⁵.
- *The American Journal of Medicine has found that laughter... increases secretion of catecholamines and endorphins... which in turn increases oxygenation of the blood, relaxes the arteries... speeds up the heart, decreases blood pressure... which has a positive effect on all cardiovascular and respiratory ailments... as well as overall increasing the immune system response*²²⁶.
- *What are you smiling at?*²²⁷

Удивительно, что в фильме нет большого количества репрезентантов концептов *smile* и *laugh*, так как акцент смещен в сторону смеха и улыбки как невербальных сигналов коммуникации. Следует отметить, что улыбка на лице доктора в фильме является символом оптимизма и мудрости, а его смех и смех пациентов – средством исцеления самых разных заболеваний.

Кинокартина Patch Adams основана на реальных событиях, рассказывает о жизни Хантера Адамса, известного доктора и клоуна, создавшего свой институт смеха Laughing Academy. Можно предположить, что название института является аллюзией на психиатрическую больницу (*laughing academy*).

Принципы, на которых основан институт смеха²²⁸:

- Вход свободный , никакая плата за посещение клиники не взимается
- Право на первое собеседование
- Домашняя атмосфера
- Применение различных исцеляющих методик и их взаимодействие
- Интеграция разных занятий образование прикладное искусство

Следует также обратиться к истокам смехотерапии, которая переплетается с практикой йоги смеха (*laughter yoga*) и была заимствована из индийской школы. Некоторые новомодные течения, например, в практике йоги смеха,

²²⁵ «Я лишь пытаюсь их немного рассмешить, сэр».

²²⁶ «Согласно исследованию, опубликованному в Американском Журнале Медицины, смех повышает выделение катехоламинов и эндорфинов, которое, в свою очередь, повышает насыщенность крови кислородом, расслабляет артерии... улучшает работу сердца, уменьшает кровяное давление... что оказывает положительный эффект при лечении всех сердечно-сосудистых и респираторных заболеваний».

²²⁷ «Над чем ты улыбаешься?»

²²⁸ URL: <http://www.patchadams.org/> Дата обращения: 20. 04. 2015

призывают нас улыбаться, так как, улыбаясь, мы притягиваем к себе положительные эмоции и мы сами воспроизводим их в своем сознании, помогая себе уйти от повседневных проблем. Это может быть связано с широким распространением йоги на территории США в последние десятилетия. Индийское учение вызвало небывалый интерес у представителей как мужского, так и женского пола. Десять лет назад происходил некий «йога-бум», если можно так выразиться, и американцы стремились практиковать йогу для достижения гармонии, а также чтобы обрести красивую фигуру. В йоге улыбка сопровождает многие движения и позиции, она является квинтэссенцией и олицетворяет положительные эмоции. Таким образом, на сегодняшний день многие все больше и больше убеждаются в том, что нужно «создать» улыбку, хотя и искусственно, и она поможет нам преодолеть все трудности, провоцируя выработку гормонов счастья.

Методику «йога смеха» создал Доктор Катария из Индии. Американская газета *the New Yorker* называет его *Laughing guru*. Удивительно, что британская газета *London Times* называет его *The Guru of giggling*, что, возможно, обусловлено культурной спецификой - *giggle* больше присуще именно британскому варианту языка (в отношении смеха, это хихиканье, тихий смех).

Отметим, что на сегодняшний день существует 6000 клубов в 60 странах мира, где практикуется йога смеха. *Laughter yoga* (йога смеха, смехотерапия) способствует улучшению физического и эмоционального состояния (депрессия, хронические головные боли, онкологические заболевания), снимает стресс и напряжение. Восстанавливает иммунитет, нормализует даже обмен веществ. Объединяет людей и раскрепощает их. Очевидно, что эмоциональное воздействие благоприятно для организма. Несмотря на тот факт, что смех создан искусственно и стимулирован, организм испытывает одну и ту же эмоцию, и воздействие по своей интенсивности не отличается от естественного смеха, возникшего произвольно. На физическом уровне изменения происходят в любом случае. Организму не свойственно отличать произвольный смех от

стимулированного/спровоцированного. Йога смеха освобождает мозг от разных мыслей и способствует выработке эндорфинов-гормонов счастья.

Таким образом, можно проследить взаимосвязь между идеей о смехотерапии в кинокартине «Целитель Адамс» и практикой йоги смеха, берущей начало в Индии. Неслучайно, что главную роль в фильме исполнил именно комедийный актер Робин Уильямс, который ассоциируется у зрителей с самыми искренними чувствами, вызывает смех и положительные эмоции. После смерти актера в 2013 году вышла книга *When the laughter stops*, написанная Эмили Херберт («Когда смех останавливается»). По названию книги очевидно, что автор напрямую связывает эмоцию смеха с известным актером, подарившим добро, счастье и любовь своим зрителям.

Видеофрагменты полнометражных и короткометражных фильмов являются бесценным источником при анализе языкового материала и позволяют выявить новые ситуации функционирования концептов *smile, laugh*. Исходя из вышеприведенного анализа, можно предположить, что изучаемые концепты имеют высокую значимость для носителей английского языка и потому не только актуализируются в языке, но и являются важными ментальными конструктами, ключевыми концептами, несущими в себе особый смысл.

2.5. Выводы

Во второй главе нашей работы мы предприняли попытку исследовать номинанты эмоциональных концептов *smile, laugh* в диахроническом срезе английского языка с применением методики этимологического анализа и привлечением этимологических словарей. Реконструируя значения слов, репрезентирующих концепты, мы постарались выявить особенности функционирования концептов в определенный исторический период. С течением времени сознание носителей менялось, что нашло свое отражение в лингвистической объективации эмоциональных концептов. Главным образом изменения связаны с модификациями значений слов и словосочетаний,

репрезентирующих концепты. Обращение к этимологии лексических средств выражения эмоций позволило установить, что с ходом истории происходит динамика развития вербализованных смыслов и появляются новые коннотации, обусловленные социокультурными изменениями.

Зафиксированные в языке ментальные образования способны выявить изменения в эволюционном развитии слова. В ходе исследования удалось проанализировать синонимические ряды, в которые вошли синонимичные *smile* лексемы *grin, smirk, mock, sneer* и лексемы *chuckle, simper, titter, leer, jeer, guffaw*, расположенные на периферии соответственно. Этимологический анализ лексем показал, что происходит конкретизация смыслов и расширение контекста их употребления. Заимствования связываются с конкретной исторической эпохой, международными отношениями и свидетельствуют о межкультурных контактах.

Мы также предприняли попытку разработать лексико-семантическое поле концептов *smile, laugh*, разделив его на две лексико-семантические группы, ядерные лексемы которых – *smile, laugh*. Мы постарались провести анализ возможных способов концептуализации на разных уровнях. Привлечение лексикографических данных (30 британских и американских словарей разных типов – толковых, фразеологических, словарей сленга и словарей сочетаемости) позволило нам описать изучаемые концепты на разных лексических уровнях: от слов и словосочетаний до фразеологизмов.

Всего были выявлены 563 лексические единицы, среди которых фигурируют как идиомы, так и атрибутивные, предикативные и объектные словосочетания. Мы постарались провести классификацию выражений с выделением положительных и отрицательных характеристик. Отправным пунктом для нас при составлении лексико-семантических групп являются эмоциональные глаголы (эмоции в первую очередь представлены в языке глаголами). Наибольшей лексической валентностью обладают ядерные лексемы, что объясняется их частотностью употребления и тем, что они являются базовыми номинантами концептов. Особое освещение получили

фразеологические сочетания, относящиеся как к ядру, так и к периферии лексико-семантического поля. Фразеологизмы представляют для нас особый интерес, так как они отличаются наличием коннотаций и идиоматичностью. Учитывая производную от *laugh* форму *laughter*, мы также составили классификацию словосочетаний с *laughter*. Нужно отметить важную особенность глаголов, вошедших во вторую лексико-семантическую группу *laugh*: оттенки значений свидетельствуют о градации смеха, степени интенсивности проявления данной эмоции (от тихого смеха *to chuckle* – до громкого *to crack up*).

Возникновение синонимических рядов предопределено стремлением носителей языка подобрать наиболее точные способы передачи переживаемых эмоций. Степень интенсивности той или иной эмоции зависит от громкости ее проявления и экспрессивности.

В рамках лексико-семантического поля очевидно, что объем второй лексико-семантической группы *laugh* превосходит (16 репрезентантов) первую (7 номинантов), что обусловлено градацией смеха.

Насыщенное лексико-семантическое поле и высокая плотность репрезентации концептов позволяют судить о релевантности этих эмоциональных концептов в сознании носителей английского языка.

Метод построения лексико-семантического поля представляется эффективным и позволяет не только собрать материал для дальнейшей верификации, но и осуществить интерпретацию номинантов концептов *smile*, *laugh*. Нам удалось обнаружить широкий спектр передаваемых оттенков и значений и выявить специфику эмоциональных переживаний носителей языка.

На следующем этапе исследования мы расширили лексико-семантическое поле до уровня паремиологических единиц. Применяя методики интерпретации и семантического анализа, мы провели анализ 11 пословиц и поговорок с лексемой *smile*, 12 пословиц и поговорок с лексемой *laugh (laughter)*, что позволило нам выявить положительные и отрицательные смыслы, а также выделить ценностные доминанты в сознании представителей изучаемых нами лингвокультур. Мы

постарались определить, в чем заключается культурологическая значимость представленных пословиц и поговорок, которые не только ценностно маркированы, но и отражают морально-этические принципы носителей английского языка. Было выявлено 7 паремий с лексемой *smile*, передающими положительные смыслы, и 4 паремии с отрицательными коннотациями, 4 паремии с лексемой *laugh* с положительными характеристиками и 8 – с отрицательными значениями.

Мы также проанализовали 13 изречений с лексемой *smile* и 11 афоризмов с лексемой *laugh*, которые мы также относим к единицам паремиологического фонда. В высказываниях известных личностей – носителей английского языка прослеживается преимущественно положительная оценка *smile* и *laugh* как эмоций. Несмотря на тот факт, что изречения относятся к разным историческим эпохам (от начала XVII века до XXI века), можно увидеть ценностную значимость данных ментальных образований, которые охарактеризованы как базовые человеческие эмоции, способные воздействовать на человека, создать оптимистический настрой и поддержать в трудных жизненных ситуациях. В большинстве исследованных паремий авторы призывают нас улыбаться и радоваться жизни, отмечая как благотворное влияние этих эмоций на здоровье человека, так и важные моральные установки – не отчаиваться и двигаться вперед.

В ходе нашего исследования нам удалось установить, что видеофрагменты американских кинематографических работ могут стать незаменимым источником при анализе вербальных способов выражения эмоциональных концептов *smile*, *laugh*. Мы провели обзор реплик героев из пяти кинокартин, среди которых 3 полнометражные и 2 короткометражные ленты. Концепты *smile*, *laugh* заключают в себе особые смыслы и отражают морально-этические установки и ценностные доминанты носителей языка. Помимо реплик героев, были также привлечены тексты песен к кинофильмам, в которых объективируются интересующие нас концепты. Привлекая данные источники, мы выявляем новые способы

вербализации концептов *smile*, *laugh*. В большинстве исследованных нами кинокартин эти концепты стали ключевыми и связаны с основной идеей фильмов о важности улыбки и смеха в жизни любого человека. Фильмы, с одной стороны, демонстрируют важнейшие морально-этические принципы носителей языка, а с другой – призывают всех кинозрителей переосмыслить свою жизнь, сохранять оптимистический настрой, улыбаться, смеяться, радоваться каждому моменту, заряжая положительной энергией себя и окружающих.

Для выявления культурно специфичного в сознании представителей британской и американской лингвокультур предлагается применить корпусный анализ изучаемых концептов и лингвистический эксперимент, чему и будет посвящена следующая глава.

ГЛАВА 3. Репрезентация эмоциональных концептов *smile, laugh* в британском и американском вариантах английского языка

3.1. Корпусный анализ базовых номинантов и ядерных лексем, репрезентирующих концепты *smile, laugh*

Известно, что концепт способен приобретать различные способы объективации при погружении в определенную среду коммуникации. Такой средой может стать вариант языка, социолингвистически обусловленный и способный отражать особенности определенной локальной культуры и национальный менталитет²²⁹. Отметим, что у языка не существует градации «лучшая» или «предпочтительная» разновидность. Очевидно, что сосуществование вариантов может приводить к взаимовлиянию, и в таком случае концепты одной культуры выступают в другой, причем со специфическими элементами. Так происходит аккультурация, обусловленная особенностями мышления определенного этноса, его традиций и обычаев.

Региональные варианты представляют для нас особый интерес, поэтому предлагается рассмотреть вербализацию эмоциональных концептов *smile, laugh* и сформулировать особенности выражения в британском и американском вариантах английского языка (*British English and American English*). Под «британским английским» мы понимаем вариант языка, на котором говорят (и пишут) в Великобритании, а под «американским английским» вариант языка, который используют в письменной и устной речи на территории США.

Предлагается применить корпусный подход с привлечением корпусов британского и американского английского для выявления сходств и различий репрезентации концепта и определения национально и культурно специфичного в языке, так как в основе каждого мировоззрения лежит своя сформировавшаяся система оценок и отношений к действительности.

²²⁹ Прошина З.Г. Динамика развития английского языка в его региональных вариантах// Вестник ИГЛУ. 2012. №2 (18). Серия Филология. с.201

Улыбка предстает важнейшим концептом в культуре и неким символом, излучающим оптимизм, доброжелательность, вежливость и благосклонность. Изначально она трактуется как базовая человеческая эмоция, а также элемент мимики, позволяющий выразить возникшую эмоцию, направленную вовне. Изучение использования эмоций в определенной культуре представляется важным в связи с тем, что их неправильная интерпретация ведет к коммуникативному провалу и неспособности адекватно оценить эмоциональную реакцию собеседника. Гипотетическая ситуация, в которой представитель одной культуры не ответил взаимно улыбкой, может послужить основанием для того, чтобы собеседник принял отсутствие этого важнейшего невербального сигнала за проявление неуважения. Исполнение той или иной эмоции, как правило, культурно обусловлено и варьируется от одного этноса к другому. Несмотря на универсальный характер таких концептов, как «улыбка» и «смех», их существование в сознании носителей разных языков навязано веяниями культуры и быта, образом жизни и традициями. В одной культуре принято улыбаться в определенных случаях, а в другой культуре неприемлемо, к примеру, вообще выражать эту эмоциональную реакцию. Таким образом, каждая культура накладывает свои отпечатки на использование эмоций, что и важно учитывать в процессе межкультурной коммуникации.

Как правило, язык эмоций позволяет пролить свет на особенности мировосприятия разных народов, поэтому целесообразно изучить особенности объективации концепта в британской и американской лингвокультурах. Смех как одна из базовых эмоций человека не может существовать вне среды²³⁰, так как зависит от различных факторов, доминирующих в данной среде. Под социальной средой²³¹ в данном случае понимается совокупность разных общественных факторов (морально-этические установки, географические особенности и социокультурные особенности). Поэтому для того, чтобы изучать такие эмоциональные реакции, как улыбка и смех, необходимо реконструировать их

²³⁰ Лихачев Д.С. Панченко А.М. Понырко Н.В. Смех в Древней Руси. Л., 1984. С.203-204

²³¹ Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. с. 271

среду. Любая эмоция должна интерпретироваться не только на основании семантического анализа ее репрезентаций, но и с учетом контекста, ситуации, в которой она возникла. В рамках лексикологии как социолингвистической дисциплины, сочетание слов всегда обусловлено, в первую очередь, социолингвистическими параметрами²³². Вербализация эмоций, таким образом, этноспецифична и обусловлена экстралингвистическими параметрами. Поэтому эмоциональный концепт трактуется как этнически и культурно обусловленное, лексически вербализованное образование, включающее в себя, помимо понятия, образ, оценку и культурную ценность²³³.

Отметим, что слово максимально реализует свои характеристики в сочетании с другими словами, а словосочетание определяется условиями места, времени и целей коммуникации, а также особенностями обычаев, традиций и культуры.²³⁴ Поставленная задача предполагает привлечение данных из корпусов британского и американского вариантов английского языка, то есть собраний письменных и устных текстов разных жанров и разных диалектов. Так как изучаемые нами концепты являются эмоциональными, их объективация будет ярко выражена в корпусах текстов при помощи разных лексических средств, так как выражение отношений, в которых присутствует улыбка, как мы установили, приемлемо для представителей англоязычного мира. Очевидно, что создание такой базы данных языка способствует улучшению качества и ускорению анализа языковых явлений²³⁵.

Необходимо осуществить и количественный анализ репрезентаций языка для расширения возможностей исследования. Количественные данные позволят определить частотность употребления слов и словосочетаний, при помощи которых вербализуется концепт. Более того, представляется целесообразным, исходя из измерений, предпринять попытку интерпретации выражений для

²³² Тер-Минасова С.Г. Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах. М., 2004. с.30

²³³ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. С.25

²³⁴ Тер-Минасова С.Г. Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах. М., 2004. С.30

²³⁵ Gvishiani N. English on computer: A tutorial in corpus linguistics. М., 2008. P.20

выявления различий их толкования в каждом из вариантов языка. Задачей этой работы является изучение особенностей понимания вербализаций концептов *smile, laugh* в британском и американском вариантах языка. В соответствии с частотностью употребления словосочетаний, их наличием или отсутствием, предполагается определить наиболее характерные слова, устойчивые выражения и фразеологизмы.

Корпусная лингвистика, таким образом, представляет новую стратегию изучения посредством обработки текстов естественного языка.²³⁶ Примечательно, что корпусы дают возможность проследивать неизвестные нам ранее парадигмы и особенности²³⁷ на примерах в контексте и предоставляют бесценную информацию для подтверждения гипотез в лингвистике²³⁸. Электронные корпусы становятся уникальными базами данных, которые насчитывают миллионы слов и позволяют как лексикографам, так и исследователям ознакомиться с богатым фактическим материалом и проводить лингвистические исследования²³⁹, а изучающим иностранный язык – удостовериться в правильном применении тех или иных вербальных средств в процессе коммуникации. Более того, они представляют собой обширный электронный формат и постоянно пополняются, что немаловажно для анализа в синхроническом срезе, но они вызывают трудности в связи с обширным пластом информации. Корпус, как и словарь, является моментальным снимком в конкретный промежуток времени и требует постоянного обновления информации, чтобы выявлять новые тенденции в использовании слов и словосочетаний.

Сопоставительный корпусный анализ предполагает обращение к крупнейшему и наиболее репрезентативному корпусу английского языка *The*

²³⁶ Gvishiani N. An Introduction to contrastive lexicology. (English-Russian Cross-Linguistic correspondences). M., 2010. P.26

²³⁷ Johansson S. Seeing through multilingual corpora //Corpus linguistics. 25 years on. Ed.by Facchinetti R. NY, 2007.

²³⁸ Meyer Ch. Corpus linguistics. Cambridge University Press. 2004. P.2

²³⁹ Карпова О.М. Английская лексикография. М.: Издательский центр «Академия», 2010. с. 59

*Corpus of Global Web-Based English*²⁴⁰ (*GloWbE*), насчитывающему более 1,9 миллиона слов. Богатый материал, собранный из входящих в его состав корпусов, позволяет провести анализ вербализаций концептов в американском и в британском вариантах языка, так как при подсчете употреблений отображается количество выражений и в британских, и в американских корпусах. В корпусе отображаются не только письменные источники (включая газетные, журнальные статьи), но и записи радио и телепередач, то есть источники живого языка и живой речи. Подобная стратегия позволит изучить естественный язык и особенности функционирования слов и словосочетаний в воспроизводимой речи, поэтому корпусный анализ оправдывает фактический материал исследования²⁴¹.

Несмотря на большой по своим масштабам массив текстовых данных, особый интерес представляет собой исследование именно с учетом источников устной речи. Их появление как прецедентных текстов в корпусе неслучайно: в наше время многие радио и телестанции размещают тексты радиопередач в архив программ на своей странице в Интернете²⁴². В рамках корпусной лингвистики исследователь имеет дело с реально воспроизводимым в речи единицами, поэтому в данном отношении акцентируется внимание на контексте, в котором использовано выражение. Таким образом, мы можем раскрыть новые горизонты слова и изучить разные переживания ассоциации и оттенки значений, с которыми корреспондируют репрезентации концептов для лучшего восприятия данных вербальных средств. Контекстуальное окружение является важнейшим фактором, который следует принять во внимание при анализе, и при обращении к корпусу исследователь должен удостовериться в правильном контексте слова. Важнейшим фактором становится и частотность, то есть количество зарегистрированных в текстах случаев употреблений лексической единицы. Очевидно, что показатель частотности может служить незаменимым помощником при отнесении

²⁴⁰ Corpus of Global Web-based English. URL: <http://www.corpus.byu.edu/glowbe/> (дата обращения: февраль 2013 – апрель 2015 года)

²⁴¹ Gvishiani N. An Introduction to contrastive lexicology. М., 2010. С.26

²⁴² Ахренова, Н.А. Теоретические основы интернет-лингвистики / Н.А. Ахренова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – №10(28). с.25

репрезентантов к одному из региональных вариантов языка. Однако для проверки лингвистической гипотезы важно учитывать как количественные и качественные характеристики выбранных репрезентаций: самой важной является попытка обосновать полученные результаты, так как статистические данные бесполезны при отсутствии их интерпретации. Можно сказать, что процесс анализа данных корпуса может коррелировать с созданием корпуса, так как исследователю приходится учитывать разные факторы, в том числе репрезентативность корпуса и релевантность выбранного массива текстов²⁴³.

Однако следует отметить и немаловажный человеческий фактор при анализе лексических единиц, так как подбор языковых средств выражения концептов производится исследователем, поэтому его роль сводится к корректному и интерпретативному анализу данных с учетом количественного и качественных критериев.

Отметим, что для сопоставления данных и в процессе выборки типично американских и британских словосочетаний использовались также авторитетные и репрезентативные корпуса *the BNC*²⁴⁴ (*the British National Corpus*, Британский национальный корпус) и *COCA*²⁴⁵ (*Corpus of Contemporary American English*, Корпус современного американского английского).

Определим ряд базовых номинантов, представляющих концепты *smile*, *laugh*: *smile, laugh, grin, smirk, mock, beam, leer, fleer, simper, sneer*. Дополняют их так называемые *laughter verbs*, то есть глаголы, выражающие смех: *giggle, titter, chuckle, cackle, guffaw*. Их уникальность в том, что их можно рассматривать как ономотопические образования.

При обращении к корпусу можно выявить 67882 случая использования ряда вышеуказанных базовых номинантов в британском и 76583 раза употребления в американском варианте соответственно, причем использование ядерных лексем двух лексико-семантических групп в британском варианте (56

²⁴³ Meyer Ch. *Corpus linguistics*. Cambridge University Press. 2004. с. 100

²⁴⁴ The British National Corpus (BNC). URL: <http://www.natcorp.ox.ac.uk/>

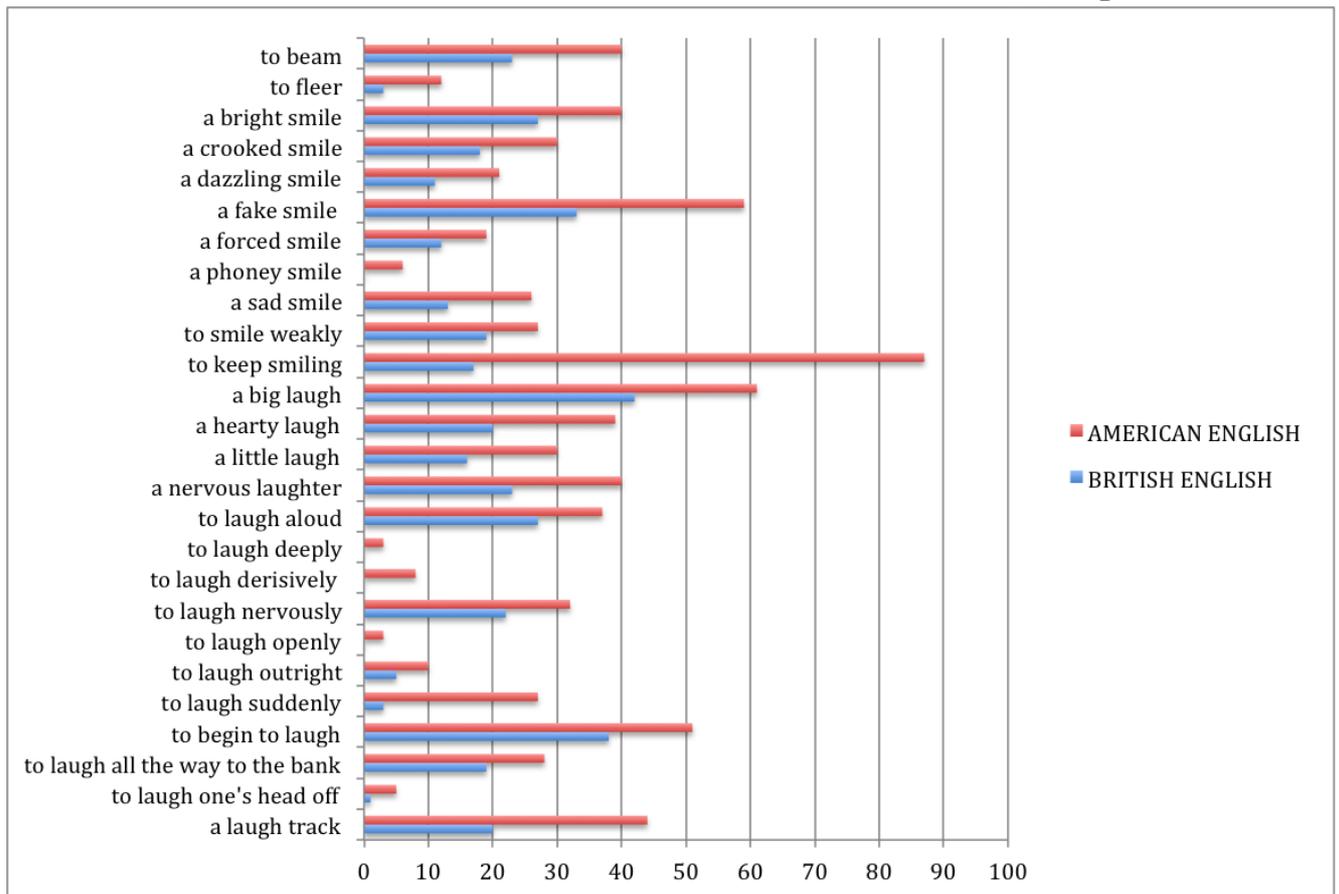
²⁴⁵ Corpus of Contemporary American English (COCA). URL: <http://corpus.byu.edu/coca/>

468 раз) также отличается от их воспроизводимости в речи в американском варианте (60 608 случаев). Все количественные данные обозначены и структурированы в таблицах №1, №2, №3 и №4 в приложении. Все номинации представлены в алфавитном порядке. Представляется целесообразным проанализировать количественные характеристики как базовых номинантов (глаголов «смеха» и глаголов, актуализирующих «улыбку»), так и ядерных лексем *smile* и *laugh* с учетом их лексико-семантической валентности. При корпусном анализе важно учитывать не только разницу частотности, но и попытаться интерпретировать извлеченные данные для получения представлений о возможных различиях в употреблении тех или иных номинаций.

Общий количественный анализ базовых номинантов позволяет судить о том, что эмоциональные концепты *smile*, *laugh* достаточно широко представлены в английском языке, а вербализуются, как правило, наиболее значимые для человека смыслы. Исходя из измерений, можно утверждать, что данное явление больше характеризует носителей американского английского. В связи с большим количеством данных в корпусах, невозможно объять весь массив текстов и проанализировать все цитаты из разных источников, поэтому мы остановимся на тех, которые представляют интерес для интерпретации культурно специфичных значений.

Столь значительное количественное выражение в языке дает основание полагать, что концепты «улыбка, смех» весьма важны как для американской, так и для британской ментальности. Разница в частотности употребления его вербализации свидетельствует об особенностях восприятия и выражения эмоций у представителей данных лингвокультур. Различия возникают на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. Основываясь на данных корпусов, можно предположить, что некоторые репрезентанты являются более характерными для британского английского, в то время как остальные – для американского. На диаграмме № 2.1 представлены примеры номинаций с однозначными и двужначными показателями с высокой градиентностью.

Диаграмма №2.1

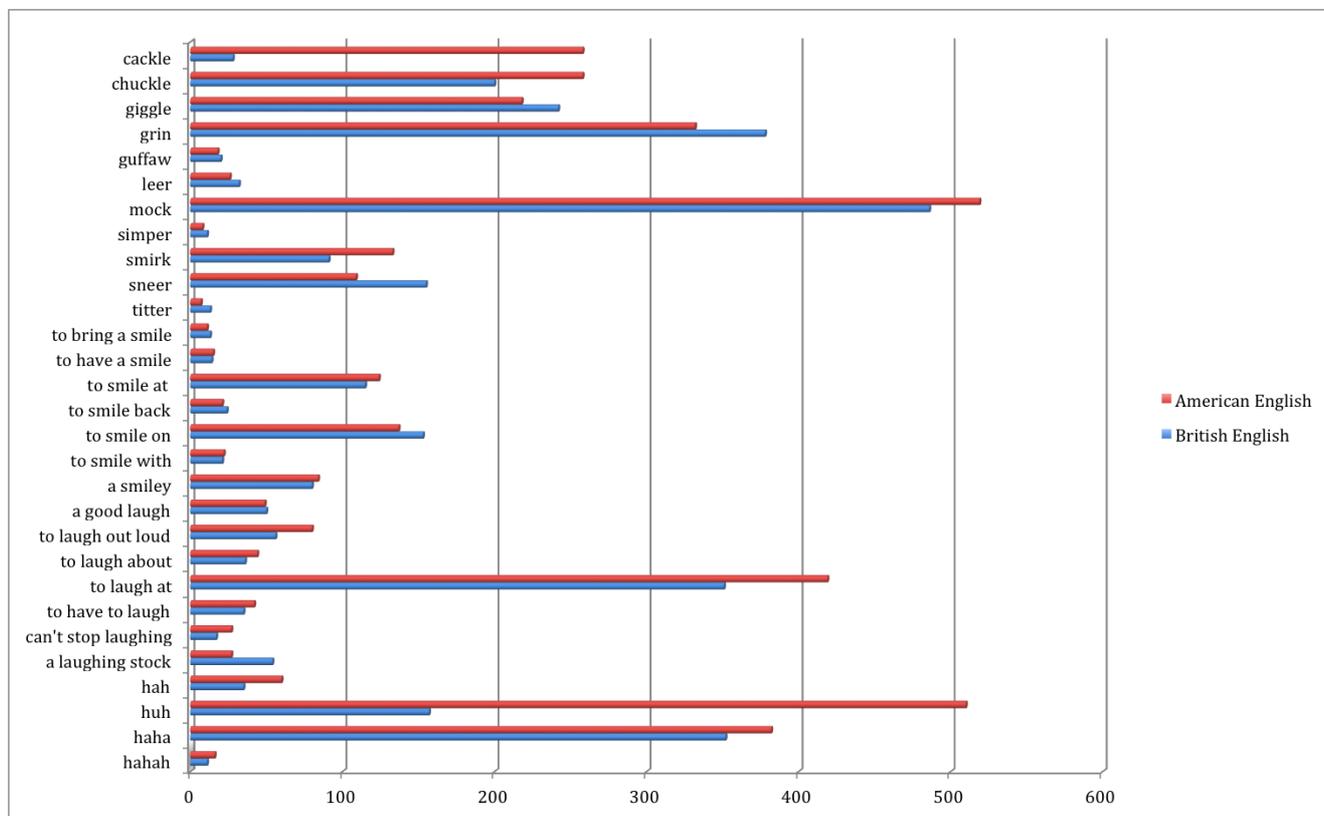


Создание подобной диаграммы позволяет нам сделать сопоставительный анализ репрезентаций концептов *smile*, *laugh* и выявить наиболее типичные для американского или британского вариант оттенки значений. Исходя из данных таблицы, можно заключить, что в американском варианте делается акцент на таких особенностях улыбки и смеха, как «неискренняя улыбка», «громкий смех», «внезапно засмеяться». Частотной оказывается и «смеховая дорожка», используемая в телепередачах (что также говорит о намеренном характере, присущем улыбке и смеху в американском сознании). Извлеченные из корпусов данные, которые по количественным характеристикам имеют трехзначные или четырехзначные показатели, отображены на диаграмме № 2.2.

Учитывая значительную разницу в количестве случаев употребления в британском корпусе слова *grin* в его разных формах (как существительное и как глагол во всех видо-временных формах), можно сказать, что оно больше относится к британскому английскому (встречается около 3778 раза): *'But we are*

all rushing round all the time, ' she says with a grin (from *dailymail.co.uk, GloWbE*). В американском английском номинант *grin* встречается 3320 раз.

Диаграмма № 2.2



Также достаточно употребительными являются формы слов *sneer* (1551 случай в британском английском, 1089 – в американском варианте), *giggle* (2420 раз в британском варианте и 2183 случая употребления в американском английском). Можно сделать предположение, что усмешка как форма смеха имеет большую выраженность именно в британском варианте языка: *'There are a lot of people who sneer at what would be termed classical subjects, such as Languages, Literature, History.'* / *'...performance I would repeat outside of the home. But it makes my daughter giggle, my husband roll his eyes, and it is fun.'* (цум.no GloWbE).

Среди номинантов яркими представителями являются и формы слов *guffaw* (206 случаев употребления в британском варианте языка и 180 раз в американском) и *titter* (129 случаев в британском английском и 69 случаев в американском варианте): *'There is no one joke that will make everyone guffaw.'* / *'There was, I swear it, a slight titter across the floor...'* (цум.no GloWbE).

Напротив, согласно данным американских корпусов, выражения *smirk* (912 раз в британском варианте и 1328 в американском) и *chuckle* (1995 случаев в британском и 2579 в американском английском) больше употребимы в американском варианте языка: *'I felt so overwhelmed and happy with the results – it put a big smirk on my face.'* / *'It gave us all a good chuckle.'* (*um.no GloWbE*)

Очевидно, что для проведения многогранного анализа того или иного концепта необходимо определить ядро и периферию концепта, принимая в качестве отправного пункта методику семантического компонентного анализа, осуществить дефиниционный семантический анализ ключевых слов, актуализирующих исследуемый концепт в рассматриваемых культурах, и выявить индивидуальные импликации на основе фрагментов жизненного опыта²⁴⁶.

Следует обозначить словосочетания с основными лексемами, представляющими ядро данного концепта. Обращение к словарям словосочетаний на данном этапе исследования позволит определить все коллокации с ядерными лексемами *smile* и *laugh*. В корпусе *The Corpus of Global Web-Based English (GloWbE)* выявлено 38028 случаев, представляющих выражения с использованием *smile* и *laugh*. При рассмотрении базовых номинантов и вычислении частотности учитывались также их разные временные формы, так как корпус фиксирует использование слова только в той форме, в которой производится поиск. По количеству можно извлечь значительно больше случаев употребления репрезентаций концепта в американских корпусах, чем в британских.

Далее предлагается рассмотреть словосочетания с ядерными лексемами *smile*, *laugh*. Всего выявлено 123 репрезентанта с лексемой *smile* и 114 репрезентантов с лексемой *laugh*. Во-первых, были изучены субстантивные словосочетания с *smile* (в данном случае *smile* будет определяющим словом). Среди них есть выражения, частота употребления которых объясняется

²⁴⁶ Грецкая С.С. Концепт “revenge/месть” в контексте классификаций ценностных ориентаций и культур // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №8.

географическим фактором и отношением к стране или местности: *Hollywood smile* (известная всем голливудская улыбка знаменитостей), *Texas smile* (используется в американских текстах с указанием на особенность данной улыбки), а также *American smile* и *British smile*. Как правило, американскую улыбку принято считать более открытой и яркой, что навеяно тенденцией позитивного отношения к жизни и стремлением улыбаться и демонстрировать свой доброжелательный настрой. Можно сказать, что улыбка изначально является важнейшим западным символом, ключевым, к примеру, в бизнесе для поддержания деловых контактов. Очевидно, что некоторые выражения связаны и с известными произведениями: *a phony smile*, переводимое как «фальшивая, поддельная улыбка», ассоциируется с романом «Над пропастью во ржи» американского писателя Дж.Селинджера, а *a fake smile* и *a forced smile* являются синонимичными словосочетаниями, поэтому встречаются в американском варианте языка и практически не встречаются или мало употребляются в британском английском: *a phony smile* – 0 случаев в британском варианте, 6 раз в американском), *a fake smile* – 33 случая употребления в британском варианте и 59 – в американском, *a forced smile* – 12 раз в британском английском и 19 – в американском.

Богатый материал корпусов позволяет говорить об особенностях употреблений как атрибутивных, так и объектных словосочетаний. При их изучении обнаружено, что выражения *a cheerful smile*, *a dazzling smile*, *a sweet smile*, *a crooked smile*, *a wide smile*, *to repress a smile*, *to crack a smile*, *to smile politely*, *to smile at somebody*, *to keep smiling* преобладают в американских корпусах. Номинация *to keep smiling* имеет культурно-специфические предпосылки об оптимизме, присущем американской модели коммуникативного поведения, которая предполагает позитивный настрой в любых жизненных ситуациях. Возможно, эта черта обусловлена тем, что в обратном случае к человеку будут относиться как к неудачнику, поэтому необходимо улыбаться и никогда не сдаваться.

Что касается более характерных для британского английского выражений с лексемой *smile*, то наиболее частотными являются *a happy smile, an encouraging smile, a reassuring smile, a knowing smile, a broad smile, to wear a smile u to bring a smile*.

Для дальнейшего изучения целесообразным представляется рассмотреть выражения, относящиеся ко второй ядерной лексеме, представляющей лексико-семантическую группу *laugh* данных эмоциональных концептов. Немаловажное значение имеют репрезентации, словосочетаниями со словом *laugh*. Лексема *laugh* также многогранно представлена в корпусах английского языка и дает возможность изучить концепт еще под одним углом исследования. Согласно данным американских корпусов, по количеству употребления доминируют глагольные словосочетания с глаголом *to laugh* - они встречаются 7258 раз (для сравнения: зарегистрировано 6097 случаев в британском варианте языка). Отметим, что именно глагол, являясь самым динамичным классом слов, дает возможность более ярко и точно передать эмоцию ²⁴⁷. По частотным характеристикам *to laugh out loud* превосходит все остальные формы и встречается 801 раз, в американских текстах, в то время как в британском корпусе он представлен 564 примерами: *I didn't expect to laugh out loud while reading a book of this nature but I certainly did!* (*um.no GloWbE*). Достаточно репрезентативным можно назвать и словосочетание *can't/couldn't stop laughing* – можно извлечь 266 примеров его употребления в разных американских текстах: *It's so poorly written that I couldn't stop laughing!* (*um.no GloWbE*). Эти случаи использования говорят о своеобразной открытости и яркой выраженности смеха в американской лингвокультуре.

Исходя из данных британских корпусов, можно предположить, что выражения *a barrel of laughs, You're having a laugh* (24 в британском и 1 в американском варианте), *to have the last laugh*, (153 в британских и 76 в американских корпусах), и *a laugh a minute*, (23 в британском и 8 в американском

²⁴⁷ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. С.224

варианте) являются устойчивыми и больше прижились в британском сознании: *'I bet they were a barrel of laughs.'* / *'You are having a laugh!'* / *'That is most certainly not a "reasonable assumption"!* / *'I'm sure I'll have the last laugh when I can afford to retire before I'm 65.'* (цит. по GloWbE).

К важному ряду вербализующих концептов относятся и ономотопические образования *hah* (601 в американском корпусе и 353 в британском), *huh* (5103 случая в американском и 1568 раз в британском корпусе), *hahah* (110 случаев в британском корпусе и 163 в американском), *haha* (3522 случая в британском и 3819 раз в американском варианте), *ahah* (30 в американском варианте и 27 в британском) в общей сложности представляющие 2233 и 6025 случаев употребления в британском и американском вариантах языка соответственно. Примечательно, что в ряде номинантов ощутима значительная разница количественных показателей и преобладание в американской лингвокультуре: *'Hah I was thinking the same thing.'* (цит. по GloWbE).

Обратим внимание и на производную от лексемы *laugh* единицу *laughter*, представленную 31 репрезентантом. Согласно данным британских и американских корпусов, правомернее относить ее к американскому варианту языка в связи с количественными характеристиками (4930 раз употребления номинанта *laughter* а корпусах американских текстов, в отличие от 4187 случаев использования в британских текстах). Исходя из подсчетов, наибольшей градиентностью обладают словосочетания, характерные для американского английского, - *a nervous laughter* и *a hysterical laughter*, в то время как *to roar with laughter* встречается преимущественно в британском варианте языка.

При измерениях возникли определенные трудности связанные с тем, что корпус фиксирует определенную форму слова (без учета форм прошедшего времени или герундия), поэтому для более точного подсчета пришлось также суммировать данные других глагольно-временных форм.

Столь яркая репрезентация в британских и американских текстах по данным корпусов (144 465 случаев употребления базовых номинантов и словосочетаний с

лексемами *smile* и *laugh*) говорит о ключевом значении концептов *smile*, *laugh* в человеческом сознании. Высокая частотность актуализации эмоциональных концептов может быть обусловлена тем, что они релевантны для носителей данных лингвокультур на психологическом уровне²⁴⁸. Однако количественные показатели позволяют судить о более выраженной репрезентации концепта в американской лингвокультуре.

Необходимо подчеркнуть, что идея является обоснованной и соответствующей ранее установленным фактам. Данные анализа корреспондируют с недавно проведенным исследованием: известно, что в марте 2013 года ученые из Бристольского университета при обзоре более 5 миллионов книг электронной библиотеки Google, опубликованных с 1980 года, пришли к выводу о том, что эмоциональная лексика более характерна для американского варианта английского языка²⁴⁹. Очевидно, что лексикой, выражающей настроение и эмоции, изобилует именно американский диалект.

Если проанализировать это открытие с точки зрения эмоционального концептов «улыбка, смех», то можно с достаточной точностью утверждать, что в количественном отношении лексика, выражающая данный концепт в американском диалекте, превосходит британский. Если учесть, что язык свидетельствует о мышлении народа и его мировоззрении в определенный период времени, то исследование делает возможным говорить о более высокой степени эмоциональности носителей американского варианта английского языка.

Изучив особенности репрезентации концепта и рассмотрев данные корпусов, можно предположить, что улыбка, в отличие от смеха, более свойственна британскому сознанию. Как уже неоднократно упоминалось, еще в XVIII веке в своих «Письмах к сыну» Лорд Честерфилд²⁵⁰ призывал своего сына

²⁴⁸ Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. с.61

²⁴⁹ Ball. Ph. Text mining uncovers British reserve and US emotion URL: <http://www.nature.com/news/text-mining-uncovers-british-reserve-and-us-emotion-1.12642> Дата обращения: 07.04.2014

²⁵⁰ Letters to his son by the Earl of Chesterfield on the Fine Art of Becoming a Man of the World and a Gentleman. URL: <http://www.gutenberg.org/files/3361/3361-h/3361-h.htm> Дата обращения: 07.02.2014

улыбаться, а не смеяться, так как улыбка говорит о воспитанности и хороших манерах и является своего рода показателем статуса; смех же свидетельствует о простоте и глупости. Таким образом, британская улыбка запечатлела признание иерархии и манер.

Рассматривая американскую улыбку как невербальный знак общения, можно предположить, что она символизирует показной оптимизм и стремление *to keep smiling* («радоваться жизни» и «не сдаваться»), ставшее неким девизом в сознании американцев. Следовательно, она обусловлена оптимистическим настроением и соответствующим стилем жизни. Более того, американская улыбка более открытая и яркая, по сравнению с британской. Можно также полагать, что американская улыбка ассоциируется с безупречно белыми зубами, к которым стремится каждый американец, так как это важнейший показатель состоятельности и богатства. По всей вероятности, американская улыбка также является важнейшим компонентом в деловой сфере для поддержания контактов и привлечения клиентов. Таким образом, данный знак общения также говорит о благополучии и успехе. Более того, улыбка подразумевает отсутствие агрессивных намерений и доброжелательное отношение к собеседнику²⁵¹. Количественно меньшая вербализация изучаемого концепта, представленная в британском варианте, по-видимому, свидетельствует об английской модели поведения: о большей, по сравнению с американским вариантом, сдержанности, о скромности и умеренности в проявлении эмоций и о контроле над своими чувствами. Английская эмоциональная сдержанность характеризуется также сухостью и строгостью оценки предметов и явлений. Более того, в британском сознании понятие усмешки и смеха часто вызвано возмущением и долей неодобрения. Исследователь Т.В. Ларина отмечает, что эмоциональную сдержанность и способность контролировать эмоции можно отнести в моделям поведения в британской культуре, которые определяют *Englishness*

²⁵¹ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2004. С. 241

(«английскость»)²⁵². Согласно этой модели коммуникативного поведения, в обществе не принято говорить своих проблемах, выражать свои чувства открыто: американская модель поведения поведения может именно по этой причине раздражать британцев. Более того эта особенность относится ко многим сферам деятельности человека. Нарушение этих моральных установок может свидетельствовать о невежестве и нескромности человека. К вопросу о британской сдержанности в характере обращается и А.В. Павловская, отмечая, что контроль над своими чувствами, характерный для британского народа, часто воспринимается за «простую холодность»²⁵³ и осуждается представителями других культур. Можно предположить, что способность к самообладанию свидетельствует о некой психологической зрелости и рациональности. Сдержанность в проявлении эмоций также сопровождают такие черты британского национального характера, как тактичность, чувство собственного достоинства, отчужденность и стремление к *privacy* (эту важнейшую национальную особенность можно связать со склонностью к уединению и отчужденности, а также к уважению своего личного пространства). Слово *emotional* имеет некую негативную коннотацию в речи британцев²⁵⁴ и означает чрезмерную эмоциональность.

Такие особенности проявления эмоций могут быть закономерными и predetermined природой. Сдержанность британцев в общении можно обосновать и особенностями географического положения Великобритании. Жители британских островов были вынуждены защищаться от набегов викингов и разных племен. Возможно, по этой причине для них характерно сдержанно и неоткрыто выражать свои эмоции. Более того, можно предположить, что результаты нашего корпусного анализа коррелируют с недавно проведенным исследованием в США: доказано, что люди с коротким аллелем 5-HTTLPR

²⁵² Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М., 2009. – с.100

²⁵³ Павловская А. В. Англия и англичане. М.: Изд-во Моск. ун-та; Триада, Лтд, 2004. с.237-238

²⁵⁴ Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М., 2009. с. 106

(аллели – разные формы одного гена, одна из которых наследуется от отца, а другая – от матери) больше улыбаются и смеются, чем те, у кого длинный аллель гена²⁵⁵. С этой точки зрения, короткий аллель оказывается важнейшим фактором, усиливающим эмоциональное воздействие. Если принять во внимание то, что представители относятся к одному генофонду, можно прийти к заключению, что их физиологические особенности имеют взаимосвязь с этноспецифическими характеристиками. Возможно, по этой причине, представители одного этноса более эмоциональны, чем представители другого народа. Несмотря на то, что все люди склонны испытывать одинаковые эмоции, есть тончайшие оттенки, в которых прослеживается культурная специфика, что объективируется в языке с помощью разных средств²⁵⁶. Таким образом, определенная ситуация вызывает разные эмоциональные реакции у представителей различных культур. Эмоциональные отличия становятся, так сказать, некими критериями культурно-различительных особенностей. Однако каждая эмоция различается своими особенностями в отношении экспрессивности и плана выражения: каждая лингвокультура диктует свои «этноспецифические правила и установки».

Несмотря на данную модель коммуникативного поведения, следует обратить внимание и на парадоксальную особенность улыбаться при всей характерной для британцев сдержанности: этот невербальный сигнал может говорить о вежливости.

Однако есть некоторые культурологические особенности проявления чувств у представителей американской культуры, которые определяют и эмоциональность в коммуникации. Возможно, американская открытая улыбка связана с еще одной немаловажной реалией: дантист – одна из самых высокооплачиваемых профессий в США, и лучезарная, широкая улыбка (с открытым ртом) свидетельствует о финансовом благополучии и преуспевании. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, улыбка в англоязычном мире становится важнейшим знаком культуры и

²⁵⁵ Субботина Е. Ученые обнаружили «ген смеха»//Российская газета. URL: <http://www.rg.ru/2015/06/03/gen-smeha-site-anons.html> Дата обращения: 03.06. 2015

²⁵⁶ Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М., 2009. – с.97-98

традицией, подразумевающей «отсутствие агрессивных намерений» и «формальной демонстрацией окружающим своей принадлежности к культуре»²⁵⁷. Такой неисправимый оптимизм, жизнерадостность, позитивный настрой и стремление казаться счастливыми вызывают определенные трудности в процессе межкультурной коммуникации, если морально-этические установки представителей другой культуры не совпадают с американским *to keep smiling*. К особенностям семантики американской улыбки относится и вежливость к собеседнику. Несмотря на такую специфику, существует определенный парадокс в отношении их коммуникативного поведения: приветливость при первой встрече не обозначает проявления подобных эмоций при последующих, что вызывает неловкость и замешательство у иностранных коллег²⁵⁸.

Если говорить о еще одной особенности улыбки как компонента в сфере обслуживания, то это способ привлечения клиентов и готовности пойти навстречу. Более того, улыбка общественных деятелей вызывает доверие, так как свидетельствует о спокойствии, стойкости и уверенности в успехе. Однако зачастую американская улыбка приобретает автоматизм: на траурной церемонии похорон принцессы Дианы жене президента Хилари Клинтон не удалось сдержать «социальную улыбку», и на фотографиях она – единственная из участников похорон – улыбается!²⁵⁹

Отметим еще одну культурологическую особенность, которую также стоит учитывать при анализе семантики эмоций у представителей американской лингвокультуры. Открытость и эмоциональность могут быть также обусловлены стрессовостью повседневной жизни в мегаполисах и становятся средствами снятия напряжения²⁶⁰. Не принято скрывать положительные эмоции, наоборот, считается уместным сообщать о своем позитивном настрое и излучать радость. И.А. Стернин, аргументируя важность американской улыбки в коммуникативном

²⁵⁷ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. С.241

²⁵⁸ Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис. 2008. с.291

²⁵⁹ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. с.243

²⁶⁰ Стернин И.А. Стернина М.А. Американское коммуникативное поведение. – Воронеж: ВГУ – МИОН, 2001. с.57

поведении, справедливо замечает, что американская модель общения предписывает выражение исключительно позитивного настроения, и сравнивает демонстрацию отрицательных эмоций с грязной одеждой²⁶¹. Следовательно, даже попав в неприятную ситуацию, представители американской лингвокультуры стремятся сохранить лицо, подбодрить себя и окружающих улыбкой и, возможно, даже улыбнуться неудаче, посмеяться над таким стечением обстоятельств.

Помимо демонстрации доброжелательного отношения к собеседнику, можно назвать и выражение благодарности улыбкой как невербальными средством. В целом, американская модель поведения предписывает налаживать деловые контакты и поддерживать коммуникации, поэтому все средства, как вербальные, так и невербальные, являются ее приемлемыми атрибутами. Очень важно принимать во внимание эти специфические черты, чтобы избежать проблем как в повседневном, так и в деловом общении. Межкультурная компетенция является важнейшим компонентом коммуникации.

Сравнивая особенности британского и американского коммуникативного поведения, представляется целесообразным говорить об эмотивности²⁶², характерной британской модели общения, и эмоциональности, присущей американской манере. В эмоциональном отношении американская лингвокультура более эмоциональна, что выражается как в вербальных (о чем свидетельствуют данные корпусного анализа и огромное количество эмоционально-оценочно-экспрессивной лексики), так и невербальных сигналах. Эмоции являются более спонтанными и живыми; происходит непосредственная демонстрация переживаемых психических состояний и отношения к ситуации. Британской лингвокультуре свойственна эмотивность и некая запланированная стратегия с целью показать не только свою доброжелательность, но и вежливость.

Следует снова обратиться к результатам исследования корпусов для интерпретации возможных причин большей частотности лексемы *laugh* в

²⁶¹ Там же. с.58

²⁶² Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М., 2009. С.119

американском варианте английского языка в ее отношении к эмоциональным особенностям данной лингвокультуры. Неслучайно по своим показателям именно лексема *laugh* (и производное от нее слово *laughter*) выше в американском варианте языка. Смех как естественная эмоциональная реакция на что-либо нелепое или смешное, а также более открытая эмоция, больше относится к американской среде. Вышеуказанные в исследовании слова лорда Честерфилда о том, что британскому джентльмену лучше улыбаться, а не смеяться, еще раз подтверждают эту гипотезу. Жители США более открыто выражают свои эмоции, и смех как одно из таких эмоциональных состояний именно по этой причине лучше репрезентирован в языке. Более того, в американской модели коммуникативного поведения смех оказывается особенно релевантным: британской культуре характерна сдержанность в проявлении эмоций, поэтому смех приходится сдерживать или смеяться осознанно с невысокой степенью интенсивности (*to chuckle, to giggle*, то есть хохотать или хихитать). Таким образом, очевидно, что британцы склонны контролировать и смех как эмоциональную реакцию, не выражая ее очень открыто. В британском варианте существует и эмоциональный глагол *to guffaw* (буквально: ржать, громко смеяться), но он несет в себе отрицательную коннотацию и презрение по отношению к громкому смеху.

Исходя из данных, полученных в процессе корпусного анализа, можно говорить об эмотивных компонентах слов, которые и создают эмоциональную окрашенность лексики. Таким образом, улыбка и смех становятся социально объективированными сквозь призму языка.

Отметим, что вышеуказанные черты британского и американского национального характера являются отправным пунктом при анализе языковых средств выражения изучаемых эмоциональных концептов, так как они раскрывают этноспецифические особенности.

В пределах британского и американского национального опыта носители двух данных лингвокультур соответственно выражают свои эмоциональные

состояния, возможно, не признавая существование таких особенностей. Столь яркая выраженность в американском варианте языка и отсутствие в британском диалекте одних и тех же изучаемых словосочетаний, таким образом, обусловлены экстралингвистическими факторами, культурными особенностями и различиями в мышлении. Вариант английского языка, являясь памятью народа, фиксирует все изменения и аккумулирует в себе все нюансы. Действительно, что в нем отражены все социально-культурные предпосылки и стиль мышления: язык – это словесная фотография народа. Следовательно, накопление релевантной для изучения информации предполагает создание баз хранения, которыми выступает корпуса. Несмотря на новизну корпусного подхода, итоги оказываются репрезентативными. Следует также признать, что эффективность корпусного подхода не исчерпывается лишь статистическими данными: количественные характеристики бессмысленны без лингвистической мотивированности и интерпретации. Оказалось, что для получения более показательных примеров и большей информации о языковых явлениях необходимо обращаться к крупным корпусам, как *The Corpus of Global Web-based English*, так как он включает в себя корпуса 20 вариантов английского языка, и согласно его данным, можно прийти как к количественным показателям, так и осуществлять анализ на основании представленных текстов.

Таким образом, опираясь на числовые данные корпусного анализа и попытку интерпретации, можно с достаточной точностью говорить о более многозначной, многочисленной и многогранной вербализации концептов *smile*, *laugh* в американском варианте английского языка. Корпус языка позволил нам верифицировать нашу лингвистическую гипотезу. Исходя из количественных и качественных характеристик проанализированных средств выражения концептов, можно говорить культурной и социальной специфике лексико-фразеологической сочетаемости. Именно представления о мире, характерные для определенного народа вызывают разные стилистические оттенки. Огромное количество репрезентаций на уровне слов, словосочетаний и устойчивых выражений говорит

о значимости концептов в сознании носителей британского и американского вариантов английского языка, а их культурная маркированность обусловлена солциолингвистическими параметрами. Причину избыточности лексических единиц в одном варианте языка и их незначительное количество или отсутствие в другом варианте можно объяснить влиянием этих параметров. Существование языка невозможно вне экстралингвистического окружения, реальности, сформированной как эмоциональным опытом, так и социокультурными особенностями среды²⁶³.

Различия в интерпретации одних и тех же эмоциональных переживаний обоснованы как особенностями мышления и восприятия действительности, так и намеченными тенденциями в изменении языка. В этой связи стоит говорить о таком явлении, как глобализация английского языка, которая во многом определяет возникновение новых способов выражения мысли и накладывает свой отпечаток на британский вариант английского языка. Учитывая влияние этого процесса на лексическом уровне, можно отметить и его воздействие на уровне культуры: сознание носителей британского варианта английского языка претерпевает значительные изменения. Возникают новые формы слов или словосочетания, которые вытесняют существующие. Более того, некоторые вербальные знаки приобретают новые эмоционально-окрашенные коннотации. Этот неизбежный процесс можно объяснить динамикой развития английского языка как средства коммуникации.

Несмотря на существующие различия слов и словосочетаний, выявленные в процессе обращения к корпусам английского языка, остаются некоторые вопросы, ответы на которые до сих пор не найдены. Во-первых, это аспект, касающийся вариативности языка. Очевидно, что социальная среда накладывает свой отпечаток на язык, но вопрос о закономерности появления тех или иных форм языка и причин, обусловивших такое развитие языка, на сегодняшний день остается риторическим. Справедливо ли утверждать, что варианты английского

²⁶³ Тер-Минасова С.Г. Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах. М., 2004. с.124

языка возникают в связи с разобщением или непониманием между индивидами, проживающими в разных географических областях? Возможно, вычленение отдельных разновидностей связано со стремлением к самобытности. Мы обратились к изучению репрезентаций интересующих нас концептов с целью выявить эти различия и основывались на положении, принимая во внимание позицию Э. Сепира о том, что нет значительной разницы между диалектом и собственно «языком»²⁶⁴. Можно рассматривать диалектальное расхождение как искажение стандартной нормы или ее нарушение. Все единицы лексического уровня являются важнейшим инструментом исследования вариативности, и они способны отражать новые значения или их оттенки, а также изменения в процессе эволюционного развития слова.

Британский и американский варианты английского языка, таким образом, становятся важнейшими зеркалами и хранилищами двух лингвокультур, отражающими все минимальные особенности, аккумулирующими возникшие в процессе развития языка изменения и формирующими сознание их носителей. Средства выражения эмоций закреплены у нас в сознании и связаны с определенными эмоциональными реакциями. Более того, можно предположить, что эмоция генерирует новые смыслы и порождает новые идеи. Таким образом, человек становится носителем эмоций и «эмоциональным животным», если можно так выразиться, ссылаясь на слова Аристотеля о человеке как о политическом животном.

Согласно данным, полученным в результате исследования вариативности репрезентаций *smile*, *laugh* в двух вариантах языка, оба эмоциональных концепта предстают важнейшими критериями изучения менталитета. Несмотря на заметную разницу количества номинантов, репрезентирующих концепты в двух лингвокультурах, существуют различия и в семантике улыбки и смеха и их восприятии среди говорящих на разных вариантах английского языка.

²⁶⁴ Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. С.216

Если переформулировать мысль Бернарда Шоу об американцах и британцах как двух народах, разделенных общим языком, то можно сказать, что это два этноса, объединенных разными улыбками. Для того, чтобы удостовериться в данном положении, необходимо обратиться к самим носителям этих двух вариантов языка и оценить взаимовлияние двух лингвокультур.

3.2. Лингвистический эксперимент

Survey “*Smile, laugh concepts in British and American English*”

Помимо этимологического, корпусного и лексикографического анализа единиц, репрезентирующих концепты *smile, laugh*, представляется необходимым провести лингвистический эксперимент с участием носителей британского и американского вариантов английского языка, что позволит собрать личное мнение представителей данных лингвокультур относительно изучаемых явлений.

Процедура проведения эксперимента предусматривала письменный опрос и обобщение полученных данных. В эксперименте приняли участие 50 носителей американского и британского вариантов английского языка (25 носителей каждого варианта), которые являются представителями разных социальных групп (преподаватели, студенты, предприниматели, служащие) и для которых родным языком является английский. Время проведения эксперимента: январь – апрель 2015 года. Для участия в эксперименте необходимо было пройти по ссылке <https://www.esurveycreator.com/s/9c3507f> (на данный момент срок действия ссылки истек, так как эксперимент завершен) и ответить на размещенные на сайте вопросы. Некоторые респонденты отправили ответы на вопросы по электронной почте.

В ходе эксперимента информантам предлагалось определить и перечислить все слова и словосочетания, актуализирующие концепты *smile* и *laugh*, выявить наиболее употребительные номинанты концептов, а также указать, какие репрезентанты относятся к британскому варианту и какие – к американскому. Более того, респондентам были заданы более общие вопросы:

- *From your point of view, which variety of English is more emotional (in terms of expressing emotions, such as “smile” and “laugh” in the language: American English or British English? Why?*
- *Do you think there is a tendency towards “globalization of the language” regarding the usage? (Is it really true that many expressions pertaining to American English are becoming more and more acceptable among the British? Why or why not?)*
- *Please give some evidential support or examples of “smile, laugh” emotional expressions which are widely used in British/American English.*

Полученные данные показывают, что концепты *smile, laugh* занимают важное место в сознании носителей английского языка. Во-первых, необходимо сопоставить количество единиц, репрезентирующих изучаемые концепты: представители британской лингвокультуры в среднем называли от 5 до 10 слов и словосочетаний, в то время как носители американского варианта указали в среднем около 15-20 выражений. По мнению британцев, самыми употребительными номинантами данных концептов являются глаголы *to smile, to laugh, to giggle, to smirk, to chuckle, to guffaw, to titter, to roll in the aisles*. В свою очередь, помимо указанных британцами репрезентантов, американские информанты называли *to snort, to roar, to shriek, to hee-haw, to tee-hee, to burst out laughing, to crack your jaw, to howl with laughter, to chortle*, что говорит о большей интенсивности данной эмоции с точки зрения градации внутри синонимического ряда у представителей американского варианта.

Благодаря этому опросу были выделены лексические единицы, к которым мы не обращались в процессе исследования и которые также стоит отнести к лексико-семантической группе «смех»: *to chortle, to howl (with laughter), to hoot (with laughter), to roll in the aisles, to choke with laughter, to die with laughter, to split one's sides with laughter; to hee-haw u to tee-hee*. Они также передают разные значения смеха различной интенсивности: *to chortle* – хихикать, засмеяться сдавленным смехом; *to howl (with laughter)* синонимично *to burst out laughing*, т.е.

разразиться смехом; *to hoot (with laughter)* – громко засмеяться; *to roll in the aisles* – кататься со смеху; *to die with laughter/split one's sides/to choke with laughter* – лопнуть/надрываться/задохнуться от хохота; *to hee-haw* – громко и грубо хохотать (ономатопическое образование – имитирует крик осла), *to tee-hee* – хихикать (также ономатопическое образование, передает реальные звуки тихого хихиканья). Помимо указанных лексических единиц, в ходе опроса американских информантов были также выявлены атрибутивные словосочетания *a catching smile* («заразительная улыбка»), *a pleased smile* («вежливая улыбка»), *a strained/insincere smile* («неискренняя/выдавленная/натяннутая улыбка»), *a brittle laughter* («звонкий смех с преобладанием высоких тонов»), *a Homeric/uncontrollable/unrestrained laughter* («безудержный смех»), *a shrill laughter* («звонкий/громкий смех»), последние из которых свидетельствуют о высокой интенсивности смеха, открытости и свободном выражении эмоций.

Необходимо обратиться и к идиомам, указанным носителями британского языка: именно британские респонденты указывали большинство идиом (в среднем 3-5 выражений, в одном из ответов – 15 идиом). Что касается ономатопических образований, таких как *hahaha* и *hehehe*, то их указывали в основном американские информанты.

Отметим, что британские респонденты в большинстве случаев составляли ряд синонимичных базовых номинантов концептов *smile*, *laugh*, а затем представляли несколько идиом или примеров предложений с идиомами, на их взгляд, наиболее употребительными в британском варианте: *to cackle like a witch*, *got a fit of giggles and couldn't stop*, *a ghost of a smile* («еле заметная/натяннутая улыбка»), *to break into smile* («улыбнуться»), *to smile from ear to ear*, *to be all smiles*, *to be wreathed in smiles*, *to grin like a Cheshire cat*, *to split one's sides (with laughter)*, *to kill oneself laughing (to kill oneself with laughter)*, *to be in fits of laughter*, *no mood for laughter*, *to be in hysterics*, *are you having a laugh?* *to laugh ones's head off*. Как мы видим, указанные примеры вербализации концептов говорят о важности фразеологизмов и идиоматических выражений в сознании британцев.

Некоторые респонденты указывали и устаревшие выражения, к примеру, *she is a hoot*, отметив, что оно типично для британского английского языка, но в то же время является анахроничным. В ходе опроса многие британские информанты называли и атрибутивные словосочетания с базовыми номинантами *a happy smile, a hypocritical smile* («лицемерная улыбка»), *a silly smile, a belly laugh, a humourless laugh, a mirthless laugh, a toothy grin*. Вполне естественным оказывается наличие номинанта *to guffaw* у шотландских респондентов, так как этот глагол шотландского происхождения. Удивительно, какую национальность указал один шотландский респондент: *British geographically, Scottish emotionally* (географически – британец, эмоционально – шотландец). Таким образом, подчеркивается некоторая сдержанность британского характера и в словесном выражении эмоций. Несмотря на тот факт, что шотландцы территориально принадлежат Великобритании, они считают себя более открытыми по характеру. Благодаря опросу была выявлена еще одна идиома *to laugh like a hyena*, которую назвали британские информанты. Действительно, существование такой идиомы обусловлено характерным для гиены криком, похожим на смех человека.

Слова и словосочетания, относящиеся к фамильярно-разговорному стилю, отмечали в основном американские информанты (*I died/ dying, to break out, to bust a gut* - помирать со смеху, угорать), а в ряде словосочетаний они отмечали, в отличие от британцев, сокращения и аббревиатуры, часто используемые в переписках: *L.O.L. или LOLOLOLOL* (*laugh out loud*, второе выражает еще большую интенсивность), *R.O.F.L. (rolling on floor laughing)* и вульгаризм *L.M.A.O. (laughing my a** off)*. Более того, носители американского английского называли слово *cheese* (которое произносят для появления улыбки на лице при фотографировании), пословицу *Laughter is the best medicine* («Смех – лучшее лекарство»). Примечательно, что один из информантов также выделил выражение *laughter yoga* («йога смеха», оздоровительная йога-практика), что также позволяет говорить о целительной силе смеха, о которой шла речь при рассмотрении этимологии репрезентанта *laugh*. Некоторые представители американского

варианта обосновывали отличие или близость концептов «улыбка» и «смех»: по выражению одних, «смех» - «продолжение улыбки», а по мнению других, природа возникновения смеха и улыбки как эмоциональных реакций различна.

Необходимо обратиться и к представленным из американских песен строчкам об улыбке: *Smile when your heart is breaking, smile even though it's aching* (песня *Smile* из репертуара *Nat King Cole* на музыку Чарли Чаплина). Неслучайно именно американский информант указал строчки из этой песни, отмечая необходимость «улыбаться всегда». Выражение *to keep smiling*, которое называли преимущественно американские респонденты, является неким американским девизом: нужно продолжать улыбаться при любых обстоятельствах. Результаты первого этапа лингвистического эксперимента (выявление репрезентантов концептов) позволяют сделать выводы относительно репрезентации концепта и его лексико-семантического поля. Итак, в сознании британцев концепты более образны, что и подтверждается идиоматическими выражениями, однако американские информанты склонны представлять больше словосочетаний, репрезентирующих изучаемые концепты. По характеру тех номинантов, которые представлены в ряду носителей британского варианта, можно предположить, что они более сдержанно выражают свои эмоции и не стремятся показать свою увлеченность данным языковым явлением. Британские респонденты указывают как наиболее распространенные глаголы, вербализующие концепты, так и устаревшие слова. Напротив, американские информанты более открыто выражают свои эмоции, представляя также и словосочетания, относящиеся исключительно к разговорному стилю. В сознании носителей американского варианта возникают и пословицы, связанные со смехом, а также строчки из песен. Отметим, что такие ассоциации отсутствуют в ответах британских информантов.

В ходе второго этапа лингвистического эксперимента информанты ответили на более общие вопросы для выявления мнения о степени эмоциональности американского/британского вариантов английского языка и возможных причинах употребительности/малоупотребительности указанных ими

выражений. Анализ ответов на представленные выше вопросы показал, что американские информанты стремились оправдать более высокую частотность словосочетаний, репрезентирующих концепты *smile*, *laugh* в американском варианте языка. Во-первых, немаловажным является и объем ответов американцев, который значительно превышает объем комментариев британцев. В большинстве случаев американские информанты считают более эмоциональным американский вариант языка, ссылаясь на то, что в британской лингвокультуре больше сдержанности в проявлении эмоций. Однако они, в свою очередь, сообщали о том, что не владеют британским английским и не могут с точностью сказать, какие именно выражения относятся к британскому варианту. Среди ответов на вопрос об эмоциональности мы найдем следующие:

- *Я знаком только с американским вариантом языка и думаю, что он более эмоциональный.*
- *В американском варианте больше выражений, связанных с концептами «улыбка, смех», следовательно, он более эмоциональный.*
- *В американской культуре меньше сдержанности. Думаю, американский вариант языка более эмоциональный.*

Отметим, что большинство британских респондентов, как правило, уходило от ответа на этот вопрос. Несмотря на скепсис, выраженный в ответах некоторых британских респондентов, есть и следующие комментарии:

- *Думаю, у британцев более развитое чувство юмора, и они передают больше разных оттенков *smile*, *laugh*.*
- *В целом, американский вариант языка более примитивен. Британский вариант языка – показатель сдержанности и меньшей прямолинейности. Однако, это лишь общие суждения. Много зависит от индивидуального восприятия.*
- *На мой взгляд, в британском варианте более глубоко укоренившиеся нормы, которые сводятся к использованию выражений, вербализующих концепты *smile*, *laugh*. Кроме того, больше встречается словосочетаний с*

улыбкой, а не смехом. С моей точки зрения, использование тех или иных выражений в американском варианте языка связано с существующими тенденциями (их появление в цитатах и фильмах). Они более искусственны и обусловлены «модой».

- *В американской национальной культуре существует стереотип «быть приветливым, быть открытым, выражать свои эмоции и улыбаться вне зависимости от степени искренности». Это лишь мое мнение, которое сложилось в результате длительного дружеского и делового общения с представителями американской культуры. Что касается английского языка, то оба варианта передают яркую палитру оттенков smile, laugh и сложно сказать, в каком из вариантов слов, словосочетаний и идиом больше.*
- *На мой взгляд, американский английский – более эмоциональный. Это обусловлено влиянием американских ситкомов и американского сленга. Американцы более открыты и приветливы, и это проявляется в их общении с незнакомыми им людьми. Британцы более сдержанны (особенно с незнакомцами). Мы стараемся избегать визуального контакта любой ценой (взять хотя бы утренний поезд как пример проблемы визуального контакта).*

Таким образом, британские информанты указывают на «искусственность», «неискренность» в проявлении эмоций у американских коллег. Носители британского английского подтверждают сдержанность в проявлении эмоций и отмечают, что большинство выражений уходит своими корнями глубоко в историю языка, в британский вариант, в то время как новые словосочетания связаны с веяниями моды. Как и отмечалось ранее, британские респонденты подтверждают мысль о том, что американцы более открыты в проявлении чувств и эмоций.

Отметим, что британские информанты акцентируют внимание на улыбке как основной эмоции, относящейся к концептам «улыбка, смех», обозначая

большее количество словосочетаний, актуализирующих данный концепт, именно с «улыбкой». Несмотря на то, что улыбка – важнейший знак и компонент общения в американской культуре, смех имеет важную роль и представлен ярче в американской языковой картине мира. Отметим также, что британские респонденты считают американский вариант языка более простым и прямолинейным, в отличие от британского. Это мнение подтверждается словами и выражениями разговорного стиля, которые привели американские информанты. Несмотря на сдержанность в проявлении эмоций, британские респонденты указывают на вариативность восприятия британского юмора и его многогранность в отличие от американской манеры шутить прямолинейно.

Рассмотрим комментарии носителей американского варианта и выявим основные положения. Некоторые информанты «политкорректно» признались, что имеют мало сведений о британском варианте языка и считают неуместным судить о том, какой из вариантов более эмоциональный. Один из респондентов отмечает важность смеха в американской культуре, в особенности среди молодого поколения, школьников, студентов:

- *Не всегда словесное выражение улыбки и смеха можно считать эмоциональным. Возможно, данная тенденция связана с использованием смартфонов. Нас засыпают смешными сообщениями, изображениями, видео и подобными материалами в разных социальных сетях, таких как Snapchat, Tumblr, Facebook, Instagram, Vine и т.д. Зачастую смех сведен к простому lol, и человеку не обязательно громко смеяться, выражая при этом реальную эмоцию. Если я нахожусь в общественном месте, я буду стараться сохранить невозмутимый вид или просто улыбаться, смотря в телефон. И все же в американском варианте английского языка использование того или иного слова в значительной степени зависит от конкретного случая. По моему опыту, за словом часто скрывается не та эмоция, которая передается. Оно может быть не столь поэтически эмоционально.*

Исходя из ответов американских респондентов можно сделать вывод о том, что выражение эмоций посредством различных сокращений, используемых в переписках, не всегда является точным в плане передачи оттенков. Так как данные словосочетания общеупотребительны и частотны, они необязательно передают эмоцию с изначальной коннотацией, поэтому их часто утрируют.

Далее проанализируем ответы на вопрос о глобализации и влиянии американского варианта. Большинство американских респондентов воздержались от ответа на данный вопрос, отметив, что незнакомы с британским вариантом и не могут оценить влияние американского варианта или представить исконно британские выражения. Однако они указывают на причины возможного влияния американского кинематографа, так как, по их мнению, именно кино играет большую роль в формировании сознания. Если учесть, что британцы смотрят преимущественно американские фильмы, а американцы предпочитают британскому кинематографу американский, влияние американского варианта значительнее. Можно сделать вывод, что в язык британцев проникают выражения из американских фильмов, то есть идея глобализации подтверждается. Более того, американские респонденты отмечают важную роль Интернета в жизни британцев и американцев:

- *Английский язык претерпевает изменения. Происходит глобализация в связи с социальными медиа и с Интернетом, который становится массовым средством международной коммуникации. Примером может служить слово *hella*, которое изначально употреблялось в Калифорнии, в области залива Сан-Франциско, и обозначало «весьма, очень». Сегодня оно является общеупотребительным в Америке и в Канаде и имеет коннотации «нереально», «очень» и «исключительно».*
- *Глобализация происходит и на языковом уровне посредством Интернета и социальных сетей. К примеру, выражение *hahaha* давно повсеместно используется.*

Рассмотрев ответы американских информантов, можно прийти к выводу о

том, что глобализация на языковом уровне очевидна и связана преимущественно с распространением массовой культуры и развитием средств массовой информации, поэтому проникновение в британский вариант выражений из американского английского неизбежно.

В свою очередь, британские респонденты отмечают влияние американского телевидения, то есть комедий и ситкомов, влияние американской музыки и, выражая некое презрение к происходящему, большинство информантов утверждают, что это необратимый процесс. Кроме того, они добавляют, что старшему поколению сложнее всего воспринимать подобные изменения, так как, в целом, именно молодежь использует новые слова и словосочетания. Важным представляется отметить и ответы тех респондентов, которые предпочитают избегать использование американизмов в устной и письменной речи. Они указывают на тенденцию обеднения языка в связи с упрощением единиц, относящихся к изучаемым концептам. Более того, глобализация влечет за собой исчезновение идиом и фразеологизмов, так как носители языка стремятся упростить язык и свести «образность» к минимуму. Большинство британских информантов с сожалением ответили на этот вопрос, но не воздержались от комментариев:

- *Да, глобализация однозначно влияет на британский вариант языка. Все больше и больше американских слов и словосочетаний становятся общеупотребительными и в Великобритании. Сложно сказать, все ли они однозначно «приняты» носителями британского варианта языка. В основном, американизмы используют подростки, которые хотят показаться «крутыми». Иногда представители молодого поколения используют такие выражения, чтобы их не поняли родители. Мне подобные словосочетания представляются глупыми, бестактными и не передающими всю палитру чувств.*
- *В последнее время некоторые американизмы так закрепились в британском варианте языка, что многие носители языка даже не*

осознают, что они изначально были распространены в Америке. Могут называть *to crack a smile* (исконно американское), *to smile out of the other side of one's mouth* и *to get the last laugh*.

Благодаря проведенному лингвистическому эксперименту, были явлены новые единицы, ранее не обнаруженные в результате анализа словарных статей. Носители обоих вариантов английского языка представили фрагменты своего восприятия языковой картины мира, что позволяет сделать ряд выводов. Эксперимент показал, что ассоциативный ряд слов и словосочетаний, которые репрезентируют концепты *smile*, *laugh* варьируется от респондента к респонденту, несмотря на общие черты сходства среди представителей британской и американской лингвокультур.

Анализ данных, собранных в процессе лингвистического эксперимента дает нам возможность смоделировать диаграмму с количественными данными.

Диаграмма № 3



На диаграмме № 3 представлены количественные подсчеты ответов, которые давали американские и британские информанты. Слева в диаграмме указаны критерии, по которым оценивались ответы, а сами количественные данные

выражают процентное содержание из общего числа ответов.

Согласно предоставленным данным, можно предположить, что американский вариант языка значительно эмоциональнее британского варианта, что выражено как в мнениях информантах, так и в значительной разнице представленных репрезентаций. Ответы на этот вопрос примечательны тем, что британские респонденты стремились сдержанно ответить на этот вопрос, некоторые из них (3 человека) ушли от ответа. Большинство испытуемых, которые являются носителями американского варианта, признают, что не считают британский вариант языка эмоциональным и связывают это положение с характером представителей британской лингвокультурой и стремлением к сдержанности в степени проявления эмоций в целом. Некоторые американские информанты не открыто выражали мнение о причинах меньшей эмоциональности британского варианта языка, что, вероятно, обусловлено американской тенденцией к политкорректности (*to be politically correct*).

В отношении такого явления, как глобализация английского языка, британские варианты отвечали категорично и показывали свое недовольство этой тенденцией, к примеру, один из респондентов признался, что теперь многим британцам можно не изучать иностранные языки, так как на английском языке говорит огромное количество людей. Американские информанты, напротив, не стремились комментировать ситуацию с глобализацией и формально выражали существование данной тенденции или кратко соглашались с этим мнением. Их ответы на этот вопрос составили значительно меньшее количество наряду с ответами испытуемых – носителей британского варианта языка.

Обращаясь к количеству репрезентаций, представленных в ходе эксперимента, следует отметить высокую степень частотности словосочетаний, указанных американцами: 65 % слов и словосочетаний, которые репрезентируют «улыбку» и «смех» представили именно американские информанты, что также может подтверждать идею о большей эмоциональности американского варианта английского языка. Некоторые респонденты настолько увлеченно и подробно

описывали способы языкового выражения данных концептов, что даже обозначали стилевые разновидности и тенденции, обусловленные, к примеру, возрастом носителей языка, которые используют то или иное выражение. Если говорить о разграничении типично американских и британских репрезентаций, большинство британских респондентов указывали на вербальные средства выражения концептов, которые они относят к американскому варианту, в то время как американские информанты не стремились прокомментировать особенности словосочетаний британского варианта и кратко излагали мнение о том, что не знакомы с британским вариантом языка и не смогут представить типичные словосочетания, репрезентирующие концепты «улыбка» и «смех» в британском английском.

Исходя из ответов на вопрос о влиянии американского варианта языка на британский, американские респонденты старались избегать ответа на данный вопрос или соглашались с этим утверждением, однако не объясняли причин, в чем также прослеживается некая политкорректность и стремление к дипломатичности в выражении мнения. Возможно, эта ситуация кажется для них настолько привычной, что они не стремятся обосновывать причины влияния одного варианта языка на другой.

Британские респонденты, напротив, отмечали влияние американского вариант, и большинство из них подробно прокомментировали особенности влияния и предпосылки, которые привели, к примеру, к упрощению тех или иных словесных обозначений с развитием технологий и с массовым распространением американского кинематографа, который играет большую роль в формировании сознания современной молодежи в мире. Однако касательно негативной или положительной оценок этого явления, мнения британских респондентов разделились. Часть испытуемых скептически отнеслась к этому положению и объяснила причины негативного воздействия на британский вариант языка американских средствами массовой информации. Остальные британские информанты, напротив, отмечали новые возможности общения и

переосмысление, например, определенных коннотаций или упрощение некоторых способов выражения эмоций (существование акронимов применительно к словесному выражению концептов «улыбка» и «смех»).

Результаты данного эксперимента подтверждают сложную и многогранную структуру эмоциональных концептов *smile, laugh*. Несмотря на индивидуальность восприятия концептов носителями разными вариантами английского языка, можно обобщить данные и представить следующие итоги опроса:

- Британский вариант английского языка более идиоматичен. Мышление британских информантов более образно.
- Исходя из представленных единиц, вербализующих концепты, можно предположить, что британцы более сдержанны в проявлении эмоций, в то время как американские респонденты более открыты и прямолинейны в выражении чувств.
- Слова и словосочетания, представленные американскими информантами, указывают на высокую интенсивность данной эмоции с точки зрения градации внутри синонимического ряда у носителей американского варианта.
- Большинство разговорных выражений относится к американскому варианту английского языка, что обусловлено влиянием американского кинематографа и Интернета на сознание носителей британского варианта.
- Американский вариант английского языка более эмоционален.
- Подтверждается идея глобализации на языковом уровне, а также влияние массовой культуры на сознание представителей британского варианта английского языка.
- В связи с глобализацией и упрощением английского языка из обихода уходят идиомы; намечена тенденция замещения составных конструкций сокращениями и аббревиатурами.
- В американском варианте языка зачастую за словом и словосочетанием стоит искусственная эмоция, так как улыбка и смех бывают

преувеличены как эмоции для поддержания делового контакта или демонстрации преуспевания или доброжелательности.

- Появление новых слов и словосочетаний в британском варианте часто связано с веяниями моды и появлением новых цитат, песен и фильмов.
- Концепты *smile*, *laugh* более ярко выражены в американском варианте языка в связи с особым местом улыбки в американском обществе: улыбка есть важнейший символ и компонент общения.

3.3. Тенденции актуализации *smile*, *laugh* в британском и американском вариантах английского языка

На сегодняшний день наметились определенные тенденции в отношении актуализации концептов *smile*, *laugh* и их восприятия носителями двух вариантов английского языка. В связи с явлением глобализации улыбка и смех становятся универсальными при объективации посредством лексико-фразеологических средств, так как границы между британским и американским вариантами размываются. Если раньше в Великобритании было принято считать, что улыбка является невербальным сигналом, выражающим вежливость и скромность, необходимым для британского джентльмена, чтобы продемонстрировать свою любезность, воспитанность и хорошие манеры, то сегодня она все больше расценивается как общепринятый способ проявления своей доброжелательности и благосклонности, что больше характеризовало изначало американский вариант. Именно с этой причиной стоит связывать значительное количество средств репрезентации эмоционального концепта *smile* как в британском корпусе английского языка, так и согласно данным, представленным носителями британского варианта языка в ходе лингвистического эксперимента. Однако существует мнение, что согласно данным британских психологов, «социальная» и «протокольная» улыбка в Великобритании в последнее время выражается не так

часто, как раньше²⁶⁵. Возможно, это связано с тенденцией воспринимать американскую улыбку как *a phony/false/artificial smile*, то есть как неискреннюю улыбку, поэтому представители британской лингвокультуры стремятся исключить фальшь и подделанную улыбку.

Помимо глобального характера, который приобретают концепты *smile*, *laugh*, очевидно также стремление носителями языка выражать эмоциональные состояния минимальным количеством языковых средств. С развитием технологий и электронной коммуникации в XXI веке графические обозначения начинают замещать словесное выражение эмоций, что проявляется и в репрезентации концептов «улыбка» и «смех». Многие носители английского языка (как британского, так и американского варианта) используют в электронной переписке смайлики или смайлы. «Смайл происходит от английского *smile* (улыбаться), однако не в полной мере охватывает весь спектр эмоций, которые пользователи могут выразить при помощи графического выражения»²⁶⁶. Эмотиконами принято считать некие пиктограммы, отражающие разные человеческие эмоции²⁶⁷. Смайлики, как правило, передают разные оттенки улыбки и смеха. К такому способу выражения эмоций смеха и улыбка носители английского языка прибегают с целью упростить высказывание. Более того, быстрые ритмы жизни в больших городах также оказывают свое влияние на сознание человека, поэтому ему приходится использовать акронимы, условные графические обозначения, то есть краткие способы передачи мысли. Любую эмоцию стремятся передать лаконично и четко. Можно предположить, что упрощение высказываний свидетельствует и о сужении сознании носителей языка, вернее, о том, что мысль опереживает слово.

Сегодня смайлик представляет собой целую палитру разных *smiles u laughs* (Рисунок №1):

²⁶⁵ Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. с. 246

²⁶⁶ Мишиева Е.М. Дискурсивные маркеры в молодежной онлайн-коммуникации (на материале английского языка): дис.канд.фил.наук:10.02.04/Мишиева Е.М. – М., 2015. – с.108

²⁶⁷ Там же. с.108



Примечательно, что емоji (эмотиконы) с появлением смартфонов заменили иные графические обозначения. К примеру, улыбка в последнее десятилетие обозначалась следующими способами, многие из которых до сих пор применяются при написании сообщений или электронных писем:

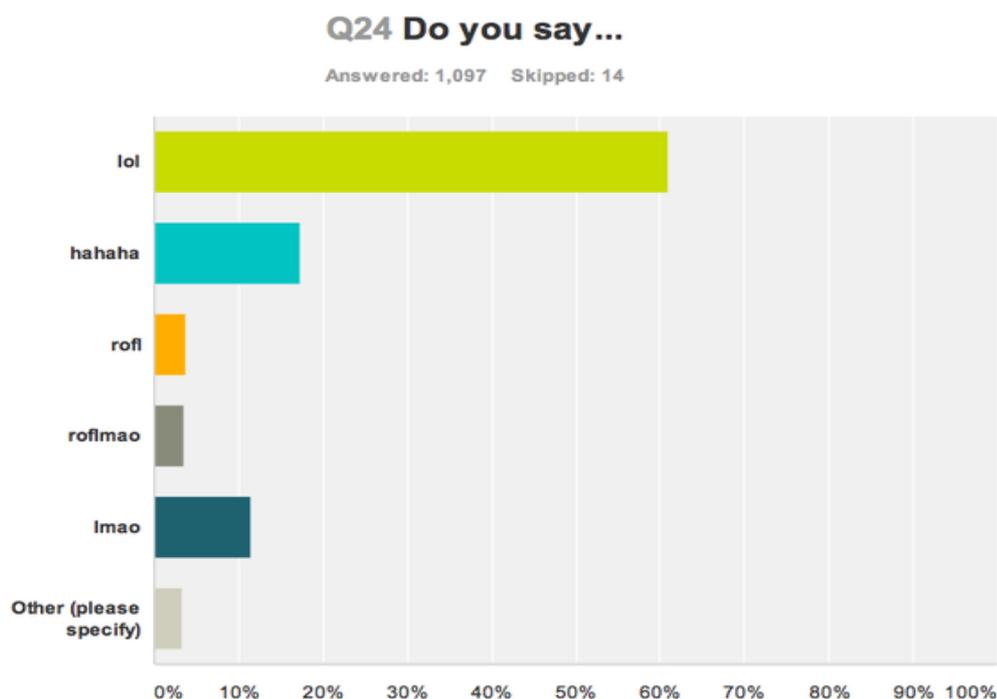
- :) улыбается
- ;) подмигивает
- XD или :-D радостно смеется
-)) или :-) или))) или :-))) или :D смеется
- :-\ усмехается
-) вежливо улыбается

Все чаще и чаще применяются именно эмотиконы, в то время как некоторые из иных вышеуказанных обозначений до сих пор сохранились. Эти графические способы выражения эмоций подразумевают «прочтение» под углом 90 градусов. К примеру, для завершения предложения или мысли можно поставить знак) т.е. скобку, чтобы выразить доброжелательность. Вероятно, этот знак следует интерпретировать как графическое обозначение вежливой улыбки, а не выражение эмоционального отношения. В электронной переписке часто руководствуются принципом использовать эмотиконы для выражения своих эмоций. Сегодня они настолько повсеместны, что странным оказывается полное отсутствие смайликов в электронном общении (хотя многое зависит и от адресата, т.е. если адресант находится с ним в дружеских отношениях, и от ситуации, в которой тот или иной эмотикон применяется). Существует и иная тенденция: не

всегда использованные смайлики соответствуют настроению собеседника и утрачивают свое первоначальное значение выражения улыбки. Отметим и тот факт, что применение разного количества смайликов также выражает степень проявления эмоции: от улыбки или широкой улыбки до громкого смеха. Бытует мнение, что частое использование смайликов свидетельствует о некой фамильярности и даже инфантильности собеседника и зачастую раздражает адресата.

Помимо вышеуказанных смайликов, существуют также иные способы обозначения смеха в электронном общении. Интересные сведения были получены в результате интернет-опроса (рисунок №2) англоязычных пользователей на сайте американского журнала The Atlantic²⁶⁸:

Рисунок №2



Наиболее интересными сведениями поделились те пользователи, которые выделяли не указанные в опросе акронимы и междометия. Они отмечали вариативность в использовании данных категорий: от разницы в написании (*haha*, *hehe*, *he*, *hahahaha*, *BWAAAAAhahaha*, *ahahahahahahahahahahahahahahahah*) до

²⁶⁸ Garber M. 'LeL,' 'Nyahahaha,' 'U Wat Brah': the Creative Ways We Laugh Online//The Atlantic.URL: <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/07/lel-nyahahaha-o-boy-the-creative-ways-we-laugh-online/374531/>
Дата обращения: 27.10.2014

различных вариантов других единиц (*lel*, *LMAO*, *ROFL*, *roflwaf*, *roflmfao*, *lqtm*, *u wat brah*, *nyahahaha*). Большинство из них представляют собой вариации стандартных вариантов ономотопических образований (*ha*, *haha*, *huh*) и являются эмоционально окрашенными междометиями, некоторые из которых усиливают интенсивность и свидетельствуют о «громком смехе». К примеру, указанные в таблице *Rofl!* (или *R.O.F.L.*, *rofl*) и вульгаризм *L.M.A.O.* (*lmao*, *laughing my a** off*), которые называли и американские американские респонденты в процессе проведения нашего лингвистического эксперимента, обозначают («громко смеяться», «безудержно хохотать» или «покатываться со смеху» - *to roll on floor laughing*), *L.O.L.* (или *LOLOLOLOL*, выражающее еще большую интенсивность) является сокращенной формой *to laugh out loud*. Примечательно, что форму акронима приобрели и такие выражения, как *to laugh quietly to myself*. Акроним *Lel* идентичен *Lol* и также используется, наряду с *lol* для выражения *to laugh out loud*. Еще одним акронимом, выражающим «онлайн-смех» и относящимся к американскому слэнгу, является образование вульгаризм *ROFLMAO* (*roflmao*) – *Rolling On the Floor Laughing My A** Off* (также «разрываться от смеха, «покатываться от смеха/хохота»). Отметим, что во всех вышеуказанных вариантах заглавные буквы могут говорить о степени громкости смеха.

Ahah в последнее время утратило свой первоначальный смысл, в котором выступало как междометие, обозначающее реальный смех онлайн. В большинстве случаев при написании «ахах» человек не обязательно смеется, и сегодня это может трактоваться как обычная реакция на чью-либо реплику.

По мнению Д. Кристалла, известного британского лингвиста, электронная среда общения напрямую оказывает влияние на формы словесного выражения мысли, видоизменяя и замещая привычные вербальные знаки. В первую очередь,

это замечание справедливо для английского языка, так как его доля в электронной коммуникации составляет 70%²⁶⁹.

Обращаясь к электронным средствам коммуникации, можно также выделить необычную рекламную кампанию *Laughter Chain*, проведенную посредством программного обеспечения *Skype* в 2008 году с целью продвижения *Skype* как уникального приложения и инструмента для бесплатных звонков по всему миру. Используя веб-камеру и микрофон, пользователям предлагалось зайти в приложение *Skype* и подключиться к «цепочке смеха», записав свой смех. Таким образом, был создан оригинальный видеоклип длительностью 1 час 8 минут, демонстрирующий *laughter chain*, героями которого выступили люди разных возрастов. Этот материал наглядно говорит о том, что, несмотря на разные социальные категории (гендер, возраст, раса, национальность), смех способен объединять представителей разных культур. Любой человек мог включиться в эту «цепную реакцию смеха», просмотрев предыдущего пользователя. Первым смеющимся оказался младенец, что неудивительно: детский смех – самый заливистый и заразительный. Представлены разные по степени своей интенсивности виды смеха. Эта рекламная кампания – пример не только неординарного маркетингового решения, но и формула единства смеха в его многообразии. Таким образом, смех, являясь и универсальным, и культурно специфичным, способен быть инструментом объединения представителей разных этносов и лингвокультур.

Несмотря на явление глобализации, наблюдается также тенденция взаимовлияния британского и американского вариантов английского языка. Известно, что каждый из вариантов языка социолингвистически обусловлен как языковое образование и имеет определенные черты, которые отличают его от других разновидностей языка. При выделении одного из вариантов происходят такие явления, как аккультурация, то есть закрепление форм в рамках

²⁶⁹ Рязанцева Т.И. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерно-опосредованного общения//Вестник Московского университета. Сер.19 Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. - №1. – с. 202-211.

определенного этноса с присвоением типологических, культурно специфических черт. Важно принимать эти варианты языка как естественную динамику в развитии языков и не стремиться рассматривать различия в американском варианте как отступления от британского и ошибки. Признание языковых форм, свойственных британскому и американскому варианту приведет к развитию толерантности на языковом и культурологическом уровне среди носителей английского языка и будет снижать степень разобщения, которую вызывает явление вариативности²⁷⁰.

В наше время происходит вкрапление американизмов в британскую речь и сознание, что часто не одобряется самими носителями британского варианта языка (это подтверждают и данные лингвистического эксперимента). Представители британской культуры также воспринимают такое явление как заимствование упрощенных форм, которые впоследствии становятся просторечиями. Языковые контакты между британским и американским вариантами приводит к смешению форм на лексико-грамматическом уровне. Взаимодействие двух вариантов языка приводит к заимствованию тех или иных лексических средств или синтаксических конструкций, к приобретению новых лингвистических черт и оттенков значений. Границы между вариантами размываются, и становится сложным говорить об одном из вариантов в эпоху «глобанглизации»²⁷¹.

Различия в восприятии особенностей характерных для представителей американской и британской лингвокультур проявляются и в их самосознании. Британцы стремятся интерпретировать свое эмоциональное состояние. В одной из британских статей указывается на важнейшую черту представителей британской лингвокультуры, которую американцы могут не понять: способность

²⁷⁰ Прошина З.Г. Вариантность английского языка и межкультурная коммуникация. Личность. Культура. Общество. (Personality. Culture. Society). Международный журнал социальных и гуманитарных наук. М., 2010. Том XII. Вып. 2. №№ 55-56. с.249

²⁷¹ Кабакчи В.В. Прошина З.Г. В чужой монастырь со своим лингвокультурным уставом: Обращение//Личность. Культура. Общество. М., 2012. Том XIV. Вып. 1 №69-70. с.167

иронизировать и смеяться над самим собой²⁷², что можно считать свидетельством рефлексии и интроспекции.

Понимание между носителями британского и американского вариантов английского языка может быть достигнуто при развитии межкультурной коммуникативной компетенции и правильной интерпретации мыслей и действий собеседника. Важно учитывать социолингвистические параметры и типологические черты, свойственные представителям двух лингвокультур.

Несмотря на возможности интерпретации ментальных конструкторов, следует также обратить внимание на такое явление, как относительность передачи мыслей, которые возникают в сознании говорящего. С точки зрения психолингвистики, любая мысль искажена при обращении в вербальный знак. Таким образом, мысль прекращает свое движение и не развивается, она приобретает лексическую форму и застывает, принимает оболочку слова или словосочетания. Именно по этой причине возникают сложности при анализе национальных форм улыбки и смеха как неких ментальных образований, трансформированных в вербальные сигналы. Неслучайно считается, что невербальные средства, такие как мимические жесты, и эмоциональные реакции в межкультурной коммуникации имеют важную роль при истолковании намерений собеседника и наиболее полно выражают характер и особенности мышления.

3.4. Выводы

В третьей главе была предпринята попытка подробного исследования концептов с учетом корпусного подхода. Установлено, что вариант языка как среда коммуникации способен отражать особенности разных ментальностей. Применяв корпусный подход к изучению базовых номинантов концептов *smile*, *laugh*, с привлечением британских и американских корпусов, мы показали, что наличие одного выражения в британском варианте и его отсутствие в

²⁷² Margolis R. 10 British habits Americans will never understand. URL: <http://www.bbcamerica.com/mind-the-gap/2013/04/04/10-british-habits-americans-will-never-understand/> Дата обращения: 18.02.2015

американском социолингвистически обусловлены, количественные данные позволили нам определить частотность употребления базовых номинантов концептов. Были выявлены наиболее характерные для каждого из вариантов слова и словосочетания, репрезентирующие концепты *smile* и *laugh*. Несмотря на важность количественных характеристик, мы попытались интерпретировать и обосновать полученные результаты, связывая их с экстралингвистическими факторами. Интерпретативный анализ данных с учетом количественных и качественных критериев способствует лучшему пониманию функционирования концептов в двух региональных вариантах английского языка. Высокая частотность объективации концептов и употребления базовых номинантов и словосочетаний свидетельствует об их релевантности для носителей языка. Мы установили, что частотность эмоциональных концептов выше в американском варианте, что говорит о более яркой репрезентации концептов в американской лингвокультуре и о большей характерности эмоциональной лексики для американского варианта.

Мы обосновали результаты корпусного анализа особенностями британского и американского национального характера и эмоциональной сдержанностью представителей британской лингвокультуры. Несмотря на такое положение, улыбка в британской лингвокультуре свидетельствует о вежливости, в то время как в американской лингвокультуре она чаще фигурирует как компонент в сфере обслуживания и как демонстрация доброжелательного отношения к собеседнику. Мы установили, что американскую лингвокультуру характеризует эмотивность. Помимо улыбки, смех как базовая эмоция также больше свойственен представителям американской лингвокультуры: открытое и спонтанное выражение эмоций относится к американской среде. Таким образом, корпусный анализ позволил нам верифицировать лингвистическую гипотезу. Несмотря на универсальный характер большинства человеческих эмоций, существуют и наиболее типичные для каждой лингвокультуры эмоциональные состояния.

Мы также провели эксперимент с участием 50 носителей британского и американского вариантов языка, предполагающий ответы на вопросы. В ходе нашего эксперимента информанты назвали все возможные слова и словосочетания, объективирующие концепты *smile, laugh* и выразили свое личное мнение касательно глобализации английского языка и эмоциональности двух вариантов языка. Благодаря эксперименту, было обнаружено 27 новых лексических единиц, репрезентирующих изучаемые концепты. Согласно итогам эксперимента, британский вариант языка более идиоматичен. Нам удалось установить, что британцы более сдержаны при ответах на вопросы и в проявлении эмоций. Мы обнаружили, что большинство разговорных выражений характерно для американского варианта. Глобализация происходит и на языковом уровне – заметно влияние американской лингвокультуры на британскую.

Нам удалось проследить некие тенденции, наметившиеся в отношении объективации концептов *smile, laugh*. В наше время очевидно стремление упростить выражение эмоции в письменной речи с целью быстрой передачи сообщения и лаконичности.

Смайлики и графические обозначения заменяют разные виды улыбки и смеха. Мы также выделили краткий вербальный способ актуализации концептов посредством ономотопических образований и эмоционально окрашенных междометий разной степени интенсивности. Мы обозначили и тенденцию взаимовлияния британского и американского вариантов языка. Следует также подчеркнуть, что представители двух лингвокультур используют как характерные для их варианта языка выражения, так и относящиеся к другому варианту словосочетания, что связано с постепенным размыванием границ между вариантами.

Исходя из полученных в ходе эксперимента данных, мы пришли к выводу о том, что происходит вкрапление американизмов в британскую речь, что свидетельствует о языковых контактах и смешении форм. Мы считаем, что взаимодействие двух вариантов может расцениваться как положительное и в то

же время отрицательное явление. С одной стороны, происходит упрощение одного из вариантов и поиск более кратких способов передачи эмоционального состояния. С другой стороны, размываются границы между вариантами языка, что влечет за собой влияние на самобытность лингвокультуры.

Несмотря на все перечисленные способы вербализации эмоций, мы также признаем то, что любое языковое выражение эмоции относительно и не передает ее в полной мере, поэтому чаще всего именно по невербальным сигналам можно распознать и интенцию собеседника, и переживаемые им эмоциональные состояния.

Заключение

В настоящем диссертационном исследовании предпринимается попытка выявить возможные способы языкового выражения концептов *smile*, *laugh* на разных уровнях и обозначить экстралингвистические факторы, оказывающие влияние на особенности вербализации этих эмоций в двух вариантах английского языка – британском и американском.

В данной работе под *эмоциональным концептом* понимается сложное ментальное образование, включающее совокупность смыслов, которые вербализованы разными лексико-фразеологическими средствами и содержат значимые для определенной лингвокультуры этноспецифические оценочные и ценностные характеристики. Можно сказать, что концепт – жемчужина научного исследования в любой области. В лингвистической теории концепта также наблюдается вариативность трактовок и восприятия феномена, т.е. в данной научной области также есть соответствующие подходы в зависимости от ответвлений лингвистических направлений. В зависимости от подходов, обозначаются разные способы классификации структуры концепта, его типологии, соотношения концепта и картины мира, концепта в составе концептосферы.

Наиболее важной для нас в языковом отношении является репрезентация концепта (его вербализация, объективация), которая служит более глубинному

пониманию данного явления и позволяет рассмотреть его с позиции реализации, что расширяет его восприятие. Репрезентация дает возможность судить о концепте как мысленном конструкте в сознании представителей определенной культуры.

Необходимо подчеркнуть, что изучение концептов служит выявлению разнообразных связей языка с мышлением и духовной культурой, и полученные результаты могут быть использованы в самых различных областях лингвистической теории и практики. Исследованию подлежат концепты в сознании определенного этноса в целом, в сознании и в языке отдельных групп, а также в индивидуальном сознании. В таком случае изучение предполагает привлечение не только литературного, но также диалектного и исторического материала. Следовательно, изучение концепта способно раскрыть более глубокое понимание культуры и языка и имеет большое значение в постижении языка и особенностей различных культур.

Лексикографические данные, а также данные, полученные в ходе этимологического, корпусного анализа и моделирования лексико-семантического поля, а также лингвистического эксперимента позволяют говорить об объемном содержании концептов *smile*, *laugh* и об их высокой релевантности для носителей английского языка. Всего проанализировано 682 лексические единицы, среди которых 47 паремиологических единиц, 575 репрезентантов извлечено из корпусов и лексикографических источников, 35 единиц составили реплики из кинофильмов и выражения из текстов песен к кинофильмам, и 27 новых единиц было обнаружено при лингвистическом эксперименте с участием носителей английского языка.

Язык эмоций может пролить свет на этноспецифичные переживания представителей определенной лингвокультуры и передать их ценностные доминанты. Изучение эмоциональных концептов *smile*, *laugh* предполагает рассмотрение вопроса об их соотношении. Исследование механизма возникновения этих эмоций у животных и человека дает основание полагать, что

эти мимические реакции у человека с ходом истории слились, поэтому их целесообразно относить к одному классу концептов. В нашей работе «улыбка» и «смех» как химические реакции и психологические явления эволюционируют и постепенно приобретают новые характеристики с течением времени: одни ученые связывают их воедино, в то время как другие разделяют их на два невербальных знака, каждый из которых самостоятелен и должен рассматриваться отдельно. Несмотря на разные трактовки и начала данных эмоций, следует подчеркнуть, что они имеют сходные функции: оба знака являются и важными компонентами общения, и социальными сигналами, обозначающими отсутствие опасности и проявление адаптивного поведения. В рамках этого исследования рассмотрение двух концептов *smile*, *laugh* обусловлено тем, что в процессе общения невербальные способы передачи информации приобретают большое значение и являются эффективными средствами изучения собеседника. Они обезоруживают человека и раскрывают его, указывая на искренние/неискренние эмоции.

Для подробного исследования вербализации концептов *smile*, *laugh* мы проследили динамику эволюционного развития концепта, предприняли попытку разработать модель лексико-семантического поля концепта и выявить наиболее характерные для носителей языка положительные и отрицательные смыслы. Обращение к этимологии лексических средств выражения эмоций позволило установить, что с ходом истории происходит динамика развития вербализованных смыслов и появляются новые коннотации, обусловленные социокультурными изменениями. Этимологический анализ данных лексем показал, что происходит конкретизация смыслов и расширение контекста их употребления.

Привлечение лексикографических данных позволило нам описать изучаемые концепты на разных лексических уровнях: от слов и словосочетаний до фразеологизмов. Среди выявленных лексических единиц фигурируют как идиомы, так и атрибутивные, предикативные и объектные словосочетания. Мы постарались провести классификацию выражений с выделением положительных и отрицательных характеристик. Насыщенное лексико-семантическое поле и

высокая плотность репрезентации концептов позволяют судить о релевантности этих эмоциональных концептов в сознании носителей английского языка. Полевой метод исследования представляется эффективным и позволяет не только собрать материал для дальнейшей верификации, но и осуществить интерпретацию номинантов концептов *smile*, *laugh*. Нам удалось обнаружить широкий спектр передаваемых оттенков и значений и выявить специфику эмоциональных переживаний носителей языка.

На следующем этапе исследования мы расширили лексико-семантическое поле до уровня паремнологических единиц. Применяя методики интерпретации и семантического анализа, мы провели анализ 23 пословиц и поговорок и пословиц и 24 афоризмов с лексемами *smile* и *laugh*, что позволило нам выявить положительные и отрицательные смыслы, а также выделить ценностные доминанты в сознании представителей изучаемых нами лингвокультур. Мы постарались определить, в чем заключается культурологическая значимость представленных пословиц и поговорок, которые не только ценностно маркированы, но и отражают морально-этические принципы носителей английского языка. В большинстве исследованных паремий прослеживается морально-этический принцип, характерный для носителей английского языка - улыбаться и радоваться жизни, не отчаиваться и двигаться вперед. Отмечается и благотворное влияние этих эмоций на здоровье человека.

В ходе нашего исследования нам удалось установить, что видеофрагменты американских кинематографических работ могут стать незаменимым источником при анализе вербальных способов выражения эмоциональных концептов *smile*, *laugh*. Мы провели обзор реплик героев из пяти кинокартин, среди которых 3 полнометражные и 2 короткометражные ленты. Помимо реплик героев, были также привлечены тексты песен к кинофильмам, в которых объективируются интересующие нас концепты. Привлекая данные источники, мы выявили новые способы вербализации концептов *smile*, *laugh*. В большинстве исследованных нами кинокартин эти концепты стали ключевыми и связаны с основной идеей

фильмов о важности улыбки и смеха в жизни любого человека. Фильмы, с одной стороны, демонстрируют важнейшие морально-этические принципы носителей языка, а с другой – призывают всех кинозрителей переосмыслить свою жизнь, сохранять оптимистический настрой, улыбаться, смеяться, радоваться каждому моменту, заряжая положительной энергией себя и окружающих.

В третьей главе была предпринята попытка подробного исследования концептов с учетом корпусного подхода. Нам удалось установить, что вариант языка как среда коммуникации способен отражать особенности разных ментальностей. Применяв корпусный подход к изучению базовых номинантов концептов *smile*, *laugh* с привлечением британских и американских корпусов, мы показали, что наличие одного выражения в британском варианте и его отсутствие в американском социолингвистически обусловлены, количественные данные позволили нам определить частотность употребления базовых номинантов концептов. Мы постарались выявить наиболее характерные для каждого из вариантов слова и словосочетания, репрезентирующие концепты *smile* и *laugh*. Несмотря на важность количественных характеристик, мы предприняли попытку интерпретировать и обосновать полученные результаты, связывая их с экстралингвистическими факторами. Мы установили, что частотность эмоциональных концептов выше в американском варианте, что говорит о более яркой репрезентации концептов в американской лингвокультуре и о большей характерности эмоциональной лексики для американского варианта.

Мы обосновали результаты корпусного анализа особенностями британского и американского национального характера и эмоциональной сдержанностью представителей британской лингвокультуры. Несмотря на такое положение, улыбка в британской лингвокультуре свидетельствует о вежливости, в то время как в американской лингвокультуре она чаще фигурирует как компонент в сфере обслуживания и как демонстрация доброжелательного отношения к собеседнику. Мы установили, что американскую лингвокультуру характеризует эмотивность. Помимо улыбки, смех как базовая эмоция также

больше свойственен представителям американской лингвокультуры: открытое и спонтанное выражение эмоций относится к американской среде. Таким образом, корпусный анализ позволил нам верифицировать лингвистическую гипотезу. Несмотря на универсальный характер большинства человеческих эмоций, существуют и наиболее типичные для каждой лингвокультуры эмоциональные состояния.

Мы также провели эксперимент с участием 50 носителей британского и американского вариантов языка, предполагающий ответы на вопросы. В ходе нашего эксперимента информанты назвали все возможные слова и словосочетания, объективирующие концепты *smile*, *laugh* и выразили свое личное мнение касательно глобализации английского языка и эмоциональности двух вариантов языка. Благодаря эксперименту, было обнаружено 27 новых лексических единиц, репрезентирующих изучаемые концепты. Согласно итогам эксперимента, британский вариант языка более идиоматичен. Нам удалось установить, что британцы более сдержаны при ответах на вопросы и в проявлении эмоций. Мы обнаружили, что большинство разговорных выражений характерно для американского варианта. Глобализация происходит и на языковом уровне – заметно влияние американской лингвокультуры на британскую.

Нам удалось проследить некие тенденции, наметившиеся в отношении объективации концептов *smile*, *laugh*. В наше время очевидно стремление упростить выражение эмоции в письменной речи с целью быстрой передачи сообщения и лаконичности. Смайлики и графические обозначения заменяют разные виды улыбки и смеха. Мы также выделили краткий вербальный способ актуализации концептов посредством ономотопических образований и эмоционально окрашенных междометий разной степени интенсивности. Мы обозначили и тенденцию взаимовлияния британского и американского вариантов языка. Следует также подчеркнуть, что представители двух лингвокультур используют как характерные для их варианта языка выражения, так и

относящиеся к другому варианту словосочетания, что связано с постепенным размыванием границ между вариантами.

Исходя из полученных в ходе эксперимента данных, мы пришли к выводу о том, что происходит вкрапление американизмов в британскую речь, что свидетельствует о языковых контактах и смешении форм. Мы считаем, что взаимодействие двух вариантов может расцениваться как положительное и в то же время отрицательное явление. С одной стороны, происходит упрощение одного из вариантов и поиск более кратких способов передачи эмоционального состояния. С другой стороны, размываются границы между вариантами языка, что влечет за собой влияние на самобытность лингвокультуры.

Несмотря на все перечисленные способы вербализации эмоций, мы также признаем то, что любое языковое выражение эмоции относительно и не передает ее в полной мере, поэтому чаще всего именно по невербальным сигналам можно распознать и интенцию собеседника, и переживаемые им эмоциональные состояния.

Мы постарались реконструировать эмоциональные концепты «улыбка» и «смех» по их языковому выражению, так как они кодируют важнейшие «сгустки культуры» и заключают в себе эмоциональный и социально нагруженный смысл. Большинство видов улыбок и смеха прочно вошло в вербальную систему языка и высокочастотны. Они привязаны к ситуациям и контексту и варьируются также в зависимости от варианта языка. Представление об эмоциональной составляющей другой лингвокультуры необходимо для успешной коммуникации.

Нами установлено, что многообразие подходов и применяемых методик обусловлено необходимостью комплексного изучения концептов *smile, laugh*.

Библиография

1. Алефиренко Н.Ф. Проблемы вербализации концепта. Волгоград: Перемена, 2003. – 96 с.
2. Алефиренко Н.Ф. Фразеологическая номинация: когнитивный аспект. – Архангельск. Поморский университет, 2008. – 109 с.
3. Арутюнова Н.Д. От образа к знаку//Мышление, когнитивные науки, искусственный интеллект. М.: 1988. - С. 147 - 162.
4. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. – 896 с.
5. Аскольдов С.А. Концепт и слово//Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Academia, 1997. – 320 с.
6. Ахманова О.С. О психолингвистике: материалы к курсам языкознания / О.С. Ахманова; под ред. В.А. Звягинцева. М.:МГУ, 1957. – 64 с.
7. Ахманова О. С. Очерки по общей и русской лексикологии. М., 1957. – 295 с.
8. Ахманова О.С. Фонология. Морфонология. Морфология. М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1966. - 107 с.
9. Ахренова, Н.А. Теоретические основы интернет-лингвистики / Н.А. Ахренова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – №10(28). – С. 22–26.
10. Бабаева Е.В. Лексическое значение слова как способ выражения культурно-языкового концепта// Языковая личность: культурные концепты: Сб.научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. – 260 с.
11. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. – 104 с.
12. Бахтин М.М. К вопросам теории смеха//Бахтин М.М. Собрание сочинений. Т.5. М.: «Русские словари», 1996. – 731 с.
13. Белякова И.Е. Лингвокультурный концепт «прекрасное» и его языковое воплощение. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2011. – 200 с.

14. Бергсон А. Смех. М.: «Искусство», 1992. – 127 с.
15. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2001. – 123 с.
16. Бондарко А.В. Категоризация в системе грамматики. – М.: Языки славянской культуры, 2011. – 488 с.
17. Бунева Е.С. Концептологическая модель признака старшинства// Языковая личность: культурные концепты: Сб. научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. – 260 с.
18. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999. – 780 с.
19. Вежбицкая А. Язык. Культура. Понимание. М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
20. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. М. 1977. – 310 с.
21. Вишнякова О.Д. Костина Д.М. Оценочные характеристики концепта «мультикультурализм» и способы его языковой репрезентации (на материале современной политической публицистики)// Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки, Том 20, № 163, с. 93 – 104.
22. Вишнякова О.Д. Рализация знакового потенциала языковых единиц как способ решения коммуникативно-прагматических задач (на материале современного английского языка)// Ученые записки Российского государственного социального университета. — 2013. — № 3. — С. 98–103.
23. Вишнякова О.Д. Функциональные особенности языкового знака в языке и речи (на материале современного английского языка): автореф. дис. докт. фил. наук: 10.02.04/Вишнякова О.Д. – М., 2003. – 49 с.
24. Вишнякова О.Д. Язык и концептуальное пространство/ на материале современного английского языка/Монография. М.: Макс Пресс, 2002. – 380 с.

25. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании//Филологические науки. 2001. №1. С. 64 – 72
26. Воркачев С.Г. Постулаты лингвоконцептологии// Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 с.
27. Воркачев С.Г. Концепт happiness в паремиологии//Воркачев С.Г. Anglica selecta: избранные работы по лингвоконцептологии. – Волгоград, 2012. – с. 6-11.
28. Выготский Л.С. Мышление и речь. М.: Лабиринт, 1999. – 352 с.
29. Гак В.Г. К типологии лингвистических номинаций//Языковые номинации (общие вопросы). – М., 1977.
30. Грецкая С.С. Концепт “revenge/месть” в контексте классификаций ценностных ориентаций и культур// Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. №8
31. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. /Общ.ред. Рамишвили Г.В. М.: ОАО ИТ “Прогресс”, 2000. – 400 с.
32. Дарвин Ч. О выражении эмоций у человека и животных. СПб: Питер, 2001. – 384 с.
33. Дейк Ван, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 310 с.
34. Ермолаева Е.Н. К вопросу о ментальной модели концепта «конфликт»//Менталитет. Концепт. Гендер. Отв. ред. Пименов Е.А., Пименова М.В., Ландау: Verlag Empirische Padagogic, 2000 – 350с.
35. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст. Избранные труды. – М.: Гнозис, 2005. – 543 с.
36. Зилова Е. В. Представление концепта «благополучие» в афористическом фонде лингвокультуры // Вестн. Волгогр. Гос. Ун-та. - Сер.2 Языкозн.2009. - №2 (10). - С. 194-198

37. Кабакчи В.В. Прошина З.Г. В чужой монастырь со своим лингвокультурным уставом: Обращение//Личность. Культура. Общество. М., 2012. Том XIV. Вып. 1 №69-70. С. 164 – 173
38. Карасев Л.В. Философия смеха. М.: Рос.гуманит.ун-т, 1996. – 224 с.
39. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке//Языковая личность: культурные концепты: Сб.научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. – 260 с.
40. Карасик В.И. Слышкин Г.Г. Базовые характеристики лингвокультурных концептов// Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 с.
41. Карасик В.И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. – 406 с.
42. Карпова О.М. Английская лексикография. М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 176 с.
43. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М., 2000. – 350с.
44. Колесов В.В. Жизнь происходит от слова. СПб.: Златоуст, 1999. – 368 с.
45. Колмагоров И.В. Концепт Толерантность в диахроническом аспекте как пример исследования развития научного менталитета// Менталитет. Концепт. Гендер. Отв. ред. Пименов Е.А., Пименова М.В. , Ландау: Verlag Empirische Padagogic, 2000 – 350с.
46. Коццолино М. Невербальная коммуникация. Теории, функции, язык и знак. Пер. с итал.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2009. – 248 с.
47. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. М., 2008. – 374 с.
48. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
49. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. – М.: Новой литературное обозрение, 2002. – 592 с.
50. Ксензенко, О.А. Гносеологические и методологические проблемы современного лингвистического рекламоведения / О.А. Ксензенко //

- Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2012. – №1. – С. 42–55.
51. Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
52. Лайонз Дж. Язык и лингвистика. М.: Едиториал УРСС, 2004. – 320 с.
53. Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Языки славянской культуры, 2004. – 792 с.
54. Лакофф Дж. Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
55. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М., 2009. – 512 с.
56. Любимов М. Гуляние с Чеширским Котом: Мемуар-эссе об английской душе. М., 2004.
57. Лихачев Д.С. Панченко А.М. Поньрко Н.В. Смех в Древней Руси. Л., 1984. – 295 с.
58. Лосев А.Ф. Аксиоматика знаковой теории языка//Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. – М.: Изд-во МГУ, 1982. – 480 с.
59. Мишиева Е.М. Дискурсивные маркеры в молодежной онлайн-коммуникации (на материале английского языка): дис.канд.фил.наук:10.02.04/Мишиева Е.М. – М., 2015. – 233 с.
60. Молчанова Г.Г. Когнитивная поликодовость межкультурной коммуникации: вербалика и невербалика. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2014. – 208 с.
61. Молчанова Г.Г. Методы исследования в межкультурной коммуникации: символ как когнитивная память культуры//Вестник Московского ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2011. №1
62. Неретина С.С. Тропы и концепты. М., 1999. – 277 с.

63. Павловская А. В. Англия и англичане. М.: Изд-во Моск. ун-та; Триада, Лтд, 2004. – 263 с.
64. Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии. М., 1988. – 236 с.
65. Пименов Е.А. Концепт *Gewissen* «совесть» в немецкой языковой картине мира//Концепт.Образ.Понятие.Символ:коллект.монография/отв.ред.Пименов Е.А., Пименова М.В. – Кемерово : ИПК «Графика», 2004. – 276 с.
66. Пименова М.В. Вегетативные признаки концептов внутреннего мира// Менталитет. Концепт. Гендер. Отв. ред. Пименов Е.А., Пименова М.В., Ландау: Verlag Empirische Padagogic, 2000 – 350с.
67. Пименова М.В. Методология концептуальных исследований//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 с.
68. Пименова М.В. Кондратьева О.Н. Концептуальные исследования. Введение: учеб.пособие. М.:Флинта:Наука, 2011. – 176с.
- 69.Полубиченко Л. Культура страны сквозь призму словаря цитат // Материалы IX международной конф. Языки в современном мире. — Томск, 2010.
- 70.Полубиченко Л. Словарь цитат как зеркало и инструмент культуры // Новое в теории и практике лексикографии: синхронный и диахронный подходы. Материалы VIII межд. школы-семинара. — Иваново, 2009.
- 71.Полубиченко Л., Платонова Н. Эволюция межъязыковых коррелирующих концептов <glamour> и <гламур>: смысловые и оценочные сдвиги // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2011. — № 2.
72. Попова З.Д. Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2002. – 189 с.
73. Попова З.Д. Стернин И.А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку//Антология концептов. Т.1. Под ред. Карасика В.И. Стернина И.А. Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 с.

74. Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта: Наука, 2008. – 176 с.
75. Прошина З.Г. Вариантность английского языка и межкультурная коммуникация. Личность. Культура. Общество. (Personality. Culture. Society). Международный журнал социальных и гуманитарных наук. М., 2010. Том XII. Вып. 2. №№ 55-56. С. 242-252.
76. Прошина З.Г. Динамика развития английского языка в его региональных вариантах// Вестник ИГЛУ. 2012. №2 (18). Серия Филология. С.200-206
77. Робустова В.В. Методика исследования ономастических концептов на примере романа "rabbit, run" Джона Апдайка // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции "Учитель, Ученик, Учебник". — № 1. — КДУ Москва, 2014.
78. Рязанцева Т.И. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерно-опосредованного общения//Вестник Московского университета. Сер.19 Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. - №1. – с. 202-211.
79. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. – 656 с.
80. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. М.: Московский Государственный Университет, 1998. – 260с.
81. Смирницкий А.И. Хрестоматия по истории английского языка с VII по XVII в. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 304 с.
82. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М.: Школа “Языки славянской культуры”, 1997. – 824 с.
83. Степанов Ю.С. Семиотика концептов // Семиотика: Антология. / Сост. Ю.С.Степанов. М.: 2001. С. 603 - 612.
84. Стернин И.А. Стернина М.А. Американское коммуникативное поведение. – Воронеж: ВГУ – МИОН, 2001. – 224 с.
85. Телия В.Н. Типы языковых значений. Связанное значение слова. – М., 1985

86. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М.: Слово/Slovo, 2008. – 344 с.
87. Тер-Минасова С.Г. «Мысль изреченная есть ложь...»/С. Г. Тер-Минасова// Ценности и смыслы. – 2012. - №1 (17)
88. Тер-Минасова С.Г. Синтагматика речи: онтология и эвристика. Общая и английская синтагматика составных номинативных групп. М., 2009. – 200 с.
89. Тер-Минасова С.Г. Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах. М., 2004. – 144 с.
90. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. – 264 с.
91. Токарева М.А. Концепт улыбки в русском, английском и американском языковом сознании. // Материалы V международной конференции НОПриЛ «Языки в современном мире». М, 2006.
92. Токарева М. А. Традиции смеха и улыбки в русской и западной культурах// Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. №3
93. Токарева М.А. Улыбка в русской и западной культурах. Сравнение двух моделей поведения. // Россия и Запад: диалог культур. Сборник статей 11 международной конференции. Выпуск 13, ч.II.- М., 2005, с.292-301
94. Токарева М. А. Феномен улыбки в русской, английской, и американской культуре: дис. канд. культурологии: 24.00.01/Токарева М.А. – М., 2007.
95. Трамбл Э. Краткая история улыбки. СПб, 2007. – 285с.
96. Трубачев О.Н. Труды по этимологии: Слово. История. Культура. Т.1 – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 800 с.
97. Уфимцева А.А. Типы словесных знаков. Изд. 3-е. – М.:Едиториал УРСС, 2011. – 208 с.
98. Формановская Н.И. Культура общения и речевого поведения. 2-е изд., М.: Издательство ИКАР, 2010. – 237 с.

99. Худяков А.А. Концепт и значение// Языковая личность: культурные концепты: Сб.научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. – 260 с.
100. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. – М.: Гнозис. 2008. – 416 с.
101. Шаховский В.И. Эмоциональные культурные концепты: параллели и контрасты//Языковая личность: культурные концепты: Сб. научных трудов ВГПУ, ПМПУ. – Волгоград: Перемена, 1996. – 260 с.
102. Шмелев А.Д. Могут ли слова языка быть ключом к пониманию культуры?//Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
103. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Изд.4. М.: Едиториал УРСС, 2008. – 432 с.
104. Щур Г.С. Теория поля в лингвистике. Издательство «Наука», М., 1974 – 254 с.
105. Яковлева Е.Б. Сложные лексические единицы в английском языке и речи. М.: Изд-во МГУ, 1986. 115 с.
106. Якобсон Р. О. Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. – 460 с.
107. Adolphs S. Corpus and Context. Investigating pragmatic functions in spoken discourse. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2008. – 151 p.
108. Carnegie D. How to win friends and influence people. Simon and Shuster. 2010. 320p.
109. Chomsky N. Language and thought. Wakefield, Rhode Island & London: Moyer Bell, 1993. -96p.
110. Chomsky N. Linguistics and Cognitive Science// The Chomskyan Turn. Cambridge, MA: Basil Blackwell, 1991. P. 3-25
111. Chomsky A.N. Language in a Psychological Setting // Sophia Linguistica (Tokyo), 1987, v. 22, p. 1-73.

112. Corpus linguistics. 25 years on. Ed. by Facchinetti R. Amsterdam – New York, 2007.
113. Corpus linguistics: An International Handbook Vol. 2. Ed.by Anke Lüdeling, Merja Kytö
114. Corpus linguistics around the world. Ed.by Wilson A., Archer D. and Rayson P. Amsterdam – New York, 2006. – 233 p.
115. Corpus linguistics beyond the world. Ed.by Fitzpatrick E. Amsterdam – New York, 2007. – 277 p.
116. Croft W. Cruse. D.A. Cognitive linguistics. Cambridge University Press, 2004.
117. Crystal D. The Cambridge encyclopedia of the English language. – Cambridge university press, 1995.
118. Crystal D. Twenty-First Century English//IATEFL 2001. Brighton Conference Selections/Ed. By A.Pulverness. IATEFL Publications, 2001.
119. Durkin Ph. The Oxford guide to etymology. Oxford University Press, 2009. –347 p.
120. Eckardt B. von. What is cognitive science? Cambridge (Mass.), 1993.
121. Ekman P. Universal and cultural differences in facial expression of emotion // Nebraska symposium on motivation, 1971. – Lincoln: University of Nebraska Press, 1972. – P. 207-283.
122. Evans V. Green M. Cognitive linguistics. An introduction. Edinburgh University Press, 2006. – 830 p.
123. Fillmore Ch. Frame semantics// Linguistics in the morning calm. Edited by the Linguistic Society of Korea, Seoul, South Korea: Hanshin, 1982. – p.111–137.
124. Fowles J. The Magus. Random House. 2010. 672 p.
125. Gorer J. Exploring English Character. N.Y.: Criterion Books, 1955.
126. Gvishiani N. An Introduction to contrastive lexicology. M., 2010. – 288 p.
127. Gvishiani N. English on computer: A tutorial in corpus linguistics. M., 2008.

128. Hall E. *The Silent Language*. Garden City. N.Y.: Doubleday, 1959.
129. Heltzel V. Chesterfield and the anti-laughter tradition//*Modern Philology*. Vol.26, No.1 (Aug., 1928). pp.73-90
130. Hofstede G. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. 1st edition, McGraw-Hill USA, 1997.
131. Hoey M. Mahlberg M. Stubbs M. Teubert W. *Text, Discourse and Corpora. Theory and Analysis*. London and New York: Continuum, 2007. – 253 p.
132. Jackendoff R. *Semantics and Cognition*. Cambridge (Mass.), 1993.
133. Johansson S. Seeing through multilingual corpora //*Corpus linguistics. 25 years on*. Ed.by Facchinetti R. NY, 2007.
134. Langacker R.W. *Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar*. Berlin & New York: Mouton de Gruyter, 1991. – 383 p.
135. Langacker R.W. *Grammar and conceptualization*. Berlin & New York: Mouton de Gruyter, 2000. – 427 p.
136. Lee D. *Cognitive linguistics: An Introduction*. Oxford University Press, 2002. – 240 p.
137. Macfie A.L. *English proverb poems*. 2006. – 78 p.
138. Meyer Ch. *Corpus linguistics*. Cambridge University Press. 2004. – 168 p.
139. Minaeva L. *English lexicology and lexicography*. M., 2003. – 224 p.
140. Morris B. Grin and bear it: The smile attempts a comeback in society circles// *New York Times Magazine*, 2 March, 1997.
141. Ooi B.Y. *Computer Corpus Lexicography*. Edinburgh University Press, 1998. – 243 p.
142. Paxman J. *The English: A Portrait of a People*. Penguin Group, 1999.
143. Pinker, S. *The Language Instinct: How the Mind Creates Language*. New York, NY: Harper Perennial, 494 p.
144. Polubichenko L. *Dictionary of quotations: A mirror and instrument of culture* // *New Trends in Lexicography: Ways of Registrating and Describing Lexis*. — 2010. — P. 139–147.

145. Ter-Minasova S. *Language, Linguistics and Life: A View from Russia*. Moscow, 2009. 176 p.
146. *Using Corpora to explore linguistic variation*. Ed. by Reppen R. Fitzmaurice S. M. Biber D. Amsterdam/Philadelphia, 2002. – 151 p.

Список использованных словарей и справочно-библиографических изданий

1. Англо-русский словарь глагольных словосочетаний под редакцией Медниковой Э.М. – М.: «Русский язык», 1986. – 640 с.
2. Бушуева Т.С., Уткин А.Л. Краткий англо-русский словарь американизмов и слэнга. 1997, - 316 с.
3. Глазунов С. Новый англо-русский словарь современной разговорной лексики. М., 2006. – 780 с.
4. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Русский язык – Медиа, 2007. – 571 с.
5. Маковский М.М. Большой этимологический словарь современного английского языка. – М., 2005. – 526 с.
6. Новая философская энциклопедия. Т.2. М.: Мысль , 2010. – 634 с.
7. Ammer Ch. *The American Heritage Dictionary of Idioms*, 1997. – 1191 p.
8. Apperson G. L. *The Wordsworth Dictionary of Proverbs*. Wordsworth Editions Ltd, 1993. – 721 p.
9. *Cambridge Advanced dictionary*. Cambridge University Press, 2005. – 1572p.
10. Cohen J.M., Cohen M.J. *A dictionary of Modern Quotations*. Harmondsworth: Penguin, 1975. – 366 p.
11. *Collins dictionary*. Fourth edition, 1999. – 1740p.
12. Fergusson R. *The Penguin Dictionary of Proverbs*. Penguin Books, 1983.– 331 p.
13. Jonathon Green *Casell’s Dictionary of Slang*. Weidenfeld & Nicholson, 2005 - 1565 p.
14. *Longman Contemporary English dictionary*. Pearson Education Limited, 2003. –

- 1950 p.
15. Modern English-Russian dictionary. By V.K. Müller. Moscow, Russky yazik media, 2007. – 945p.
 16. NTC's American English learner's dictionary. Illinois, NTC/Contemporary Publishing Group, 1998. – 1104p.
 17. Oxford Advanced Learner's Dictionary. 9th Edition. Oxford University Press. 2015
 18. Oxford American dictionary. Oxford University Press Inc., 1980 – 816p.
 19. Oxford collocations dictionary. Oxford University Press. 2002. – 897p.
 20. Oxford collocations dictionary for students of English. Oxford University Press. 2002. – 897p.
 21. Oxford dictionary of English idioms. Oxford University Press, 1993. – 748 p.
 22. Partridge E. A short etymological dictionary of modern English. London: Routledge&Kegan Paul, 1958. – 992 p.
 23. Roget's Thesaurus of English words and phrases, London, Chancellor Press. 1986. – 736p.
 24. Smaller slang dictionary. By E. Partridge, NY, 1961. – 204p.
 25. The New Dictionary of Cultural Literacy. Third edition. 2002. 647 p.
 26. The New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English. Vol.1. 2006. – 2216p.
 27. The Oxford Dictionary of English Etymology. Ed.by C.T. Onions. Oxford University Press, 1966. – 1042 p.
 28. The Oxford Dictionary of English proverbs. Oxford University Press, 1970. - 950 p.
 29. The Oxford dictionary of proverbs. Oxford University Press. Ed.by Speake, J. Simpson J. Oxford University Press, 2009. – 400 p.
 30. The Oxford Dictionary of Modern Quotations. Ed. By Tony Augade. Oxford University Press, 1992.530 p.
 31. The Oxford Senior Dictionary. Oxford University Press, 1982. – 768p.

Интернет-ресурсы

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 1966. URL: <http://www.classes.ru/grammar/174.Akhmanova/>
2. Моррис Д. Голая обезьяна. СПб: Эврика, 2001. – 269 с. URL: www.fictionbook.ru/author/desmond_morris/golaya_obezyana/download.a6.pdf
3. Субботина Е. Ученые обнаружили «ген смеха» //Российская газета.
URL: <http://www.rg.ru/2015/06/03/gen-smeha-site-anons.html>
4. Твен М. Афоризмы и шутки.
URL: <http://www.litres.ru/static/trials/00/16/32/00163272.a6.pdf>
5. Asaf G. Pack up your troubles.
URL: <http://www.firstworldwar.com/audio/packupyourtroubles.htm>
6. Ball. Ph. Text mining uncovers British reserve and US emotion URL: <http://www.nature.com/news/text-mining-uncovers-british-reserve-and-us-emotion-1.12642>
7. Gage S. Smile and the world smiles back. Can looking at faces lower aggression?
URL: <http://www.theguardian.com/science/sifting-theevidence/2013/apr/03/smile-faces-aggression>
8. Garber M. ‘Lel,’ ‘Nyahahaha,’ ‘U Wat Brah’: the Creative Ways We Laugh Online //The Atlantic.
URL: <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/07/lel-nyahahaha-o-boy-the-creative-ways-we-laugh-online/374531/>
9. Khatchadourian R. The Laughing Guru. Madan Kataria’s prescription for total well-being. //The New Yorker.
URL: <http://www.newyorker.com/magazine/2010/08/30/the-laughing-guru>
10. Letters to his son by the Earl of Chesterfield on the Fine Art of Becoming a Man of the World and a Gentleman. URL: <http://www.gutenberg.org/files/3361/3361-h/3361-h.htm>

11. Lewis Carroll. Alice's Adventures in Wonderland.
URL: <http://www.gutenberg.org/files/11/11-h/11-h.htm>
12. Macmillan Dictionary. URL: <http://www.macmillandictionary.com/>
13. Margolis R. 10 British habits Americans will never understand. URL: <http://www.bbcamerica.com/mind-the-gap/2013/04/04/10-british-habits-americans-will-never-understand/>
14. Max D.T. National smiles//The New York Times Magazine. URL: <http://www.nytimes.com/2005/12/11/magazine/national-smiles.html>
15. National Churchill Museum Site.
URL: <https://www.nationalchurchillmuseum.org/churchill-in-world-war-i-and-aftermath.html>
16. Provine R. Beyond a joke: the truth about why we laugh//The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/books/2012/sep/02/why-we-laugh-psychology-provine>
17. Salinger J.D. The Catcher in the Rye
URL: <http://thelitterateurs.files.wordpress.com/2013/04/j-d-salinger-the-catcher-in-the-rye-full-pdf-version.pdf>
18. Shakespeare W. Hamlet.
URL: <http://www.shakespeare-online.com/plays/hamletscenes.html>
19. Shakespeare W. Macbeth.
URL: <http://www.shakespeare-online.com/plays/macbethscenes.html>
20. Wilcox E. Solitude. URL: <http://www.poetryfoundation.org/poem/175207>
21. World Smile Day site. URL: <http://www.worldsmileday.com/>
22. Corpus of Global Web-based English URL: <http://www.corpus.byu.edu/glowbe/>
23. Corpus of Contemporary American English (COCA).
URL: <http://corpus.byu.edu/coca/>
24. ICE: International Corpus of English. URL: <http://ice-corpora.net/ice/>
25. Merriam-Webster: Dictionary and Thesaurus URL: <http://www.merriam-webster.com>

26. Stanford Encyclopedia of philosophy. Режим доступа: <http://plato.stanford.edu/entries/concepts/#OntCon>
27. The British National Corpus (BNC). URL: <http://www.natcorp.ox.ac.uk/>
28. VOICE: Vienna-Oxford International corpus of English. URL: <https://www.univie.ac.at/voice/>
29. Weinger E. 11 things Joan Rivers taught us about life.// The Hollywood Reporter. URL: <http://www.hollywoodreporter.com/news/joan-rivers-dead-11-life-730406>
30. URL: <http://www.art-quotes.com>
31. URL: <http://www.brainyquote.com/>
32. URL: <http://www.charliechaplin.com/en/lyrics/articles/42-Smile-Lyrics>
33. URL: www.goodreads.com
34. URL: <http://www.patchadams.org/>
35. URL: <http://www.inspirationalstories.com>
36. URL: www.quoteland.com

ПРИЛОЖЕНИЕ

Corpus of Global Web-based English (GLOWbE): *Smile, Laugh* Frequency Lists (*количественные подсчеты частотности базовых номинантов лексико-семантического поля концептов *smile, laugh* и ядерных лексем*)

Таблица №1

Базовые номинанты лексико-семантических групп <i>smile, laugh</i>	<i>British English (number of solutions in the corpus)</i>	<i>American English (number of solutions in the corpus)</i>
Smile	25 069	26336
Laugh	31399	34272
Beam	23	40
Cackle	278	297
Chuckle	1995	2579
Fleer	3	12
Giggle	2420	2183
Grin	3778	3320
Guffaw	206	180
Leer	327	262
Mock	4864	5914
Simper	115	86
Smirk	912	1328
Sneer	1551	1089
Titter	129	69

Total: 15 базовых номинантов AmE: 73069

BrE: 77967

Словосочетания с ядерными лексемами “smile” и “laugh”

Smile

Таблица № 2

Словосочетания	Количественные показатели частотности в <i>British English</i>	Количественные показатели частотности в <i>American English</i>
An amiable smile	2	0
An artificial smile	1	3
A beatific smile	9	8
A bright smile	27	40
A British smile	1	0
A brittle smile	0	2
A broad smile	64	32
A captivating smile	0	2
A cunning smile	1	1
A dazzling smile	11	21
A dimpled smile	1	5
A disarming smile	13	4
An encouraging smile	12	2
An engaging smile	2	3
An enigmatic smile	16	4
A fascinating smile	1	0
A faint smile	23	23
A fake smile	33	59
A fixed smile	7	5

A forced smile	12	19
A gentle smile	27	20
A goofy smile	9	12
A grim smile	14	4
A happy smile	25	17
A Hollywood smile	7	10
A humourless smile	0	1
An indulgent smile	3	2
An infectious smile	16	17
An ingratiating smile	2	2
A knowing smile	37	27
A lopsided smile	10	5
A mocking smile	8	4
A phony smile	0	6
A polite smile	11	9
A radiant smile	18	15
A ready smile	22	7
A reassuring smile	18	13
A rueful smile	7	9
A sad smile	13	26
A sardonic smile	10	2
A sheepish smile	7	5
A shy smile	19	16
A sour smile	3	0
A sunny smile	7	4
A sweet smile	29	31
A Texas smile	0	1
A thin smile	13	7

A toothless smile	3	5
A wan smile	6	4
A warm smile	64	61
A weak smile	20	19
A wide smile	31	36
A winning smile	31	27
A winsome smile	0	1
A wry smile	178	37
To be all smiles	59	50
To be wreathed in smiles	12	1
To bring a smile	134	113
To crack a smile	45	37
To evoke a smile	2	2
To flash a smile	9	13
To force a smile	16	18
To give a smile	8	7
To have a smile	144	146
To hide a smile	6	3
To manage a smile	19	18
To put on a smile	14	15
To repress a smile	0	3
To return a smile	3	2
To suppress a smile	14	6
To wear a smile	19	8
To smile apologetically	8	11
To smile archly	0	1
To smile benignly	5	3
To smile broadly	41	33

To smile charmingly	1	1
To smile conspiratorially	3	0
To smile crookedly	2	24
To smile encouragingly	2	5
To smile enigmatically	5	1
To smile faintly	7	31
To smile gently	20	10
To smile grimly	12	11
To smile happily	17	10
To smile indulgently	6	7
To smile kindly	9	6
To smile politely	24	28
To smile radiantly	0	1
To smile reassuringly	7	8
To smile ruefully	10	8
To smile sadly	21	18
To smile sheepishly	11	14
To smile shyly	10	12
To smile slightly	29	36
To smile sweetly	24	15
To smile thinly	5	2
To smile wanly	4	5
To smile warmly	19	19
To smile weakly	19	27
To smile widely	15	17
To smile winningly	3	0
To smile wryly	8	6
To smile at	1153	1236

To smile back	240	209
To smile into doing smth	8	13
To smile on	1537	1370
To smile to yourself	47	49
To smile with	206	221
To smile and smirk	0	1
To smile from ear to ear	6	17
To smile through one's tears	0	2
To keep smiling	17	87
To come up smiling	4	2
The fortune smiled on (us)	6	9
Smiling faces	107	94
A smiley	790	834
A smile spread	9	8
A smile grew	0	1

Total: 123 репрезентанта BrE: 5909 случаев AmE: 5725 случаев

Laugh

Таблица №3

Словосочетания	Количественные показатели частотности в <i>British English</i>	Количественные показатели частотности в <i>American English</i>
An amused laugh	2	1
A barking laugh	0	1
A belly laugh	53	61
A big laugh	42	61
A bitter laugh	8	6

A contagious laugh	1	8
A cynical laugh	1	1
A delighted laugh	3	0
A derisive laugh	3	0
A dry laugh	4	3
A forced laugh	2	3
A good laugh	500	489
A great laugh	77	65
A harsh laugh	2	4
A hearty laugh	20	39
A hollow laugh	17	1
A horse laugh (a horse-laugh)	2	3
A humourless laugh	2	0
A husky laugh	0	1
An infectious laugh	21	18
A light laugh	3	5
A little laugh	16	30
A loud laugh	11	6
A low laugh	3	2
A mirthless laugh	1	1
A mocking laugh	0	7
A nervous laugh	25	23
A polite laugh	2	1
A rueful laugh	4	4
A scornful laugh	2	0
A shaky laugh	1	1
A short laugh	8	6

A silvery laugh	0	1
A slight laugh	2	5
A small laugh	12	16
A throaty laugh	8	2
A tinkling laugh	1	3
A laugh a minute	23	8
A barrel of laughs	35	13
A bit of laugh	4	0
The laugh is on somebody	4	0
To be good for a laugh	53	69
To enjoy a laugh	7	1
To force a laugh	1	1
To get a laugh	70	108
To give a laugh	1	3
To hear a laugh	0	1
To let out a laugh	5	5
To like a laugh	26	4
To manage a laugh	1	0
To raise a laugh	23	3
To have the last laugh	153	76
You're having a laugh	24	1
To laugh a little	45	113
To laugh a lot	146	121
To laugh almost	5	8
To laugh aloud	27	37
To laugh angrily	0	2
To laugh bitterly	16	17
To laugh briefly	1	0

To laugh cynically	1	0
To laugh deeply	0	3
To laugh delightedly	3	4
To laugh derisively	0	8
To laugh easily	6	10
To laugh excitedly	0	2
To laugh freely	1	1
to laugh gently	5	5
To laugh grimly	1	0
To laugh happily	1	4
To laugh harshly	5	2
To laugh heartily	44	42
To laugh helplessly	4	1
To laugh hollowly	1	0
To laugh incredulously	1	2
To laugh just	16	23
To laugh lightly	7	5
To laugh loudly	30	23
To laugh merely	1	0
To laugh mirthlessly	3	0
To laugh nervously	22	32
To laugh openly	0	3
To laugh out loud	564	801
To laugh outright	5	10
To laugh politely	4	7
To laugh quietly	9	18
To laugh really	19	15
To laugh shortly	3	1

To laugh silently	5	0
To laugh simply	1	2
To laugh softly	11	15
To laugh suddenly	3	27
To laugh uncontrollably	15	16
To laugh wryly	2	0
To laugh about	360	441
To laugh at	3507	4189
To begin to laugh	38	51
To have to laugh	349	418
To make sb laugh	9	9
To start to laugh	59	76
To try not to laugh	7	22
To want to laugh	68	81
To laugh in disbelief	57	2
To laugh with relief	14	0
To burst out laughing	167	126
Can't/couldn't help laughing	30	26
Can't/couldn't stop laughing	169	266
To fall about laughing	45	6
To laugh all the way to the bank	19	28
To laugh one's head off	1	5
To laugh somebody out of court	24	17
A laugh track	20	44
A laughing matter	145	124
Laughing gas	55	33

Laughing stock	541	265
----------------	-----	-----

Total: 114 репрезентантов BrE: 8519 случай AmE: 8795 случая

Laughter (производное от laugh, соотносимо с laugh) Таблица № 4

Словосочетания	Количественные показатели частотности в <i>British English</i>	Количественные показатели частотности в <i>American English</i>
Laughter (все случаи)	4187	4930
A contagious laughter	2	3
A delighted laughter	0	1
a derisive laughter	12	15
A happy laughter	5	2
A helpless laughter	8	4
A hysterical laughter	35	41
An infectious laughter	6	3
A loud laughter	22	9
A maniacal laughter	12	15
A mocking laughter	10	7
A nervous laughter	23	40
A raucous laughter	17	7
A silent laughter	1	4
A suppressed laughter	6	5
A wild laughter	1	4
To burst into laughter	59	36
To cackle with laughter	4	5
To dissolve into laughter	3	0

To explode with laughter	3	9
To hoot with laughter	15	6
To roar with laughter	95	47
To scream with laughter	13	3
To shake with laughter	5	4
To shriek with laughter	9	5
To suppress laughter	1	0
To whoop with laughter	40	17
To yell with laughter	1	2
Laughter academy	0	1
Laughter lines	10	0
Laughter yoga	10	17

Total: 31 репрезентант BrE: 4187 случаев AmE: 4930 случаев

Ономатопические образования

Таблица № 5

Номинант	British English	American English
Hah	353	601
Huh	1568	5103
Haha	3522	3819
hahah	110	163
ahah	27	30

Total: 5 номинанта BrE: 5553 случаев AmE: 9686 случаев

Total nominants' number (общее количество репрезентантов): 285

Total frequency in British English (частотность): 67 882

Total frequency in American English(частотность): 76583