

## Понятийная, оценочная и образная составляющие французского концепта *voyage*

Ю. В. Ралдугина

В статье предлагается раскрытие доминант понятийной, оценочной и образной составляющих французского концепта *voyage* путем лексикографического, паремиологического и экспериментального анализа.

**Ключевые слова:** концепт, путешествие, понятийная, оценочная и образная составляющие, доминанта, лексикографический анализ, паремии, ассоциативные единицы.

## Conceptual, evaluative and figurative constituents of the French concept *voyage*

Iu. V. Raldugina

In the article a description of a conceptual, evaluative and figurative constituents of the French concept *voyage* is carried out with the help of a lexicographical, experimental analysis and a study of proverbs.

**Key words:** concept, *voyage*, conceptual, evaluative and figurative constituents, dominating idea, lexicographical analysis, proverbs, associative units.

Несмотря на то, что понятие концепта разработано в лингвистике достаточно полно, исследования концептов не потеряли своей актуальности, что обусловлено необходимостью расширения и уточнения лингвокультурных представлений в рамках картины мира определенного языка. В статье проанализирован многомерный концепт *voyage* («путешествие») с точки зрения его понятийной, образной и оценочной составляющих. Многомерность концепта предполагает необходимость построения более чем одной исследовательской модели для изучения его свойств, поэтому исследованию были использованы как данные ассоциативного эксперимента, так и лексикографический анализ единиц, входящих в поле исследуемого концепта. В работе нашли применение методы интерпретативного анализа, словарного дефинирования и буквального перевода.

Основные характеристики концепта могут быть выявлены при его комплексном изучении в рамках трех моделей: модели взаимодействующих способов познания; модели ассоциативных связей языковых единиц и значений; модели разноразрядного языкового воплощения. Модель взаимодействующих способов познания основывается на предложенной В. И. Карасиком триаде понятийного (фактуального), образного и ценностного элементов в структуре концепта [1, с. 127].

Понятийная сторона концепта – это языковая фиксация концепта, его обозначение, описание, признаковая структура, дефиниция. Оценочная сторона – это характеристики концепта, данные в паремиологических единицах, а образная составляющая проявляется при анализе экспериментальных данных.

Материалом исследования понятийной составляющей анализируемого концепта послужили статьи энциклопедических, толковых, синонимических словарей, содержащие ключевую лексику *voyage* [1; 2; 3].

Ядром концепта *voyage* является имя исследуемого концепта – *voyage*. *Voyage* (путешествие) – “*déplacement d’une personne qui se rend en un lieu assez éloigné*” (перемещение кого-либо в отдаленное место) [5, с. 2809]; “*fait d’aller dans un lieu assez éloigné de celui où l’on réside*” (поездка в место, удаленное от места проживания) [4, с. 1996]; “*action de voyager, de se rendre ou d’être transporté en un autre lieu*” (действие, связанное с поездкой, перемещением или переездом в другое место) [6, с. 1078].

Общим является факт перемещения при путешествии, поэтому к ядру концепта можно отнести лексические единицы, объединенные семой «*передвижение*», что также подтверждается тем, что большинство иллюстративных примеров основано на использовании глаголов: *entreprendre, faire un voyage* (предпринимать путешествие); *faire le voyage de Liège, de Québec* (путешествовать в Квебек, в Льеж); *il faudra faire plusieurs voyages* (необходимо сделать несколько поездок).

Кроме того, путешествие связывается с определенными *атрибутами*, такими как *vêtements, couvertures, sacs de voyage* (одежда, одеяла, рюкзаки); *chèques de voyage* (международное: *traveler’s chèques*); *notes, carnets, souvenirs de voyage* (записи, дневники, сувениры из путешествия); *livres, récits de voyage* (книги, рассказы о путешествиях).

Поскольку путешествие предпринимается в место, не связанное с местом проживания, к

полю концепта можно отнести лексические единицы, обозначающие *средства*, с помощью которых осуществляется поездка: *voyage à pied, en voiture, en avion* (путешествие пешком, на автомобиле, на самолете).

Состав лексических единиц расширяется за счет семы, объединяющей различные *виды путешествия*. Возможным представляется разграничение лексем, обозначающих виды путешествия, согласно нескольким критериям: пространственному (*voyage à travers l'Europe* – путешествие по Европе, *voyage par mer* – путешествие по морю), временному (*voyage au long cours* – длительное путешествие), а также целевому (*voyage d'affaires* – деловая поездка, командировка, *voyage d'agrément* – увеселительная поездка, *voyage de noces* – свадебное путешествие).

Таким образом, доминантами понятийной составляющей исследуемого концепта являются семы «перемещение, передвижение», «атрибуты путешествия», «средства путешествия» и «виды путешествия». При этом ключевая лексема входит в состав каждой единицы ядра концепта (*voyage par mer, voyage d'affaire*).

Однако же и при анализе словарных статей можно говорить о наличии образных и оценочных признаков концепта *voyage*. Прежде всего аксиологическая составляющая проявляется в примерах цитат и пословиц, приводимых в словарных статьях: “*Heureux qui comme Ulysse a fait un beau voyage (du Bellay)* – Счастлив тот, кто, подобно Улиссу, совершил удачное путешествие (Дю Белле)”, “*Les voyages forment la jeunesse prov.* – Путешествия делают моложе (пословица)”.

Следовательно, в цитатах и паремиологических единицах прослеживается оценочная составляющая концепта. Безусловно, специфика анализируемого материала, будь то словарная статья или набор паремий на заданную тему, влияет на получаемый результат. Тем не менее, принимая во внимание то, что сущность концепта от этого не меняется, а лишь раскрываются его разные грани, можно утверждать, что анализ пословиц, вербализующих концепт *voyage*, позволит также судить о картине мира, отражаемой во французском языке и в сознании его носителей. Был произведен анализ аксиологических суждений, выраженных в паремиях, которые репрезентируют концепт *voyage* во французской лингвокультуре. Так же, как при анализе понятийной составляющей, были выявлены место и ценностные свойства феномена «путешествие», выделены концептуальные признаки и лингвокультурная доминанта анализируемого концепта.

Анализируемые паремии были сведены в логемы.

Логема (по П. В. Чеснокову) – логико-семантическая единица обобщенного характера, под которую могут быть подведены отдельные группы паремий. Следует учитывать, что сведение паремий в логемы осуществимо только в общем виде вследствие возможности различных субъективных восприятий пословичной семантики [2, с. 46, 112]. Значительно облегчает трактовку паремий в контексте французской лингвокультуры то, что часто во французских лексикографических источниках даются пояснения и комментарии к паремиям [7, с. 85–87].

Необходимо отметить то, что применительно к концепту *voyage* можно говорить о его релевантности и многозначности для французской лингвокультуры, так как путешествие как понятие имеет несколько трактовок: путешествие как поездка и как жизненный путь. Путешествие часто рассматривается иносказательно, метафорически, поэтому концепт *voyage* можно трактовать в более широком плане. Он выражает отношение французов не только к путешествию как к передвижению в пространстве, но и как к другим сторонам жизни – к профессии, выбору занятия, выполнению какого-либо дела, жизненным трудностям, планам и т. д.

В данной статье приведены наиболее многочисленные группы паремий, так как ставится задача выделения доминантных признаков оценочной составляющей анализируемого концепта.

Во французском паремиологическом фонде путешествие характеризуется **неприятностями и неизвестностью**. *On sait bien quand on part, mais jamais quand on revient* – *букв.* Знаешь, когда уйдешь, но не знаешь, когда вернешься. *Partir, c'est mourir un peu* – *букв.* Уехать – всегда немного умереть. Имеется комментарий *Quand on part; on laisse toujours quelque chose derrière soi* (Когда уезжаешь, всегда оставляешь что-то позади себя). *C'est bien allé quand on revient* – *букв.* Поездка удачна, если возвращаешься.

Тем не менее, можно выделить логему, говорящую о **необходимости путешествия**. *Quand on n'avance pas, on recule* – *букв.* Если нет движения вперед, это движение назад. Пословица снабжена комментарием: *Se dit dans certaines circonstances où il faut garder l'initiative des opérations* (Говорится также об обстоятельствах, где нужно сохранять инициативу). *Les grands voyages rendent les hommes sages* – *букв.* Большие путешествия делают мудрее. *En voyageant on apprend* – *букв.* Путешествуя, учишься.

Наиболее многочисленная группа пословиц – это пословицы-советы путешественнику. Например, говорится о том, что **необходимо путешествовать не торопясь и рассчитывая свои силы**. *Pas à pas on va bien loin – букв.* Шаг за шагом можно уйти далеко. *Qui va doucement va sûrement – букв.* Кто идет медленно, идет верно. *Il vaudrait mieux arriver en retard qu'arriver en corbillard – букв.* Лучше придти позднее, чем приехать в катафалке.

Кроме того, **необходимо правильно организовать путешествие**. *Bon pain et bon vin aident à manger le chemin – букв.* Хлеб и вино помогают скоротать путь. *Bon feu et bon vin eschauffent le chemin – букв.* Хороший костер и вино согревают в пути. *Il ne faut pas s'embarquer sans biscuits. – букв.* Не нужно высаживаться на берег без хлеба.

Логема, включающая наибольшее количество паремий – это совет **быть осторожным и осмотрительным в дороге**. *Il ne faut pas aller par quatre chemins – букв.* Не нужно следовать сразу четырем дорогам. *Mieux vaut la vieille voie que le nouveau sentier – букв.* Лучше одна старая дорога, чем две новых. *Le bois a des oreilles, et le chemin des yeux – букв.* У деревьев есть уши, а у дороги глаза. *C'est folie d'aller de nuit, quand on peut aller de jour – букв.* Безумие отправляться в путь ночью, если можно ехать днем. *Rien ne chet à qui rien ne porte – букв.* Ничего не роняет тот, кто ничего не несет. Здесь имеется комментарий: *Conseil de prudence ou humour consolateur: celui qui ne fait rien ne fait pas d'erreurs (Совет, призывающий к осторожности или совет утешающего юмора: кто ничего не делает, не совершает ошибок)*. *A longue voie paille pèse. – букв.* Даже соломинка имеет вес при длинной дороге.

К предыдущей логеме имеется антилогема: **надо быть смелым и идти на риск в путешествии**. *Il ne doit pas aller au bois qui craint les feuilles – букв.* Кто боится листьев, не должен ходить в лес. *Qui craint le danger, ne doit pas aller sur la mer – букв.* Кто боится опасностей, не должен выходить в море. *Celui qui ne s'aventure n'a ni cheval ni voiture – букв.* Тот, кто не рискует, не имеет ни лошади, ни повозки.

**В дороге надо иметь хорошего попутчика**. *Mieux vaut être seul que mal accompagné – букв.* Лучше идти одному, чем с плохим попутчиком. *Compagnon bien parlant vaut le chariot branlant. – букв.* Болтливый попутчик стоит в пути хорошей повозки. *Les compagnons de voyage s'entrecommuniquent leurs pensées – букв.* Путучики обмениваются мыслями. Здесь важно отметить, что эта группа пословиц отражает такую значимую черту французского национального

характера, как любовь к разговору и общению. «Французы чрезвычайно ценят умение выражаться. Разговаривать – значит для них думать вслух» [3].

Как видно из анализа французских паремий, концепт *voyage* наделен противоречивыми качествами. С одной стороны, путешествие как феномен характеризуется негативно: оно связано с неприятностями, трудностями и неизвестностью, не приносит материальной выгоды или интеллектуального обогащения. С другой стороны, путешествия необходимы, так как делают человека моложе и являются способом познания мира. При этом важен выбор правильного пути – как пространственного, так и как жизненного.

Наиболее многочисленная группа пословиц говорит о необходимости быть осторожным в пути, поэтому доминантами паремиологического представления концепта во французской лингвокультуре можно считать следующие характеристики феномена путешествия: необходимость передвигаться осторожно и без спешки. Можно сделать вывод о том, что традиционный образ легкомысленного француза является несколько поверхностным, напротив, в паремиях французский национальный характер обладает стремлением к осторожности, избеганию лишнего риска и предусмотрительностью в таком опасном деле, как путешествие.

Ценностные характеристики концепта *voyage* выражаются в устойчивых речениях – пословицах и поговорках, понятийные – в словарных статьях и дефинициях исследуемого явления. Анализируемый концепт обладает также образными характеристиками, которые выявляются при анализе экспериментальных данных. Ниже приведены материалы, полученные в ходе ассоциативного эксперимента (АЭ) – методики, основанной на изучении и анализе вербальных ассоциаций респондентов на слово-стимул. Изучались множественные свободные ассоциации, полученные на слово-стимул *voyage*.

В эксперименте участвовали 154 информанта (98 женщин и 56 мужчин). Родной язык испытуемых – французский. Уровень образования – среднее специальное. Всего была получена 451 ассоциативная реакция на слово-стимул *voyage*.

Реакции были проанализированы с психолингвистической точки зрения, что позволило обнаружить лексико-семантические ассоциаты концепта *voyage*. Прежде всего, необходимо отметить эмоциональную окраску реакций на слово-стимул: подавляющее большинство ответов определялись положительными ассоциациями (*découverte* – «открытие», *soleil* – «солнце», *sym-*

pathie – «симпатия»). Единичными явились реакции с отрицательной коннотацией, такие как oubli – «забвение», intempérie – «перемена погоды, ненастье».

Все полученные ассоциаты можно разделить на несколько групп, выявляющих основные смыслы понятия voyage:

1) путешествие связано с **отдыхом, развлечениями, ничегонеделаньем** (sejour – «временное пребывание, жительство», vacances – «каникулы, отпуск», tourisme – «туризм», excursion – «экскурсия», occasion du voyage – «возможность путешествовать»);

2) путешествие связано с **познанием неизвестных стран, культур, образа жизни людей** и может иметь аксиологическую направленность (connaissances – «знакомство, познание», connaissance du monde – «познание мира», pèlerinage – «паломничество», culture différente – «другая культура», voir des pays – «видеть разные страны»);

3) путешествие связано с **положительными абстрактно-чувственными образами** (soleil – «солнце», sympathie – «симпатия», curiosité – «любопытство», agréable – «приятный», plaisir – «удовольствие»);

4) путешествие несет **изменения в жизни, привносит в нее новые ощущения** (changement de vie – «изменения в жизни», changements – «изменения», nouveauté – «новизна, новшество», étranger – «другой, чужой», changer de lieu – «поменять местопребывание»);

5) путешествие ассоциируется с **организацией поездки** (bateau – «корабль», avion – «самолет», catalogues des agences de voyages – «каталоги туристических агентств», revues spécialisées – «специальные тематические журналы», organismes des voyages – «туристические агентства», circuit d'agence de voyage Terrien – «маршрут, предложенный агентством Террьерен», Prions en église, Club méditerranée, Terre entière, Sans frontières – названия разных туристических агентств).

Наиболее многочисленные ассоциаты можно отнести к группе «**открытие, познание нового**». Таким образом, подтверждается тезис о том, что выделенный путем традиционных лингвистических процедур базовый чувственный образ (анализ словарной дефиниции) может быть прослежен и на уровне ассоциативных реакций. При этом выявление дополнительных ассоциативных признаков концепта voyage, таких как названия туристических агентств, позволяет говорить о расширении границ словарной дефиниции при лингвокогнитивном анализе.

Базовый образ концепта voyage имеет чувственную природу, так как семантические группы чувственных и познавательных ассоциатов наиболее объемны. В путешествии обязательно перемещение на дальние расстояния. Оно приносит положительные эмоции и ассоциируется с приятными сторонами жизни – удовольствием, солнцем, восхищением. Для этого путешествие непременно должно быть организовано, обычно туристическим агентством.

Таким образом, анализ ассоциативных связей лексических единиц, входящих в поле концепта voyage – «путешествие», дает возможность обнаружить специфическую структуру значений, глубинную модель связи отношений, складывающуюся у человека через речь и мышление и лежащую в основе когнитивной организации его многостороннего опыта, где доминантами анализируемого концепта являются открытие нового, познание мира, других культур, связанное с развлечениями и отдыхом.

Из всего сказанного можно сделать следующие выводы. Широкий спектр актуализации концепта voyage указывает на его релевантность в жизни французов. Анализируемый концепт обладает понятийными, оценочными и образными характеристиками, что дает основание отнести его к многомерным культурным концептам. Различные его стороны, или составляющие, раскрываются при анализе нескольких видов материала: словарных статей, паремиологических единиц и данных ассоциативного эксперимента. При этом выявляются разные доминанты концепта. Так, доминантами понятийной составляющей являются семы «перемещение, передвижение», «атрибуты путешествия», «средства путешествия» и «виды путешествия», которые можно разграничить согласно пространственному, временному или целевому критериям. При этом ключевая лексема обязательно входит в состав каждой единицы ядра концепта (voyage par mer, voyage d'affaire). Это наиболее нейтральные характеристики феномена путешествия. Доминантами ценностной составляющей концепта являются такие характеристики путешествия, как необходимость передвигаться без спешки, предусмотрительно и осторожно, имея при этом спутника в дороге. Образная же сторона концепта имеет такие преобладающие признаки путешествия, как отдых и открытие чего-то нового. Путешествие выступает способом познания мира.

Необходимо говорить о безусловной взаимосвязанности различных сторон концепта. Так, например, была выделена группа пословиц, говорящая о необходимости путешествия, что прак-

тически является доминантой образной составляющей концепта (путешествие как способ познания мира). При анализе словарных статей могут проявляться не только понятийные (нейтральные) признаки концепта, но также оценочные и образные (например, в приводимых цитатах).

Таким образом, сущность исследуемого концепта не меняется при анализе различных форм материала, напротив, такое разноплановое исследование помогает полнее раскрыть грани концепта *voyage* во французской лингвокультуре и выявить его понятийную, ценностную и образную составляющие.

#### Библиографический список

1. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – С. 127.
2. Савенкова, Л. Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты [Текст] / Л. Б. Савенкова. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. Ун-та, 2002. – С. 46, 112.
3. Фулье А. Психология французского народа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.magister.msk.ru/library/philos/fullier1.htm>.
4. Dictionnaire Hachette encyclopédique illustré [Текст]. – Paris. : Hachette livre, 2001. – 2066 с.
5. Le Nouveau Petit Robert [Текст] / Rey-Debove J., Rey A. / Dictionnaire Le Robert. – Paris, 2006. – 2949 с.
6. Le Petit Larousse illustré en couleurs [Текст] / Paris : Larousse, 2001. – 1786 с.
7. Montreynaud F., Pierron A., Suzzoni F. Dictionnaire de proverbes et dictons [Текст] / Paris, 1997. – С. 85–87.