

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Историко-филологический факультет

Кафедра «Перевод и переводоведение»

Направление подготовки
Профиль

45.03.02 Лингвистика
Перевод и переводоведение

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему

**АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ АМЕРИКАНСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ
КАК НАЦИОНАЛЬНОГО САМОСОЗНАНИЯ (ПО ПРОИЗВЕДЕНИЯМ
С.ФИТЦЖЕРАЛЬД, К. КИЗИ И ДРУГИХ СОВРЕМЕННЫХ АВТОРОВ)**

Студент Терехина Ксения Владимировна

Руководитель кандидат филол.н., доцент Сызранцева Л.М.

Нормоконтролёр кандидат филол.н., доцент Ратушная Л.Г.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 11.04.2018 № 11)

Заведующий кафедрой кандидат филол.н., доцент Крюкова Л. И.

Работа защищена с отметкой (протокол заседания ГЭК от 20.06. 2018 г. №)

Секретарь ГЭК доцент кафедры Тимошина С.А.

Пенза 2018

Содержание

Введение.....	3
Глава 1 Аксиология в лингвистике	
1.1 Понятие «аксиологическая лингвистика».....	4
1.2 Функции и задачи аксиологической лингвистики.....	5
1.3 Аксиологическая составляющая языковой картины мира.....	5
1.4 Ключевые понятия аксиологического анализа и его классификации.....	6
Вывод к главе 1.....	9
Глава 2 Американские фразеологизмы как отражение национального самосознания	
2.1 Понятие «фразеологизм» и его происхождение.....	11
2.2 Классификация фразеологических единиц.....	14
2.3 Образ «своего» и «чужого» в американских фразеологизмах.....	26
2.4. Базовые ценности американского общества, отраженные во фразеологизмах.....	30
Вывод к главе 2.....	32
Глава 3 Аксиологический анализ американских фразеологизмов современных американских авторов	
3.1 Кен Кизи «Пролетая над гнездом кукушки».....	34
3.2 Фрэнсис Скотт Фицджеральд «Великий Гэтсби».....	40
3.3 Примеры использования фразеологических единиц другими современными американскими авторами.....	45
Заключение.....	50
Список литературы.....	52

Введение

Актуальность исследования выражена интересом к изучению базовых ценностей американского общества через аксиологическую призму фразеологии. Фразеологический состав языка является одним из самых интересных и ёмких объектов исследования, поскольку во фразеологических единицах наиболее широко и самобытно проявляются национальные черты, ценности и культурные особенности нации.

Целью исследования является анализ и описание состава американского фразеологического фонда и его сопоставление с основными ценностями американской культуры.

Предметом исследования является фразеологический состав американского варианта английского языка.

Объектом исследования являются произведения, Фрэнсиса Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби», Кена Кизи «Пролетая над гнездом кукушки» и других современных американских авторов.

Задачи исследования:

- определить основные ценностные ориентиры американской культуры, отраженные во фразеологизмах и идиоматических выражениях;
- проанализировать проявление национальных особенностей во фразеологических единицах американского варианта английского языка;
- проанализировать фразеологический состав языка на примере произведений современных американских писателей.

Из-за многогранности и сложности раздела фразеологии возникает необходимость в применении различных **методов исследования** таких как: фразеологическая идентификация, метод реконструкции метафорических моделей, а также сравнительно-сопоставительный анализ.

Глава 1. Аксиология в лингвистике

1.1 Понятие «аксиологическая лингвистика»

Аксиологическая лингвистика — является комплексным подходом в изучении ценностей, выражаемых посредством языка представителями различных культур.

Современная лингвистика развивает аксиологическое направление. В наши дни аксиологический аспект присутствует в лингвокультурологии, теолингвистике, этнолингвистике и во многих других языковых научных дисциплинах.

Теория об аксиологичности человеческого сознания является общеизвестной. Аксиология исследует вопросы, связанные с природой ценностей, их местом в реальности ценностного мира. Живя в мире своей культуры, человек не может существовать без моральных устоев и ценностные ориентиров, присущих его нации. Ценностью называют негативную или позитивную значимость объектов окружающего мира, которая является результатом человеческого осмысления и оценки. Ценностная система отображает представления культуры о норме и задает определенные модели поведения человека.

Ценности разделяются не только на «хорошие» и «плохие». Существует классификация, в которой выделены пять областей ценностей- «Истина», «Этика», «Эстетика», «Удовольствие» и «Польза». Самая значимая ценность- это Идеал, ведь, чтобы воплотить его в жизнь, человеку необходимо приложить немалые усилия. Что касается ценностей низшего порядка, в основном, они имеют гедонистическую или практическую значимость. Исходя из содержания, ценности можно разделить на:

-экономические;

-политические;

-моральные;

-духовные;

-материальные;

-социальные.

1.2. Функции и задачи аксиологической лингвистики

Аксиологическая лингвистика ориентирована на исследование ценностной картины мира отраженных в языковых единицах, ментальных концептах и стандартах поведения. Анализируя фразеологические и лексические единицы, а также тексты, можно выявить, какие ценностные ориентиры приоритетны для той или иной общности.

Сутью ценностного подхода в аксиолингвистике является поиск ценностных установок в рамках конкретной культуры. Общенациональная оценка присуща языку, социальная и групповая - речи. Одинаковые слова в различных социальных группах имеют разную оценку. Речемыслительная деятельность человека в аксиолингвистике трактуется как одновременный процесс понимания и оценивания окружающей действительности и материализацию накопленного опыта посредством текстов. Аксиологический элемент взаимодействия человека с окружающим его миром, заложен в его подсознании, в качестве ценностной картины мира, которая является сформированной когнитивным сознанием народа конкретной совокупностью знаний о значимости объектов и явлений внешнего мира, а также как совокупностью стереотипных представлений о действительности, получивших положительную оценку среди представителей нации. Комплексное исследование ценностей в языке возможно при изучении ценностной картины мира, являющейся компонентом языковой картины мира.

1.3. Аксиологическая составляющая языковой картины мира

В языке формируется языковая картина мира человека за счет определенной лексики, отражающей культуру нации. Впервые этот термин был введен немецким ученым Вильгельмом фон Гумбольдтом, который пришел к выводу, что посредством языка различные нации создают собственную картину мира, а язык, как таковой, не является прямым отражением действительности.

Процесс оценки качеств объектов и явлений реальности- является базисом в ценностной картине мира. Оценка связана физической и психологической природой человека. Она задает модели поведения, мышления и методы взаимодействия с другими людьми. По мнению профессора Владимира Ильича Карасика, комплексное исследование ценностей в языке возможно лишь при исследовании ценностной картины мира, являющейся элементом языковой картины мира.

Картина мира отражает наиболее значимые предметы и явления жизни человека. Ценностная система нации формируется в течение долгих исторических периодов, за время которых отбираются те ценности, которые способствовали выживанию этноса как единого целого. Ценностная система сдерживала и подавляла биологическую природную агрессивность человека в отношении к себе подобным. Она послужила объединению отдельных индивидов, дав приемлемые модели поведения и лимитировала природную агрессию определенными культурными рамками. Так исторически сложилось, что в различных этнических культурах одни и те же ценности выстраиваются в разные иерархические системы, имея определенные различия.

В.И. Карасик изучая ценностную картину мира отмечает, что она определяет тип культуры, отображает моральные и этические устои, а также, юридические и религиозные кодексы общности.

1.4. Ключевые понятия аксиологического анализа и его классификации

Аксиологическая методология сформировалась под влиянием Неокантианской философской традиции, основываясь на кантианском трансцендентализме. Он включает в себя такие понятия как: «трансцендентное», «имманентное», «трансцендентальное».

Трансцендентный (лат. transcendens – выходящий за пределы) - термин средневековой схоластической философии, который характеризует предмет религиозного и метафизического познания и обозначает аспекты бытия, выходящие за сферу ограниченного существования конечного, эмпирического мира.

Имманентный (лат. immanens - пребывающий в чем-либо, свойственный чему-либо) – понятие, означающее внутренне присущее какому-либо предмету, явлению, процессу то или иное свойство, закономерность.

Трансценденталии характеризовали высшие и универсальные предметы метафизического познания. Средневековая философия относил к ним шесть категорий:

- сущее;
- субстанция;
- иное;
- единство;
- истина;
- благо.

Трансцендентальное по Канту – всякое познание, занимающееся не столько предметами, но и видами нашего познания предметов. Неокантианская аксиология основывается на идее, что ценности несомненны по отношению к отдельному сознанию, а субъект познания есть трансцендентальный субъект, так как он предстает как носитель трансцендентных ценностей. Ценности в неокантианской философии являются абсолютными, то есть безусловны, вечны и всеобщы.

Аксиология не ограничивается только лишь неокантианским учением. Исторические изменения в вопросах о природе ценностей, привели к появлению «метода идеального типизирования» и «метода отнесения к ценности. Они легли в основу аксиологического анализа.

- Для метода «идеального типизирования» характерно формирование идеальных типов через создание социокультурной реальности, поиск единого признака и соотнесение этих типов с исторической действительностью.
- Метод «отнесения к ценности» состоит из процедуры отбора ценностно-значимых объектов и процедуры выявления ценностей в рамках этих объектов.

Метод «отнесения к ценности» модифицируется в результате изменения представлений о природе ценностей. Исследуя историческую реальность, процедура отбора выявляет культурные блага, в которых наиболее ярко выделяются ценности, присущие определенному историческому периоду. Посредством процедуры выявления ценностей, осуществляется поиск главенствующей ценности в рамках исторически существующего блага.

Согласно аксиологическому анализу, выделяют условно 14 типов ценностей, которые встречаются в ценностных системах различных культур:

- «историко-культурные» (культурное наследие, память об исторических событиях, традиции.);
- «природные» (здоровье, долголетие жителей, экология.);
- «социально-стратификационные» (имеют оппозиционное значение: «аристократизм»/«народность», «интеллигентность»/ «хамство» и т.п.);
- «государственно-политические» (законность, суверенитет и т.п.),
- «гражданско-правовые» (безопасность, справедливость);
- «коммунитарные» (взаимодействие с обществом, работа в коллективе);
- «научно-когнитивные» (знания и образовательно квалификационное «качество населения», системы образования);
- «религиозные» (обряды, религиозная литература и архитектура);
- «персоналистские» (личностное развитие, лидерство, индивидуализм);
- художественно-эстетические ценности как таковые.

Помимо основных типов ценностей, в аксиологическом анализе выделяют особые сферы существования ценностей, среди них:

- область «Практической пользы». Ее сутью является подсчет плюсов и минусов оцениваемого объекта. В рамках этой области, ценность рассматривается со стороны «полезно / бесполезно / вредно» ;
- область «Истины». Рассматривает ценности по критериям «истинно/ложно».
- область «Этики». Задаёт определенные модели поведения человека и диктует правила взаимодействия с людьми в целом. Эта область определяет ценности в терминах «хорошо / плохо», «добро / зло»;
- область «Прекрасного» - является эстетической областью, где ценность определяется в терминах «прекрасное / уродливое».
- область «Удовольствия». Рассматривает переживания и состояние человека, затрагивает сферу ощущений, гедонистических потребностей. Данная область разделяет ценности на «приятные / отвратительные».

С формальной точки зрения ценности подразделяются на позитивные и негативные, относительные и абсолютные, субъективные и объективные, этические, эстетические и логические и прочие. Несмотря на вариативность классификаций, ни одна из приводимых типологий ценностей не является исчерпывающей.

Вывод к главе I

На основании материала об аксиологической лингвистике было установлено, что концепция об аксиологичности человеческого сознания , является общепринятой. Аксиология изучает природу ценностей и их взаимосвязь между собой, ее формирование связано с Неокантианской философией. В основе аксиологической методологии лежит «метод отнесения к ценности» и метод «идеального типизирования».

Каждый из нас является представителем той или иной культуры. Человек имеет собственное представление о мире, которое формируется под влиянием культуры, опыта, традиций и ценностей. Ценности затрагивают различные сферы жизни человека и определяют интересы и потребности людей. Кроме обычного деления на «хо-

рошие» и «плохие» ценности, выделяют пять областей существования ценностей, среди которых: область «Этики», «Удовольствия», «Практической пользы», «Истины», а также область «Прекрасного».

В подсознании человека закреплён аксиологический аспект взаимодействия личности с окружающей его действительностью, а ценности формируются на основе знаний о важности объектов и явлений внешнего мира.

Неотъемлемой составляющей аксиологического анализа, является языковая картина мира, благодаря которой задается мышление и деятельность человека, а также его отношение к другим людям и предметам.

Ценностная картина мира является входит в состав языковой картины мира. Она отражает моральные модели поведения и юридические кодексы всех народов. Оценка происходит за счет психологических и физических факторов.

Глава 2. Американские фразеологизмы, как отражение национального самосознания

2.1 Понятие «фразеологизм» и его происхождение

Фразеологизм — устойчивое сочетание слов, значение которого не определяется значением входящих в его состав слов. Фразеологизмы имеют долгую историю, их стали записывать в специальных сборниках и толковых словарях еще в 18 веке. Фразеологизмами называют: крылатые выражения, афоризмы, идиомы, пословицы и поговорки. Еще М.В. Ломоносов, составляя план словаря русского литературного языка, указывал, что в него должны войти «фразесы», «идеоматизмы», «речения», то есть обороты, выражения. Огромное количество фразеологизмов содержит «Толковый словарь великорусского языка».

С переводом фразеологизмов возникают множество трудностей, так как их нельзя перевести дословно. Имея яркую эмоциональную окраску, зачастую, грамматическое значение идиом не отвечает нормам современного языка. Эти идиомы называются грамматическими архаизмами. В русском языке можно найти множество примеров таких архаизмов: «дать сдачи», «бить баклуши», «точка зрения» и др.

Будучи лингвистической дисциплиной, фразеология всесторонне изучает фразеологический состав различных языков. С научной точки зрения исследуется системность, устойчивость фразеологизмов, их происхождение, функции, а также структура.

Фразеология разрабатывает принципы выделения фразеологических единиц, методы их изучения, классификации и фразеографии — описания в словарях. С точки зрения стилистики, фразеологизмы могут быть нейтральными, разговорными и высокого стиля. В русском языке принято разделять фразеологизмы и идиомы, однако, это не так. Являясь речевыми оборотами, которые нельзя перевести дословно и разделить на отдельные слова, идиомы по роду и виду относятся к фразеологизмам. Для английского языка эти понятия синонимичны.

В английском языке не существует лингвистической дисциплины, изучающей фразеологический состав языка. В английской и американской лингвистической литературе мало работ специально посвященных теории фразеологии, (А. Маккея , У. Вейнрейха , Л.П. Смита) но и в имеющихся самых значительных работах не ставятся такие фундаментальные вопросы, как научно обоснованные критерии выделения фразеологизмов, соотношение фразеологических единиц и слов, системность фразеологии, фразеологическая вариативность, фразеобразование, метод изучения фразеологии и др..

Фразеологизм интересная и сложная языковая единица, которую можно перепутать с различными словосочетаниями. Однако, фразеологизм имеет ряд признаков, по которым можно его отличить от других языковых единиц.

Для фразеологизма характерно:

1. Воспроизводимость.

Фразеологизм является самостоятельной языковой единицей. Устойчивые сочетания уже ранее существовали в языке, они запоминаются, также как и слова, словосочетания.

2. Постоянство.

Фразеологизм можно отличить от любого словосочетания по постоянству компонентного состава, так как он имеет особую структуру и определенный порядок слов.

3. Эквивалентность.

Фразеологизм, как и любое слово, можно отнести к конкретной части речи:

-наречие (не покладая рук);

-междометие (знай наших! = восхваление);

-глагол (встать в тупик);

-прилагательное (звезд с неба не хватает = заурядный человек);

-именной оборот (стрелянный воробей = человек, опытный в чем-либо).

4. Образность.

Многие фразеологические единицы образовались на основе метафор. Каждый фразеологизм содержит в себе определенный образ, который указывает на предмет, действия, явления и называет различные признаки.

5. Целостность.

Устойчивые сочетания служат примером того, что значение фразеологизма не зависит только лишь от компонентов, входящих в его состав, ведь каждое слово может иметь значение, не схожее со смыслом фразеологической единицы. Целостное значение придается за счет связи между общим значением устойчивого выражения со значением его компонентов.

6. Раздельнооформленность.

Отличительная особенность фразеологизма состоит в том, что каждая его составляющая имеет свои грамматические особенности и является самостоятельной единицей.

7. Фразеологичность.

Фразеологичность значения у одного из компонентов устойчивого сочетания проявляется в том, компонент приобретает особое фразеологически связанное значение, лишь в рамках данного фразеологизма, а вне его может иметь самостоятельное значение и употребляться во многих свободных сочетаниях. Например, слово «белая» употребляется в языке со своим самостоятельным значением в свободных сочетаниях (белая бумага, белый снег), однако лишь в рамках устойчивого сочетания белая ворона оно приобретает свое особое, фразеологически связанное значение — «непохожий на окружающих, выделяющийся чем-то».

8. Идиоматичность.

Невозможность точного перевода фразеологизма связана с тем, что семантически неразделимое значение составляющих его компонентов, взятых в отдельности, и не совпадает с переводом.

9. Наличие эмоционально-экспрессивной окраски.

Большинство фразеологизмов кроме номинативной функции выполняют и характеристическую функцию: они не только называют предметы, явления, действия, но в тоже время, оценивают их.

2.2 Классификация фразеологических единиц

Фразеологизмы являются неотъемлемой частью языка. В этих устойчивых сочетаниях можно проследить культурные и национальные особенности различных общностей. Анализируя фразеологический состав того или иного языка, можно сделать выводы о менталитете, самосознании и ценностях изучаемых народов. Имея яркую стилистическую окраску, целостность и другие вышеперечисленные признаки, фразеологизмы становятся трудными для перевода. Для того, чтобы сохранить образность и передать точный смысл, лингвисты прибегают к переводческим трансформациям, а именно:

- замене частей речи или членов предложения (грамматические трансформации);
- генерализации, конкретизации, антонимическому переводу и др. (лексические трансформации).

Фразеологизмы классифицируют на различные группы. В данной дипломной работе будут рассмотрены некоторые из них. Наиболее емкой и распространенной стала классификация академика В.В. Виноградова, который разделяет фразеологизмы на три основные группы:

- фразеологические единства;

-фразеологические сращения;

- фразеологические сочетания.

Ниже будут представлены фразеологизмы из этих групп в соотношении с современным английским языком.

1. Фразеологические единства – представляют собой устойчивые сочетания слов, в которых сохраняются признаки семантической раздельности компонентов при наличии общего переносного значения:

To paint the devil blacker than he is – сгущать краски;

to have other fish to fry –иметь дела поважнее;

to throw mud at somebody – поливать грязью кого-либо;

to spill the beans- выдать секрет;

to throw dust into smb's eyes – заговаривать зубы;

to burn bridges – сжигать мосты;

to be narrow in the shoulders – не понимать шуток.

Отличительными особенностями фразеологических единиц являются:

1. Сохранение семантического значения отдельных элементов (например: to put a spoke in smb's wheel) ;
2. Наличие синонимичного сходства со словами или другими фразеологическими единицами (например: to paint the lily = to gild refined gold)
3. Незаменимость компонентов в устойчивом выражении (например: to hold one's cards close to one's chest);
4. Эмоционально - экспрессивная окрашенность (например: to paint the devil blacker than he is);

5.Совпадение с другими словосочетаниями из-за яркости образности (например: to burn bridges, to burn one's finger).

2.Следующей группой фразеологизмов являются фразеологические сращения – устойчивые сочетания, смысл которых не зависит от слов, входящих в их состав. Их также называют идиомами. Образность фразеологических сращений раскрывается только исторически. К примеру, слова «bay», означающее «тупик», и «beck» – «взмах руки» являются архаизмами и нигде кроме данного выше фразеологизма не встречаются. Во фразеологических сращениях потеряно связующее звено между прямым и переносным значениями, переносное для них стало основным:

To rain cats and dogs – лить как из ведра;

under a cloud –под подозрением;

in a fog – растерянный;

green old age – цветущая, бодрая старость;

take heart – не падать духом, быть смелым;

when pigs fly – когда рак на горе свиснет;

cry wolf – ложная тревога.

Характерные признаки фразеологических сращений:

1. Невозможность перестановки в составе фразеологических компонентов;
- 2.Синтаксическая неразделимость;
- 3.В составе ФС могут быть архаизмы т.е. – устаревшие слова;
4. Недопустимость добавления новых слов, четкость лексической конструкции;
5. Присутствие некротизмов – слов, не использующихся носителями языка. а

3. Последним звеном в классификации Виноградова стали *фразеологические сочетания* - устойчивые обороты со свободным фразеологическим значением:

- To pay through the nose – платить втридорога;
- a narrow escape – чудом спастись;
- the last straw- последняя капля;
- a fierce battle – свирепая схватка;
- a bosom baddy – закадычный приятель;
- to talk through one's hat - нести чепуху;
- black frost – мороз без снега.

Для фразеологических сочетаний характерно:

- 1) Возможность замены одного из компонентов;
- 2) Допустимость подбора синонима основного слова;
- 3) Перестановка компонентов в устойчивом сочетании;
- 4) Свободное употребление слов, входящих в состав фразеологического сочетания.

Помимо классификации, разделяющей фразеологизмы по семантическому свойству, лингвисты подразделяют фразеологизмы на;

- библеизмы;
- шекспиризмы;
- фразеологизмы, заимствованные из художественной литературы Древней Греции и Древнего Рима;

Библеизмы

В последнее время, ученые начали проявлять большой интерес к библеизмам, ведь, Библия - главнейший литературный источник фразеологизмов. Она оказала значительное влияние на формирование мироощущения и языкового сознания разных народов мира и обогатила фразеологическими единицами многие языки. Исследуя библеизмы, можно выделить следующие характерные черты:

- библеизмы представляют собой фразеологическую микросистему, имеющую в своей основе Библию;
- отражают морально- нравственные нормы и правила поведения;
- они обладают всеми свойствами фразеологических единиц, включая эмоциональную окраску, целостность, образность, постоянство лексических компонентов и др.

Библия в истории Англии, была самой цитируемой книгой, именно поэтому, большая часть фразеологических единиц и библейских лексических оборотов вошли в состав английского языка:

- «Daily bread» –хлеб насущный;
- «no man can serve two masters» – двум господам не служат;
- «a fly in the ointment» - ложка дегтя в бочке меда;
- «the blind leading the blind» – слепой ведет слепого;
- «the mote in one' s eye» – с своим глазу «бревно»;
- «the outer darkness» – тьма кромешная (Ад);
- «can the leopard change his spots? » – горбатого могила исправит;
- «at the eleventh hour» – в последний момент;
- «a crown of glory» - венец славы;
- «the prodigal son» – блудный сын;

«to kill the fatted calf» - заколоть жирного тельца;

«to bear one's cross» - нести свой крест.

Фразеологизмы, заимствованные из произведений Шекспира (Шекспиризмы)

Уильям Шекспир – будучи величайшим драматургом и поэтом, оставил богатое литературное наследие своим потомкам. Шекспиризация – процесс мировой культуры, вызванный интересом к его творчеству, оказала огромное влияние на литературу, музыку, театр. Его произведения – гордость нации. Язык Шекспира сыграл значимую роль в развитии литературного английского языка. В его трудах можно встретить разнообразную лексику, включая, книжную, просторечную, научную, медицинскую и др. Шекспир является автором пословиц, поговорок и идиом, активно используемых в наше время. Произведения Шекспира, значимым образом, обогатили фразеологический фонд английского языка:

«A fool's paradise» – призрачное счастье;

«neither rhyme nor reason» – ни складу, ни ладу;

«the seamy side» – изнанка, неприглядная сторона;

«midsummer madness» - умопомрачение;

«to eat one out of house and home» – живя за счет человека, разорить его;

«curled darlings» – богатые бездельники, «золотая молодежь»;

«to be hoist with one's own petard» – попасть в собственную ловушку;

«to be or not to be?» – быть или не быть? ;

«the green-eyed monster»- ревность, «чудовище с зелеными глазами»;

«salad days» – юношеская пора, рус: «молодо-зелено»;

«to win golden opinions» – вызвать всеобщее восхищение;

«ocular proof» - волнующие события;

«every inch a king» – головы до ног, полностью;

«at one fell swoop» – одним махом;

«trifles light as air» – душа нараспашку.

Язык Шекспира в оригинале необычайно труден для перевода, так как он устарел. Характерной чертой является образность, в каждом слове можно отыскать множество значений и оттенков. В трудах Уильяма Шекспира можно найти языковые формы и конструкции, которые используются различными стилевыми системами в английском языке. По числу фразеологизмов, вошедших в состав английского языка, он занимает второе место после Библии. Шекспир в своих произведениях, посредством лексических и фразеологических единиц, ярко отразил действительность, порядки, нравственные устои и ценности того времени.

Фразеологизмы, заимствованные из художественной литературы Древней Греции и Древнего Рима

Кроме фразеологических единиц, взятых из Библии и произведений Уильяма Шекспира, в английском языке, можно встретить множество афоризмов и образных выражений, заимствованных у римлян и древних греков. Наделенные экспрессивностью и красочностью, данный тип фразеологизмов встречается во многих языках мира. Чтобы понять суть фразеологизмов данной категории, необходимо знать их происхождение. Для разных народов эти лексические единицы могут нести свой смысл. За каждым фразеологическим оборотом стоит свой миф и своя история, например:

«Pandora's box» – ящик Пандоры (источник бед и несчастий);

«the golden mean» – золотая середина;

«the thread of Ariadne» – путеводная нить (то, что помогает выйти из затруднительной ситуации);

«homeric laughter» – гомерический хохот (Гомер описывал смех богов);

«a bed of roses» – ложе из роз т.е. счастливая спокойная жизнь (Богачи в Древнем Риме усыпали свои дома лепестками роз);

«the die is cast» – жребий брошен (из походов Цезаря);

«a Lucullian feast» – лукуллов пир (в честь богача по имени Лукулл, который устраивал богатые роскошные празднества);

«fiddle while Rome is burning» – развлекаться во время народного бедствия (о римском императоре, который играл на кифаре, смотря как горит Рим);

«lares and penates» – лары и пенаты (то что создает уют, в честь богов-покровителей домашнего очага);

«on the knees of the Gods» – «одному Богу известно»;

«to cry wolf too often» – поднимать ложную тревогу;

«sour grapes» – зелен виноград (о чем-то недостижимом);

«a snake in the grass» – змея подколотная;

«Augean stables» – Авгиевы конюшни (сильный беспорядок, запущенность в делах).

Фразеологизмы придают речи оригинальность и выразительность, поэтому они широко используются в литературной и устной речи. Образность, воспроизводимость и целостность -определяют их значимую роль в языке, поэтому передача на английский язык фразеологизмов - трудная задача.

Фразеологические эквиваленты могут быть полными и частичными.

Полными фразеологическими эквивалентами являются те, что совпадают по значению с русским языком, например:

-To play with fire- играть с огнем;

-a bosom friend – закадычный друг;

-a storm in a teacup – буря в стакане;

-to take the bull by the horns – взять быка за рога;

-a fine gesture – красивый жест;

-a stub in the back - удар в спину;

-from cover to cover – от корки до корки.

Частичные фразеологические эквиваленты делятся на три подгруппы:

1. Фразеологические единицы, отличающиеся по числу и порядку слов, но схожие в лексике и стилистике:

-To play into smb's hands – играть на руку кому-либо;

-not to see the wood for the trees – за деревьями леса не видеть;

-all is not gold that glitters – не все то золото, что блестит.

2. Фразеологизмы различающиеся лексически, но совпадающие по образности и стилистике:

-East or West, home is the best – в гостях хорошо, а дома лучше;

-the first portent – первая ласточка;

-to buy pig in poke – купить кота в мешке;

-to promise the moon – обещать золотые горы;

-the game is not worth the candle - овчинка выделки не стоит.

-don't count our chickens before they are hatched – цыплят по осени считают. Данный оборот переведен с помощью антонимического перевода, то есть, переводчик использовал утвердительную синтаксическую конструкцию вместо прямого отрицательно значения фразеологизма.

3. Фразеологические единицы, имеющие все общие признаки, кроме образности.

- to be an open book – быть как на ладони

- to go to bed – пойти спать, отправиться на боковую.

Кроме того, фразеологизмам характерна многозначность и омонимия, к примеру, «to burn one's fingers» может иметь два перевода: прямой- «обжечь пальцы» и переносный – «ошибиться». Фраза «Don't mention it» в первом случае можно перевести как: «не стоит благодарности» и во втором – «не напоминай мне об этом».

Чтобы упростить перевод фразеологических единиц, всегда нужно обращать внимание на его структуру и установить является ли он полным или же частичным.

Как известно, идиомы имеют все признаки фразеологизмов, в английском языке не существует различий между этими понятиями. Идиомы нельзя воспринимать дословно, они всегда употребляются в переносном значении. К примеру выражение «to be at the same boat», перевести дословно «быть в одной лодке» нельзя, потому что данная идиома имеет значение: «испытывать одинаковые трудности», «быть в одной и той же тяжелой ситуации».

Сам термин «идиома», впервые был введен английским лингвистом Логаном Пейарсаллом Смитом. Идиомы трудны для перевода, так как представители различных общностей понимают смысл идиом по-разному. Для того, чтобы дать идиоме верный перевод, необходимо понимать ассоциативные различия в речи и учитывать культурные, исторические и географические факторы народов.

Основываясь на лексической классификации идиом, по тематическому принципу Л.П. Смит выделяет следующие категории:

1. *Идиомы, связанные с насекомыми птицами и животными.*

В качестве примера можно рассмотреть идиому: «to have a bee in one's bonnet». В переводе она имеет значение «загореться идеей», «быть помешанным на чем-либо».

Словарь «Collins Dictionary of curious phrases» трактует ее так: «An idea that is something of an obsession». В английском языке, также существует фраза «to have bees in the brain», которая использовалась изначально. Замена произошла из-за того, что вариант идиомы «to have a bee in one's bonnet» имеет более подходящий образ.

В электронном словаре сленга «Alternative English Dictionary», вариант перевода этой идиомы как: «иметь в голове тараканы». Предложенный перевод имеет яркую эмоциональную окраску, тем не менее, он имеет значимый недостаток: выражение на русском языке относится к сленговому, обладает стилистической коннотацией, которая не присуща английской идиоме.

Англо-русский фразеологический словарь П.П. Литвинова предлагает перевод «быть фантазером или «быть помешанным на какой-либо идее». В данном случае был использован прием нефразеологического описательного перевода.

Проанализировав, данный пример, можно прийти к заключению, что идиомы первой группы могут совпадать или отличаться ассоциаций, вызванных носителями языка в отношении вышеуказанной идиомы. На основе этого фактора, делается выбор в пользу фразеологического или нефразеологического перевода идиоматических выражений.

2. Идиомы, связанные с названиями и именами собственными.

Для этой группы, возьмем за пример идиому «the real McCoy». Она является сленговой и имеет перевод «натуральная вещь», «не подделка».

В словаре «Oxford Idioms Dictionary for learners of English», идиома объясняется как: «something real», «authentic»

Англо-русский фразеологическом словарь П.П. Литвинова дает следующий вариант перевода этой идиомы: «неподдельное», «нечто настоящее». Потеряв образ-

ность, смысл выражения стал синонимичным. Не существует общей точки зрения о появлении данного идиоматического оборота. Тем не менее, существуют предположения об этимологии идиомы:

- произошла от хорошего шотландского виски McKay;

- другие источники упоминают известную керамику семьи Маккоев;

В любом случае, идиома имеет отношение к человеку, носившему фамилию Маккой или продукту с этим брендом. Для ее перевода был применен нефразеологический оборот, так как русскоговорящего человека, образ при упоминании «Маккой», не несет никакой информации.

3. Идиомы, связанные с явлениями природы.

В качестве примера рассмотрим идиому: «to have one's head in the clouds», имеющую перевод: «витать в облаках» или «мечтать».

В словаре «Oxford Idioms Dictionary for learners of English» для этой идиомы дается следующее значение: «not to be realistic because you are always thinking of your own hopes and dreams».

В русском языке выражение «витать в облаках» имеет относительный эквивалент. В большинстве случаев, облака у нас ассоциируются с небом. Небо для людей кажется чем-то романтическим и недостижимым. Благодаря схожим ассоциациям в двух языках, удалось сохранить художественный образ этого идиоматического выражения. Различие между выражениями лежит на уровне глагольной группы: в английском языке - “have one's head”, что дословно переводится на русский как «головой быть в...». При переводе эта конструкция была заменена глаголом витать, что связано, прежде всего, с соблюдением норм русского языка. Также глагол «витать»,

в русском языке также ассоциируется с чем-то воздушным и романтичным, благодаря чему усиливается образность данной идиомы.

Климат оказывает большое влияние на менталитет народа и, соответственно, находит отражение в речи и идиомах. Восприятие погодных явлений - разное в разных странах, что необходимо учитывать при переводе. При переводе таких идиом часты контекстуальные замены, с помощью которых усиливается образность выражения в переводящем языке.

Именно выражениям данной группы при переводе сложнее всего найти фразеологический эквивалент. Это связано прежде всего с тем, что географические названия и имена собственные, которые вызывают прямые ассоциации у жителей одной страны, могут не вызвать этих ассоциаций или вообще оказаться неизвестными для жителей другой страны. Следственно, при переводе возникает необходимость поиска другого наименования, которое будет хорошо известно читателям. В том случае, когда по ряду причин это не представляется возможным, приходится прибегать к нефразеологическому переводу.

2.3 Образ «своего» и «чужого» в американских фразеологизмах

Каждая нация имеет свои традиции, ценности и культурные особенности. В картине мира любой общности содержится элемент самоидентификации. В процессе сравнения и сопоставления себя и людей другой культуры, возникает образ «своего» и «чужого».

Национально-культурная идентификация и самоидентификация в языке реализуются посредством этнонимов – наименований представителей этносов. В представлении носителей языка за каждым этнонимом закрепляется определённый набор стереотипов, отражающий присущие данному этносу (объективно или с точки зрения народа – носителя языка) черты характера, особенности интеллектуального и культурного развития.

Так, в американском варианте английского языка существует фразеологизм «to get one's Indian up», имеющий значение «беситься», «лопаться со злости» или «лезть в бутылку». В британском варианте существует аналогичная идиома «to get one's Irish up». Исходя из приведенных примеров, можно провести аналогию по выявлению образа «чужого». Англичане также плохо относились к ирландцам, как и американцы к индейцам.

Проанализировав фразеологический состав американского варианта английского языка, можно сделать вывод, что иностранцы воплощают в себе образ «чужого» и им присущи такие черты как:

1. Невежливость и грубость. Это суждение базируется на мнении, что иностранцы не знакомы с нормами поведения.

В качестве примера можно привести американское выражение «Yankee leave», в военном жаргоне, также встречаются фразы «Dutch leave» и «French furlough»- они имеют значение «уйти без ведома офицера».

Кроме этого, существует общеанглийское выражение «French leave», что в переводе означает «уйти не попрощавшись». В русском языке тоже присутствует аналог этой фразы: «уйти по – английски» т.е. не прощаясь.

2. Порочность. Иностранцы для американцев кажутся аморальными людьми. Им приписывают такие пороки как:

сексуальная невосдержанность:

-Irish button= syphilis;

-French (Dutch) cap = a contraceptive diaphragm;

-Chinese rot = a venereal disease.

Употребление наркотических средств:

- Indian grass (hay) = marijuana;
- Chinese tobacco = opium;
- China white = heroine.

Безмерное употребление алкоголя:

- Dutch courage = something gained from drinking alcohol;
- Dutch milk =beer;
- Play sober Indian = to drink liquor.

3. Иностранцам приписываются агрессивные и вспыльчивые черты:

- Indian pow-pow = a noisy frolic or discussion;
- To get one's Irish up = to display extreme anger;

4. Иностранцы рассматриваются как люди с низким уровнем интеллекта и физическими недостатками:

- Irish hoist = coll;
- Irish hint = broad, obvious hint;
- to play someone for a Chinaman = to treat as a fool;
- Chinese ace = an inept pilot.

5. Иностранцы выглядят неудачниками и имеют низкое социальное положение:

- Indian meal = simple corn meal;

-Good Indian = dead Indian

- Irish spoon = as hovel.

Культурные особенности и ценности различных народов, порой, могут вызвать неоднозначное отношение или даже отторжение. Именно поэтому «чужое» несет аксиологическую угрозу, так как он противопоставлен «своим» ценностям. Для того, чтобы не возникло столкновения между культурами, необходимо с пониманием относиться к национальной культуре и попытаться найти сочки соприкосновения.

Образ «своего» во фразеологии американского варианта английского языка

Первые фразеологические выражения, относящиеся к американской нации, обладали низкой степенью идиоматичности. Выражение «city upon a hill» -«град на холме», появилось в ранний исторический период страны. Оно олицетворяет восприятие себя, как образцового общества. Эта фраза, со временем, стала символом американского сознания. «City upon a hill» часто можно слышать в речи американских политиков.

Противопоставление своей общности другим народам, включая, иммигрантов, индейцев и выходцев из Европы можно проследит в следующем выражении:

«Our folks» - оно обозначает людей, живущих в своей стране. Американцы объясняют его так: «our folks are people who belong to the country, the locals as opposed to outsiders».

Первопоселенцы стремились создать общество, основой которого станут высокие моральные ценности. Соблюдение библейских законов и строгие нравственные порядки – стали движущей силой американского народа того времени. Это послужило появлению американского историзма «prudential affairs» - «вопросы благоразумия».

Следование религиозным канонам и соблюдение обычаев привело к появлению так называемой «Модели христианской добродетели». Построение Царства Божия в

Новом Свете – основная миссия философии Пуритан. О «Модели христианской добродетели» часто говорят в своих речах политики и президенты:

A Model of Christian Charity: «For we must consider that we shall be the City upon a hill. The eyes of all people are upon us, so that if we shall deal falsely with our god in this work we have undertaken, and so cause him to withdraw his present from us, we shall be made a story and a by word through the world.»

Фразеологические обороты, появившиеся в колониях Нового Света, позволяют увидеть перемену в отношениях с метрополией. В первой половине XVIII века колонисты называли свою родину «Mother country», а затем «Mother England»

Другими примерами фразеологических единиц, зародившихся в период становления американского общества являются:

-«first father» Первопоселенцы и основатели нового общества, использовали это выражение, чтобы продемонстрировать свою значимость в той или иной роли;

-«new ground» - выражение появилось в 1624 году. Речь идет о том, что они создавали свой собственный «мир» заново. Существует объяснение этому понятию: «new ground- is a land which has just been cleared for cultivation»;

- «old town» - «attract of clear land formerly the sight to an Indian village». В дальнейшем эта фраза обозначала часть города, принадлежавшую ранее испанцам;

-«first goer» -первопроходец, появилось в 1654 году. Существует исконное толкование этого понятия: «first goer – is someone who goes into a new community first».

2.4. Базовые ценности американского общества, отраженные во фразеологизмах

Для каждого общества характерна своя система ценностей, отражающая фундаментальные общественные потребности. Американцы, будучи людьми уверенными в своей исключительности, полагают, что история и религия оказала не сильное влияние на них, а ценности, которым следуют они выбрали сами.

Структура национального характера включает в себя национальный темперамент, национальные предрассудки, ценностные ориентации, привычки и поведение, потребности и вкусы. В эту структуру можно добавить реакции на внешний мир, исторически сформированные, традиционные, своеобразные массово-психологические свойства.

С момента возникновения государства и американской общности, начали формироваться культурные особенности и национальный характер.

Образ жизни первых американских поселенцев способствовал развитию демократии. Необходимость кооперации для того, чтобы строить поселения, добывать пропитание и осваивать земли поддерживала убежденность в том, что в Новом Свете все люди равны и ни у кого нет каких-либо особых привилегий. Требование равенства определило отношения тринадцати колоний с метрополией – Англией.

Составной частью американского мировоззрения стала пуританская доктрина о призвании, в которой в качестве средства служения Богу рассматривались трудолюбие, возвышалось значение практического успеха в жизни, поощрялся мирской аскетизм. Такой взгляд на доктрину содействовал формированию индивидуализма, бережливости, упорного труда и т.д.

Бывший директор информационного агентства США Л.Р. Кольс в работе «Ценности, которыми живут американцы» («The Values Americans Live By») в ряду основных ценностей выделяет:

1. Равенство, эгалитаризм;
2. Индивидуализм и приватность;
3. Конкурентоспособность и свободное предпринимательство;
4. Ориентация на работу;
5. Неформальность;
6. Практичность и эффективность;

7. Материализм.

К.С. Гаджиев в качестве основных ценностей, присущих американскому национальному характеру, указал индивидуализм, предприимчивость, трудолюбие, прагматизм, ориентацию на успех.

Еще одной ценностью, взаимосвязанной с индивидуализмом, является ориентация на успех или «Американская мечта». Сущность данной ценности заключается в идее о том, что американское общество является страной неограниченных возможностей, открытым обществом, в котором каждый человек, независимо от социального статуса и происхождения, может добиться успеха, опираясь лишь на собственные силы.

Базовые ценности американского общества, отраженные во фразеологии, могут быть представлены в виде взаимосвязанных фразеосемантических групп «Индивидуализм», «Соревновательность» и «Конформизм».

- 1) Индивидуализм - приоритет личности, равенство возможностей, ("selfreliance" - независимость, самостоятельность, опора на собственные силы);
- 2) Соревновательность - ориентация на успех, стремление к лидерству;
- 3) Конформизм - необходимость соответствия принятым в обществе стандартам как мерилу успешности.

Вывод к главе 2

На основании материала о базовых ценностях американской нации, отраженных во фразеологических единицах, были представлены различные классификации фразеологизмов и их отличительные признаки.

В основе формирования национального характера лежат такие структурные признаки как: темперамент, ценностные ориентиры, привычки, потребности, вкусы и поведение. Характерными чертами американцев является патриотизм, трудолюбие, прагматичность и целеустремленность.

Каждому обществу свойственна собственная система ценностей. В ходе рассмотрения материала, удалось выявить следующие ценности, присущие американскому народу: равенство, эгалитаризм, индивидуализм, приватность, конкурентоспособность, свободное предпринимательство, ориентация на работу, неформальность, практичность, эффективность и материализм.

Не мало важным фактором, также, является вопрос о национальной идентификации, который ярко выражен в образе «своего» и «чужого» в представлениях американского общества.

Глава 3. Аксиологический анализ американских фразеологизмов современных американских авторов

1.1. Кен Кизи «Пролетая над гнездом кукушки»

Сатиристический антиутопический роман Кена Кизи «*One Flew Over the Cuckoo's Nest*» стал визитной карточкой американской «контркультуры»- протестамолодежи против морали и вкусов «общества потребления». Он входил в топ-список самых запрещаемых романов на территории США, наряду с такими произведениями как «Великий Гэтсби», «Улисс» и «Над пропастью во ржи», а в настоящее время составляют золотой фонд американской литературы.

Заголовком книги и ее эпитафией стали строчки из детской считалочки:

«Vintery, mintery, cutery, corn,
Apple seed and apple thorn;
Wire, briar, limber lock,
Three geese in a flock.
One flew east,
And one flew west,
And one flew over
The cuckoo's nest.»

В начале идет аналогия с русскоязычной считалочкой «эники-беники», а затем речь идет о гусях, один из которых полетел на восток, другой на запад и третий «над кукушкиным гнездом».

Само название романа носит метафорический характер. Cuckoo's Nest (кукушкино гнездо) -является оксюмороном и в американском сленге переводится как «психушка» или «сумасшедший дом». По мнению автора, психушка- это аллегорический портрет Америки второй половины 20 века, а побег из нее-это как полёт над гнездом кукушки. Название произведения можно интерпретировать иначе: «кукушкино гнездо» -гнездо без птенцов. По мнению кинокритика Сергея Кудрявцева, Америка – пустое гнездо, а ее дети «оказываются бесприютными пасынками, бесконечно

блуждающими по дорогам жизни». Также, принято считать, что название романа связано с индейцем Бромденом, который в конце концов вырвался из оков психиатрической больницы.

Роман Кена Кизи содержит множество фразеологических единиц, идиом, американизмов и жаргонной лексики. Для дипломной работы была взята книга «One flew over the Cuckoo 's Nest» Ken Kesey (Modern Prose) Капо, 2004. Проанализировав произведение с точки зрения аксиологической лингвистики, можно выделить следующие примеры:

-«And since it is Monday, boys, why don't we **get a good head start** on the week by shaving poor Mr. Bromden first this morning, before the after-breakfast rush on the shaving room, and see if we can't avoid some of the — ah — disturbance he tends to cause, don't you think?»

Get a good start-получать преимущество на старте, начать раньше кого-либо/ чего-либо. Данное фразеологическое сращение относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает такую ценность, как «конкурентноспособность».

Повествование идет от лица индейца Вождя Бромдена, одного из пациентов клиники, который долгое время притворялся глухонемым. Вождь является индикатором чувств, мыслей и рассуждений самого Кена Кизи.

-« When you **got something under your belt** you're stronger and more wide awake, and the bastards who work for the Combine aren't so apt to slip one of their machines in on you in place of an electric shaver.»

Get something under (one's) belt –иметь большой опыт, «за плечами», достичь чего-либо. Идиоматическое выражение относится к фразеосемантической группе «индивидуализм» в приоритете которой, «опора на собственные силы». Данное выражение раскрывает «персоналистические ценности».

-«But like always when I try to place my thoughts in the past and hide there, the fear close at hand seeps in through the memory.»

Close at hand-близко, под рукой, рукой подать. Данный пример раскрывает важность времени и отражает такую ценность, как «прагматизм».

-«**I take off my hat,**» Harding says, bows his head, and shakes hands with Mc Murphy.»Дэйл Хардинг выделялся на фоне других пациентов клиники, так как был самым образованным и мог вести беседу в достаточно вежливой форме.

Take one's hat off to (someone) -снимать перед кем-либо шляпу в знак уважения, отдавать должное кому-либо. Это фразеологическое единство относится к области «этики», в которой ценность определяется внутренней моралью и правилами поведения.

-«Please understand, I appreciate the way you've **taken it upon yourself to** orient with the other patients on the ward, but everything in its own good time, Mr. Mc Murry.»

Take it upon oneself to (do something) - братьнасебяответственность. Данная идиома относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает такие ценности как «конкурентоспособность» и «эффективность».

-«And do you think I'm gonna argue with the court?

Shoo, you can **bet your bottom dollar** I don't.»

Bet one's bottom dollar - Чувствовать себя очень уверенным в чем-либо; не иметь никаких сомнений. Идиома относится к фразеосемантической группе «индивидуализм», в которой раскрываются «персоналистические ценности».

-«I think somebody m-m-measured him once at s-six feet seven, but even if he is big, he's **scared of his own sh-sh-shadow.**»

* m-m-measured /sh-sh-shadow –герой романа Билли Биббит имел дефект речи и постоянно заикался. Билли боялся высказать свое мнение и не мог защитить себя. Приведенный пример всецело характеризует его, как трусливого и неуверенного в себе человека.

Scare /afraid of one's own shadow-бояться собственной тени, быть боязливым. Это фразеологическое сращение отражает «персоналистические ценности» в противоположном значении.

Главным героем романа является Рэндл Патрик Макмерфи, который решил лечь в психиатрическую больницу, чтобы избежать тюремного заключения. Макмерфи – скандалист, картежник и бунтарь. Его персонаж- олицетворение силы и движения к свободе. Он побуждает других пациентов вырваться из «гнезда кукушки» и начать прокладывать свой путь. В его речи преобладает нецензурная и жаргонная лексика. По его умению вести диалог, можно выделить экспрессивные и доминантные черты. Анализируя приведенные ниже примеры, можно судить о том, что в речи Макмерфи, согласно аксиолингвистике, преобладают гедонистические и персоналистические, а также социально-стратификационные ценности в переносном значении.

-«The Acutes look spooked and uneasy when he laughs, the way kids look in a school-room when one ornery kid is **raising** too much **hell with** the teacher out of the room and they're all scared the teacher might **pop back** in and **take it into her head** to make them all stay after.»

Raise hell with (someone or something) -устроить скандал кому-либо, учинить разнос из-за чего-либо, шумно пировать, праздновать, кутить. Несмотря на вариативность перевода этого фразеологического единства, в данном контексте «to raise hell with» имеет значение «ходить на голове». Этот пример отражает «социально-стратификационные» ценности в оппозиции (хамство, разгульный образ жизни), а негативная окраска частично затрагивает образ «Чужого».

В отрывке также представлено фразеологическое сращение «*popback*» (informal) – спонтанно выйти, вернуться за чем-либо и фразеологическое единство *take it into one's head to do (something)* - взбрести в голову, вбить себе в голову. Эти примеры отражают такую ценность как «неформальность».

-«Nobody's sure if this barrel-chested man with the scar and the wild grin is play-acting or if he's crazy enough to be just like he talks, or both, but they are all beginning to **get a big kick out of** going along with him.»

Get a kick out of (someone or something)-получать удовольствие от кого-либо/ чего-либо. Пример затрагивает область «удовольствия» и отражает «гедонистические ценности».

-«They are tall and sharp and bony and their faces are chipped into expressions that never change, like flint arrowheads. Their eyes **come to points**.»

Come/get to the point - говорить по существу, переходить к делу. Этот пример иллюстрирует такие ценности как «практичность» и «ориентация на работу». Однако в данном контексте, фразе «their eyes come to points» дается перевод: «глаза-шила».

-«He claps his fat hands at the day-room door. “Oh, hello guys; **stiff lip**, stiff lip... look around, girls; isn't it clean, so bright?»

Stiff lip сокр. от *keepastiffupperlip* - быть храбрым, храбро встретить неприятности, не вешать нос. Пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность» в значении «ориентация на успех» и отражает «персоналистические» ценности.

-«No, what the dickens, let's make it **on the house**.» - «Гори оно огнем, давай за наш счет».

On the house- бесплатно, за счет заведения. Данный пример иллюстрирует «коммунитарную» ценность.

-«Doc, let me tell you” — he leans forward with an elbow on a knee, lowering his voice to the doctor across the room — “that little hustler would of actually **burnt me to a frazzle** by the time she reached legal sixteen.

Be burnt/wornt o a frazzle -измотанный, измочаленный, совершенно изношенный. Отражает «персоналистические» ценности. Идиома в данном контексте имеет перевод- «оставила бы от меня одни шкварки».

-«Your nurse don't know this; she's not going to be looking out for somebody coming at her with a trigger-quick mind like I obviously got. These things **give me an edge** I like.»

Give (have) an edge –иметь преимущество, иметь козырь. Этот пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает такую ценность, как «конкурентноспособность».

-«And Billy ducked his head and blushed — like he's doin' now — and we were **a shoo-in**».

Be a shoo-in – быть бесспорным победителем. Пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает такую ценность, как «конкурентноспособность». Однако, в данном контексте переводчик использовал не слово «победитель», а использовал фразу «дело в шляпе». «Билли – глазки в землю и покраснел, вот как сейчас, но все уже, дело в шляпе.»

-«Hooowee, I've seen some bitches in my time, but she **takes the cake**.»

Take the cake -быть из ряда вон выходящим, быть исключительным, быть самым лучшим или самым худшим. В Южной Америке в 19-20-хх веках «take the cake» было названием своеобразного стиля танца, а призом был пирог. Тем не менее, выражение появилось задолго до этого. Греки использовали «take the cake» как символический подарок за победу. В 420 году до нашей эры, Аристофан сочинил пьесу «Рыцари», которая высмеивала влиятельного афинского политика, Клеона: «*If you surpass him in impudence the cake is ours*»

(дословно: Если ты превзойдешь его наглостью - пирог наш.). Данный пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает «персоналистические» ценности.

1.2. Фрэнсис Скотт Фицджеральд «Великий Гэтсби»

«Великий Гэтсби» (The Great Gatsby) - роман был опубликован в 1925 году и является представителем так называемого «Века Джаза» в американской литературе. Гэтсби был незаурядным человеком, с большими способностями и неукротимой жизненной энергией, однако, он растратил себя, погнавшись за ложными ценностями - богатством и ничтожной, испорченной женщиной. Бытует мнение о том, что великим (Great) своего героя Фицджеральд назвал потому, что хотел показать своё ироничное отношение к нему. С одной стороны, Гэтсби имел репутацию таинственного богача и любителя пышных празднеств, а с другой, он был велик своей силой преданности мечте и душевной щедростью.

Роман Фицджеральда интересен для изучения через призму аксиолингвистики, так как богат фразеологическими единицами, идиомами и разнообразными лексическими оборотами. Для дипломной работы была взята «The Great Gatsby» F. S. Fitzgerald изд. «Эксмо» 2015.

Сюжет произведения достаточно прост, однако, автор неоднократно заявлял, что «Великий Гэтсби» является лучшим его романом. Главный герой- это прототип самого Фицджеральда: оба- выходцы с Запада, оба попали в одинаковую любовную ситуацию. Вводя в книгу «лицо от автора», Фицджеральд последовал принципу «безличного искусства». Этим лицом является Ник Каррауэй, через восприятие которого читатели знакомятся с сюжетной линией романа:

-«No- Gatsby **turned out all right** at the end; it is what preyed on Gatsby, what foul dust floated in the wake of his dreams that temporarily closed out my interest in the abortive sorrows and short-winded elations of men.» (Нет, Гэтсби себя оправдал под конец; не он, а то, что над ним тяготело..).

Turn out all right/good - сойти, закончиться хорошо, благополучно. В данном контексте идиома имеет перевод: «оправдать себя». Пример затрагивает область «практической пользы», где ценность определяется в результате хорошо/плохо.

-« “Civilization’s **going to pieces**,” broke out Tom violently.»

Go to pieces - сильно расстроиться, потерять над собой контроль, выйти из строя, обанкротиться, вылететь в трубу, трещать по всем швам. Это фразеологическое единство раскрывает «персоналистические» ценности во оппозиции.

-« He **was so hard up** he had to keep on wearing his uniform because he couldn’t buy regular clothes.»

Полной версией идиомы является «*To be hard up against*» -быть в тяжелом финансовом положении. Автор опускает компонент “against”, создавая эффект недоговоренности, чтобы стало ясно, что Волвшим (один из героев) лукавит. Вэтомприме-репроиллюстрированы «материальные» ценности.

-«So the whole caravansary had **fallen in like a card house** at the disapproval in her eyes.»

Fall like a house of cards-рассыпаться как карточный домик.

«*House of cards*» -карточный домик, ненадежное положение дел. Данная американская идиома отражает такие ценности, как «практичность и эффективность» в противоположном значении.

-« You let him go to jail for a month over in New Jersey. He came to us dead broke»

Dead broke-без копейки, без гроша за душой. Данное идиоматическое выражение отражает «материалистические» ценности.

-«The caterwauling horns had reached a crescendo and I turned away and cut across the lawn toward home.»

To reached a crescendo- делать (достигать) крещендо. Крещендо – музыкальный термин, обозначающий постепенное нарастание силы звука, кульминацию в отрывке произведения. Делать крещендо = достичь апогея. Это идиоматическое выражение отражает такие ценности, как «практичность и эффективность».

-«He told me I **ate like a hog** once, and I beat him for it»

To eat like a hog (horse) – иметь неумный аппетит, есть как свинья. Пример затрагивает «область удовольствий», определяющую ценность в терминах «приятное-отвратительное».

Последующие примеры относятся к Тому Бьюкенену – жестокому человеку из состоятельной семьи. Основными чертами Тома были порочность, лицемерие и необоснованная ревность к своей супруге:

-«I even **had a short affair with** a girl who lived in Jersey City and worked in the accounting department, but her brother began throwing mean looks in my direction, so when she went on her vacation in July I let it blow quietly away.»

Have an affair with-завести роман, любовную связь на стороне, даже будучи в браке. Этот пример относится к «социально-стратификационным ценностям» в оппозиции (верность –распушенность).

-«**Wolf-like under the sheep's** clothing of long- staple Australian wool, he considered the world of pleasure, the incorruptible Mediterranean with swit old dirt in the olive trees, the pheasant girl near Savona with face as green and rose as the colour of an illuminated mis-sal.»

Wolf in the sheep's clothing – волк в овечьей шкуре (опасный человек, который стремится казаться безобидным). Данное фразеологическое сочетание взято из Евангелия. Пересказывая Нагорную проповедь, Матфей вспомнил такие слова Иисуса: «Берегитесь лжепророков, которые приходят к вам в овечьей одежде, а внутри суть волки хищные». Оно относится к «историко-культурным» ценностям.

-«After that she didn't **play around with** the soldiers any more, but only with a few flat-footed, short-sighted young men in town, who couldn't get into the army at all.»

Play around with– флиртовать, заигрывать, насмехаться над кем-либо. Данный пример относится к «социально-стратификационным ценностям» в оппозиции (верность –распущенность).

-«They were careless peoples, Tom and Daisy—they smashed up things and creatures and then retreated back into their money or their vast carelessness, or whatever it was that kept them together, and let other people **clean up the mess** they had made».

To clean up the mess – наводить порядок, заметать следы, разбираться с делами или неприятностями. Отнести пример к конкретной категории ценностей сложно. С одной стороны, исходя из контекста и перевода, можно предположить, что он иллюстрирует «социально-стратификационные ценности». Однако, в прямом значении, пример отражает такие ценности, как «практичность и эффективность».

-«He **threw dust into your eyes** just like he did in Daisy's, but he was a tough one. He ran over Myrtle like you'd run over a dog and never even stopped his car.»

To throw dust in smb's eyes – пускать пыль в глаза, вводить в заблуждение, обманывать. («Он вам пускал пыль в глаза, и тебе и Дэзи, а на самом деле это был просто бандит» - речь идет об убийстве жены Тома). Пример затрагивает область «этики», где ценность рассматривается в терминах «добро-зло \ хорошо-плохо».

Приведенные ниже примеры раскрывают характер и ценности главного героя Джея Гэтсби:

-«My family has been prominent, **well-to-do** people in this Middle Western city for three generations.»

Well-to-do - состоятельные, обеспеченные (слои общества). Пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает «материальные» ценности.

-«He dismissed all the dances he had given with a **snap of his fingers**.»

Snap one's fingers- смотреть с презрением, пренебрегать, игнорировать. Это фразеологическое единство относится к «социально-стратификационным ценностям» в оппозиции.

-«Whenever he sees I'm painting the town red he wants to go home.»

To paint the town red-бурно отдыхать и веселиться, уйти в загул. Происхождение идиомы связано ирландским аристократом по имени Генри Бересдорф, имевшим репутацию пьяницы и хулигана. Однажды со своими друзьями, будучи в нетрезвом состоянии, оказывали сопротивление на заставе, выкрасив красной краской местного констебля и двери многих зданий. Идиома отражает «образ чужого», так как разгульный образ жизни, противопоставлен ценностям американцев.

-«Again at eight o'clock, when the dark lanes of the Forties were five deep with throbbing taxicabs, bound for the theater district, I left a **sinking in my heart.**»

One's heart sank into one's boot (сокр. *Heart sink*) –сердце замерло, сердце опустилось в ботинки (рус. «душа в пятки ушла».) Храбрость и отважность – являются ценностями американского народа. Пример является отражением этих ценностей, однако, в противоположном значении.

-«He was clutching at some last hope and I couldn't bear to shake him free.»

Clutch at a last hope-держаться за последнюю надежду. Фразеологизм входит во фразеосемантическую группу «соревновательность» и отражает «персоналистические» ценности.

-«If that was true he must have felt that he had lost the old warm world, **paid a high price** for living too long with a single dream».

To pay a high price for something –дорого обойтись, платить большой ценой в прямом и переносном значении. Приведенный пример отражает «материалистические» ценности.

-«There was nothing I could say, except the one unutterable fact that it wasn't true. And if you think I didn't have my share of suffering—look here, when I went to give up that flat and saw that damn box of dog-biscuits sitting there on the sideboard, I sat down and **cried like a baby**».

Cry like a baby- рыдать как дитя, горько плакать. Идиома описывает эмоциональное состояние. Стойкость и твердость характера являются «персоналистическими» ценностями американцев. Данный отрывок отражает эти ценности в оппозиционном значении.

-«Its vanished trees, the trees that had made way for Gatsby's house, had once pandered in whispers to the last and greatest of all human dreams; for a transitory enchanted moment man must have held his breath in the presence of this continent, compelled into an aesthetic contemplation he neither understood nor desired, **face to face** for the last time in history with something commensurate to his capacity for wonder.»

Face to face-лицом к лицу, лично. Пример относится к фразеосемантической группе «индивидуализм» и иллюстрирует «персоналистические» ценности.

-«“Don't ask me,” said Owl Eyes, **washing his hands of the whole matter**.»

Wash one's hands of someone or something-снять с себя ответственность, отказаться от чего-либо, умыть руки. Идиома появилась из библейского эпизода из Евангелия от Матфея. Прокуратор Понтий Пилат во время суда над Христом совершил традиционное для иудеев ритуальное омовение рук, чтобы продемонстрировать, что невиновен в совершаемом убийстве и не несет за него ответственности. Данный пример является библеизмом и иллюстрирует «историко-культурные» ценности.

1.3. Примеры использования фразеологических единиц другими современными американскими авторами

Для анализа фразеологизмов и выявления базовых ценностей американской нации было взято произведение Джерома Дэвида Сэлинджера «The Catcher in the Rye», а также роман Стивена Кинга «The Green Mile».

Приведенные примеры из романа «Над пропасть во ржи», представлены от лица рассказчика, которым является семнадцатилетний школьник Холден Колфилд. Он – импульсивный подросток-бунтарь, который не терпит лжи и фальши. Для него неприемлемо наигранное поведение, он не стыдится говорить в своих ошибках и показывать слабые стороны. Холден колко реагирует на окружающую его действительность и не признает общих канонов и моральных ценностей современного американского общества. Его речь очень экспрессивная, по лексическому составу, преобладают неформальные выражения (сленг), а также обценная лексика.

-«Since 1888 we have been molding boys into splendid, clear-thinking young men. **Strictly for the birds**. They don't do any damn more molding at Pencey than they do at any other school.»

Strictly for the birds -так говорят о чем-то низкокачественном, так себе, никуда не годится, ненужный, бессмысленный. Данное идиоматическое выражение касается «области практической пользы» в аксиологической оценке бытования (вредно-полезно/ бесполезно).

-«The game with Saxon Hall was supposed to be a very **big deal** around Pencey.»

-«I was the goddam manager of the fencing team. Very **big deal**.»

A big deal-что-либо важное, значимое, серьезное. Часто используется в противоположном смысле, в отношении того, что только кажется важным, но таковым не является. Этот пример также охватывает «область практической пользы» ценностей.

-«They were both around seventy years old, or even more than that. They **got a bang out of things**, though-in a haif-assed way, of course.»

-«You take somebody old as hell, like old Spencer, and they can **get a big bang out of** buying a blanket.»

Get a bang out of (someone or something)-находить удовольствие в ком-либо \ чём-то. Пример относится к «области удовольствия» и отражает «гедонистические ценности».

-«He put my goddam paper down then and looked at me like he'd just **beaten hell out of** me in ping-pong or something.»

Beat the hell out of something- быть намного лучше, разнести в пух и прах, одержать победу. Фразеологизм относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает ценность «конкурентноспособности».

-«It was a very crude thing to do, in chapel and all, but it was also quite amusing. He damn near **blew the roof off.**»

Blow the roof off -сорвать маску, разоблачить кого-то, снести крышу (в прямом и переносном значении). Данный пример относится к «области этики», где ценность определяется в рамках «хорошо-плохо».

-«He'd never seen it before. I was out of breath anyway, so I quit **horsing around.** I took off my hat and looked at it for about the ninetieth time.»

To horse around-валять дурака, играть, дурачиться, беситься, шуметь. Пример относится к «области этики» и отражает «этические ценности» в оппозиционном значении.

-«They both **laughed like hyenas** at stuff that wasn't even funny. I didn't even enjoy sitting next to them in the movies.»

Laugh like a hyena- ржать, смеяться как ненормальный, ржать, гоготать (дословно: смеяться как гиена). Пример относится к области «этики», его ценность имеет оппозиционное значение.

Одним из самых известных произведений Стивена Кинга стал роман «Зеленая Миля». Действие разворачивается в тюрьме «Холодная гора», где блок смертников, обреченных на казнь прозвали «зеленая миля». Это драма о необычайно добром че-

ловеке, который в силу обстоятельств оказался под тюремным заключением и со смирением ожидает судебного дня.

-«We were far too old **to settle an argument with** a fist-fight, so we consulted Atticus.»

To settle an argument with\ settle a score with someone- свести счеты, решать спор кулаками расквитаться, отплатить. Пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает «персоналистические» ценности.

-«I've always thought this "**get-it-over-with**" business was overrated. Anyway, I didn't hurry to Warden Moores's office.»

Get something over with - преодолеть что-либо, оправиться после болезни, сделать что-то скорее. Данный пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность» и отражает такие ценности как «практичность и эффективность» по классификации Л.Р. Кольса.

-«Has rambled all over the state for the last year or so, and has **hit the big time** at last.»

Hit the big time – добиться успеха, прославиться, стать известным. Пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность», в нем отражены ценности «конкурентноспособности» и «эффективности».

-«Dean said he could see that upset in Arlen Bitterbucks eyes... even in The President's eyes, although that gentleman was usually as cool **as the storied cucumber**.»

As cool as a cucumber- демонстрировать невозмутимое спокойствие, быть расслабленным, быть хладнокровным. Фразеологизм появился в 16 веке в период изобретения термометра. Опыт на огурцах показал, что даже в жаркий день внутри овоща сохраняется температура ниже градусов температуры воздуха. Пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность», в нем отражены такие ценности, как «ориентация на работу» и «конкурентноспособность».

-« You also scared the cheese out of Bill wits, out of me, and out of them, Dean said, pointing in the direction of Bitterbuck and Flanders.»

Scare out of one's wits(informal)-напугать до смерти, сильно испугать. Пример относится к фразеосемантической группе «соревновательность», в нем отражена такая ценность, как «неформальность».

-«He hesitated again, looking near sightedly around almost as if he expected to see that the walls had grown ears, before finishing:

'Someone like Percy Kiss-My-Ass-and-Go-to-Heaven Wetmore.'»

Walls have ears-нас могут услышать, «у стен есть уши». Данное фразеологическое сочетание имеет русскоязычный эквивалент: «Лес видит, а поле слышит». В английском языке фраза появилась в 1620 году. Высказывание появилось из рассказа о Дионисе Сиракузском 430- 367 в до н.э. В его дворце был вырезан столб в виде большого уха, благодаря которому, он мог слышать, что происходит в других комнатах. Подобные столбы устанавливались и в других дворцах. Этот пример охватывает область «этики» и «практической пользы», согласно основным областям бытования ценностей в аксиологическом анализе.

Заключение

Результаты данной дипломной работы показали, что базовые ценностные ориентиры американского общества, отраженные во фразеологических единицах, совпадают с классификациями ценностей, представленных лингвистами и социологами. В теоретической части были представлены классификации Виктора Владимировича Виноградова, Логана Смита, Кольса и Каламудина Гаджиева.

Анализ фразеологического состава американского языка позволил выделить следующие основные фразеосемантические группы: первой является - «индивидуализм», в которой раскрывается приоритет личности, равенство возможностей, независимость и самостоятельность. Вторая группа – «соревновательность», к ней относится ориентация на успех и стремление к лидерству. Третья – «конформизм», в ней рассматривается проблема соответствия принятым в обществе стандартам, как критерию успешности.

Для анализа фразеологического состава языка были взяты следующие произведения: Ken Kesey «One Flew Over the Cuckoo's Nest», F. Scott Fitzgerald «The Great Gatsby», J. D. Salinger «The Catcher in the Rye» и Stephen King «The Green Mile». Посчитав процентное соотношение приведенных примеров, следует отметить, что в 40% случаев во фразеологических единицах были отражены «персоналистические ценности» и «индивидуализм», в 30% ценность «конкурентноспособности» и фразеосемантическая группа «соревновательность», в 15% примеров были проиллюстрированы «материальные ценности», в 5% - «равенство и эгалитаризм», оставшиеся 10% включали в себя «историко-культурные» ценности, «неформальность», «практичность и эффективность», «социально-страфикационные» ценности, «коммунитарные» и другие.

На основе пяти областей бытования ценностей в аксиологическом анализе, 50 % приведенных примеров отражали область «Этики», 30% - область «Практической пользы» и 20% - затрагивали области «Истины», «Прекрасного» и «Удовольствия».

Прослеживая ценностные установки американского общества, необходимо особо выделить консерватизм ценностей, который глубоко укоренен в национальном сознании.

Утверждение собственной целостности как национально-культурной общности происходит также через отрицание «чужого», в котором видится все плохое, вредоносное, поскольку может представлять угрозу стабильности привычного уклада жизни.

Американцам, как и представителям любой нации, свойственно считать себя уникальными. В основе национального характера лежит стремление к победе, поэтому им важно побеждать всегда и во всем. С детства детей учат проявлять лидерские качества, быть самостоятельными и ответственными. Любовь к Родине, повлияла на формирование одной из главных ценностей- патриотизм. Они гордятся своей страной, законами и, конечно же, независимостью. Право на неприкосновенность соблюдается повсеместно в каждом штате. Отличительной чертой и в тоже время ценностью, является высокая работоспособность, которая связана со стремлением к финансовой независимости. Это стремление, также, проявляется в базовой ценности «материализм». Доктрина о трудолюбии уходит корнями в протестантскую религию. Ее суть заключается в том, что каждый человек ответит перед Богом за свои деяния и только те, кто работает много и усердно угодны Ему.

Вышеназванные понятия «работоспособность» и «материализм», в свою очередь, являются ключевыми элементами «американской мечты». Каждый житель США слышал об «American Dream». Для большинства она является верой в успех и процветание, а для остальных – недостижимым идеалом. Термин «американская мечта» можно увидеть в сотнях книг, песен и фильмов. По мнению Мартина Лютера Кинга, «American Dream» выступает гарантом равенства для общества и правом быть услышанными. Однако, сейчас, можно сказать, что этот термин несет несколько негативную окраску, так как менялась история страны, соответственно, изменилось и понятие. Считается, что «американская мечта» стала навязчивой идеей о достижении успеха, которая принуждает накапливать имущество и приобретать ненужные вещи, чтобы соответствовать ей.

Список литературы

- 1.Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи (2005) Сб. н. тр. под ред. В. И. Карасика. Волгоград : Парадигма.
- 2.Аксиологическая лингвистика: проблемы изучения культурных концептов и этно-сознание (2002) Сб. н. тр. / под ред. Н. А. Красовского.
- 3.Баранов, А.Н. Аспекты теории фразеологии / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. М.: Знак, 2008.
- 4.Виноградов, В.В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины (1946)
- 5.Гринь, Г.С. Глагольные фразеологизмы в американском варианте английского языка: канд. филол. наук.: (10.02.04) / Г.С. Гринь. М.: Издательство МГУ, 1980. - 25
- 6.Карасик, В.И. Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи: сб. науч. тр. / В.И. Карасик / под ред. В.И. Карасика. Волгоград
7. Ларин, Б.А. Очерки по фразеологии (о систематизации и методах исследования фразеологических материалов) / Б.А. Ларин // История русского языка и общее языкознание. М.: Просвещение, 1977. - С. 125-249.
- 8.Ретунская, М.С. Английская аксиологическая лексика: монография / М.С. Ретунская. Нижний Новгород: Изд-во НГЛУ, 1996. -272 с.
- 9.Телия, В.Н. Культурно-языковая компетенция: её высокая вероятность и. глубокая сокровенность в единицах фразеологического состава языка. / В.Н. Телия // Культурные слои в дискурсивных практиках: сб. статей.-М.: Яз. славян, культуры, 2004. С. 19-29;
- 10.Шефер, Б. Социально-психологическая модель восприятия чуждого: теоретический анализ основных понятий. / Б. Шефер, М. Скарабис.
- 11.Швейцер, А.Д. Литературный английский язык в США и Англии / А.Д. Швейцер. М.: Высшая школа, 1971

12. A Dictionary of American English on Historical Principles. / Edited by W.A. Craigie & J.R. Hulbert. Chicago: University of Chicago Press, 1938-1944
13. Collins English Dictionary / Edited by S. Anderson et al., 7th edition. -Glasgow: Harper Collins Publishers, 2005. 1785
14. Cuber, J.F. Problems of American Society New York: Holt, Rinehart and Winston, 1964
15. Ken Kesey One Flew Over the Cuckoo's Nest Viking Press&Signet Books 1962
16. F. Scott Fitzgerald «The Great Gatsby» published by Charles Scribner's Sons April 10, 1925
17. Stephen King «The Green Mile», издательство Атс, 1998
18. J. D. Salinger «The Catcher in the Rye», издательство «Эксмо», 2004
19. Williams, R.M. American Society, a Sociological Interpretation / R.M. Williams. New York
20. Wierzbicka, A. (1992) Semantics, culture and cognition: Universal human concepts in culture-specific configurations. N. Y. Oxford University Press.