



UO'K: 81'25:81'373.45

ИДИОМАТИЧЕСКИЕ ВЫРАЖЕНИЯ В СВЕТЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ

IDIOMATIK IBORALAR LINGVOKULTUROLOGIYA OLAMIDA IDIOMATIK IBORALAR

IDIOMS IN THE LIGHT OF LINGUOCULTUROLOGY

Давлятова Гульчехра Насыровна¹ ¹Farg'ona davlat universiteti, dotsentХотамова Хадичахон Ботиржон кизи²²Farg'ona davlat universiteti, magistrant**Аннотация**

В статье рассматриваются фразеологические единицы как важнейший элемент языковой системы, обладающие устойчивой семантикой и специфической структурой, анализируются семантические особенности фразеологизмов, метафоричность, культурная обусловленность, а также структурные типы. Кроме того, выявляются ключевые черты идиоматических представлений, подчеркивается их роль в отражении национального менталитета и языковой картины мира

Аннотация

Maqolada turg'un semantikaga va o'ziga xos tuzilishga ega bo'lgan til tizimining muhim elementi sifatida idiomalar ko'rib chiqiladi. Semantik xususiyatlar, jumladan, tasvir, metafora, madaniy shartlash, shuningdek, idiomalarning strukturaviy turlari tahlil qilinadi. Idiomatik iboralarning asosiy belgilari aniqlanadi, ularning milliy mentalitet va dunyoning lingvistik manzarasini aks ettirishdagi o'rnini ta'kidlanadi.

Abstract

The article considers phraseological units as an important element of the language system, possessing stable semantics and a specific structure, and analyses the semantic features of phraseological units, their metaphorical nature, cultural conditioning, and structural types. In addition, key features of idiomatic expressions are identified, and their role in reflecting the national mentality and linguistic picture is emphasised.

Ключевые слова: лингвокультурология, идиомы, культурный код, фрейм, фольклорно-мифологические, этнографические, историко-реалистичные, мнемотехническая, экспериментальный перевод.

Kalit so'zlar: lingvomadaniyatshunoslik, idiomalar, madaniy kod, kadr, folklor-mifologik, etnografik, tarixiy-real, mnomotexnik, eksperimental tarjima.

Key words: linguoculturology, idioms, cultural code, frame, folklore-mythological, ethnographic, historical-realistic, mnemonic, experimental translation.

ВВЕДЕНИЕ

Идиоматические выражения являются неотъемлемой частью любого естественного языка. Они отражают специфику национального культуры, традиций, образов мышления и восприятия мира. Благодаря своей устойчивости, идиомы выполняют важные функции в языке – от номинативной до экспрессивной. Однако особенности их строения и семантики требуют детального рассмотрения, особенно в контексте межкультурной коммуникации и перевода. Изучение идиом позволяет не только глубже понять язык, но и проникнуть в ментальность его носителей.

АКТУАЛЬНОСТЬ

Идиома – это устойчивое сочетание слов, значение которого не выводится из значений составляющих его компонентов. Например, выражение «бить баклуши» означает бездельничать, хотя при дословном переводе нет смысла.

Лингвокультурология как наука исследует взаимосвязь языка и культуры. В этом контексте идиоматические выражения представляют особую ценность, поскольку они отражают национальный опыт и выступают маркерами культурной идентичности.

Лингвокультурологический подход позволяет раскрыть глубинные смыслы идиом, обусловленные ментальными и культурными установками носителей языка, оформившийся в российском языкознании на рубеже XX–XXI вв., предлагает рассматривать идиому не только как объект структуры и семантики, но и как **культурный знак**, функционирующий на пересечении языка, ментальности и социума.

В.В. Виноградов подчёркивал, что устойчивые обороты сохраняют «отголоски историко-бытовых представлений», вводя понятие **фразеологического образа** как носителя этнокультурной информации. **Н.Н. Амосова** расширяет перспективу значения: фразеологизм – продукт типовых речевых ситуаций, фиксирующий «культурную память контекста». В трудах **А.В. Кунина** идея оформляется теоретически: фразеологизм объявляется «микромоделью культуры», в которой свернута информация о ценностях, нормах и стереотипах поведения, а лингвокультурология определяется как наука, изучающая «языковое выражение духовной культуры народа».

Именно Кунин А.В. подчёркивает системность такого знания: значение идиомы складывается из **первичного образа** (часто опирающегося на материальную культуру – ремесла, быт, природные реалии), **переосмысленного переносного компонента** и **коннотативного ореола**, меняющегося по мере исторического развития. Так, «бить баклуши» отсылает к ремеслу изготовления деревянных чашек – «баклуш», но уже в XVIII в. переосмысливается как символ «праздного времяпрепровождения».

Современные исследователи Т.М. Назарова, И.П. Колесникова, О.Д. Карпова опираются на три взаимосвязанные категории:

1. **Культурный код** – устойчивая знаковая система, понятная носителям языка без дополнительного объяснения. В идиомах актуализируются коды пространства («свой / чужой» – «совать нос не в свои сани»), пищи («хлеб» – «с чужого хлеба слёзы горькие»), труда («молоть» – «молоть языком»).

2. Концепт отражает коллективные представления, такие как «СВОБОДА», «СУДЬБА», «ДУША».) Так, идиома «Авось да небось до добра не доведут» вербализует концепт «АВОСЬ», а выражение «Куда кривая вывезет» — концепт «СУДЬБА».

3. **Фрейм** – когнитивная схема типовой ситуации; например, фрейм «ТРУД» включает слоты «деятельность», «средство», «результат». Идиома «спать и видеть» моделирует ментальный фрейм «ЖЕЛАНИЕ», где сон – образно-гиперболический способ представить мечту.

Таким образом, лингвокультурологический анализ рассматривает идиому как **многослойный комплекс**: поверхностная лексическая оболочка → образная мотивировка → глубинный концепт.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ

На материале «Русского национального корпуса» и «Корпуса современной русской прозы» (работы Е. Н. Бабич, М. Ю. Бешапошниковой) выделяются несколько культурно-мотивированных групп.

- **Фольклорно-мифологические** («Сидеть на печи», «Съесть собаку»).
- **Этнографические** – связанные с бытом, ремеслом, традициями («как сыр в масле», «шито-крыто»).
- **Историко-реалийные** – отсылающие к конкретным событиям, профессиям («попасть под раздачу», «пустить козла в огород»).
- **Библейско-литературные** («взять грех на душу», «нести свой крест»).
- **Современные медийные** – продукт массовой культуры («загуглить вопрос», «выйти из пузыря»).

Каждая группа имеет собственный **ценностный вектор**: фольклорно-мифологические идиомы несут мировоззренческую оппозицию «свой–чужой»; историко-реалийные – оценку социального явления через иронию; медийные – выражают новое отношение к цифровой среде.

По наблюдениям Л.Н. Шепелевой и С.А. Савицкого выделяются пять доминирующих функций.

TILSHUNOSLIK

1. **Идентификационная** – маркирует принадлежность говорящего к определённому сообществу («по-своему брата любить – табаком угостить»).

2. **Аксиологическая** – оценивает явление в координатах Добра/Зла, Полезного/Вредного («на словах как на гусях», «за здорово живёшь»).

3. **Экспрессивная** – усиливает эмоциональное воздействие, создаёт комический эффект («работает как лошадь», «мухи отдельные – котлеты отдельные»).

4. **Текстообразующая** – структурирует повествование, задаёт ритмико-интонационный рисунок (частый приём Д. Д. Салтыкова-Щедрина и сатириков).

5. **Мнемотехническая** – облегчает запоминание информации («без труда не вытащишь и рыбку из пруда»).

Лингвокультурный анализ показывает, что каждая функция «подсвечивает» тот или иной культурный код. Экспрессивность уходит корнями в ораторскую традицию, аксиологичность – в дидактику пословично-поговорочного жанра.

Исследователи постмодерна О. С. Ахманова, А. М. Баранов, Д. О. Добровольский прослеживают, как классические идиомы переходят в «карнавальную зону» массового дискурса, превращаясь в мемы. Так, выражение «моя твоя не понимать» обыгрывается Интернет-культурой, где иноязычное смешение выступает символом глобального общения. Лингвокультурологический аспект здесь проявляется через **пародирование** базового кода «своя речь/чужая речь» – пародия одновременно «снимает» национальное противопоставление и фиксирует его как культурную игру.

Другая тенденция – **интермедийность**: визуальные форматы (граффити, стрит-арт) закрепляют идиомы в новой материальной среде, меняя их семантическую «инерцию». Если раньше выражение «бери быка за рога» относилось к решительности, то на уличном плакате с хэштегом *#стартап* оно приобретает бизнес-коннотацию.

Когнитивисты А. А. Кравченко, Е. И. Пыж, Н. А. Щукина переносят анализ на уровень ментальных структур:

- **Схема-сценарий**: идиома активизирует готовый «скрипт» поведения («водить за нос» – схема «обман»).
- **Концептуальная метафора**: «ВРЕМЯ – ДВИЖЕНИЕ» представляется в идиомах «тянуть за резину», «мчаться стрелой».
- **Метонимическая фокусировка**: часть объекта или действия замещает целое («башка не варит», «руки не доходят»).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Когнитивные модели убеждают, что лингвокультурный потенциал идиом основан на универсальных типах переноса, но конкретизируется национальными образами (у англоязычных «let the cat out of the bag» – метафора с «кошкой», у русских «выдать с потрохами» – со «внутренностями»).

Ф.Ю. Коробка, Т.Н. Федуленкова сочетают **корпусную статистику, ассоциативные опросы и контрастивный перевод**.

1. **Сбор корпуса** – фиксируются стилистические и жанровые зоны употребления.

2. **Анкетирование носителей** – уточняется актуальное оценочное поле.

3. **Экспериментальный перевод** – выявляются «культурные лакуны» и способы их компенсации.

Например, переводческие расхождения обусловлены не только языковыми различиями, но и глубинными концептами, формирующими культурно-ценностные ориентиры носителей языка. В русской лингвокультуре «свадьба» ассоциируется не только с социальным событием, но и с переходом к новой жизненной стадии, что придаёт идиоме физиологическую и ментальную оправданность. В англоязычной культуре подобные физиологические или символические переходы чаще всего выражаются через более обобщённые или эмоционально нейтральные формы. Это подчёркивает важность лингвокультурологического подхода при интерпретации идиом, поскольку буквальный или даже функциональный перевод без учёта культурного контекста может привести к потере глубинного смысла высказывания.

Е.В. Фёдорова, С.А. Савицкий доказали, что усвоение фразеологизмов повышает **прагматическую гибкость** иностранцев. Обучающие программы предлагают вводить идиомы по тематическим кластерам («дом-быт», «человек-характер», «деловая сфера»), каждую сопровождая **культурным комментарием и ролевыми играми**. Практика показала, что после интерпретации 350-400 единиц студенты начинают самостоятельно распознавать контекстные вариации («яблоку негде упасть» → «иголке негде упасть»), что свидетельствует о формировании внутренней модели русского культурного кода.

Лингвокультурологический анализ убеждает: **идиома – это концентрат национального опыта, хранящийся в памяти языка и активизирующийся в коммуникативной ситуации как готовый культурный сценарий**. Она объединяет структуру, семантику и прагматику, выступая медиатором между словами и миром. Российские учёные, развивая идеи В.В. Виноградова, Н.Н. Амосовой, А.В. Кунина, показали, что без учёта культурных кодов невозможно понять ни внутреннюю форму устойчивого выражения, ни его функциональную силу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование идиом в свете лингвокультурологии сегодня стало междисциплинарным: филология встречается с антропологией, когнитивистикой, медиапрагматикой. Безусловно, это открывает новые горизонты: от реконструкции древних мировоззренческих моделей до прогнозирования эволюции «цифровых» идиом будущего. Именно поэтому фразеология остаётся «живым» разделом языкознания, а идиоматические выражения – одним из важнейших ключей к пониманию менталитета и культуры русскоязычного сообщества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. – М.: Высшая школа, 2002.
2. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Русский язык, 2011.
3. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. – Л.: Ленинградский университет, 2005.
4. Fernando Ch. Idioms and Idiomaticity. – Oxford University Press, 2001.
5. Kövecses Z. Metaphor and Emotion: Language, Culture, and Body in Human Feeling. – Cambridge University Press, 2000.