

никантов создают различные семантические варианты фразем и модификации их смысловых реализаций в соответствии с денотативными ситуациями высказывания.

Когнитивно-семантические проблемы фразеологии настолько глубоки, что могут дать перспективу развития многочисленным исследованиям. Хотелось бы надеяться, что идеи, высказанные в данной статье, послужат плацдармом для развития трудно обозримых идей когнитивной фразеологии.

## ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА «АНГЛИЙСКИЙ БИЗНЕСМЕН»

М.С. Илюхина

В статье исследуются параметрические характеристики лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» с учетом ответов англоязычных респондентов. Цель статьи – выявить дополнительные признаки лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» в образно-перцептивных характеристиках.

The article considers the parametric characteristics of the linguistic and cultural type “English Businessman” given by the English – speaking respondents. The aim of the article is to discover some additional features in the image and perceptive characteristics of the linguo-cultural type “English Businessman”.

*Ключевые слова:* лингвокультурный типаж, английский бизнесмен, образ, параметрические данные, перцептивные характеристики.

*Key words:* linguistic and cultural type, English businessman, image, parametric characteristics, perceptive characteristics.

В образной составляющей лингвокультурного типажа отражаются зрительные, слуховые и вкусовые характеристики, закрепленные в памяти человека, то есть это «релевантные признаки практического знания» [3, с. 129].

О.А. Дмитриева анализирует образно-перцептивную сторону лингвокультурных типажей, составляя их паспорт, который строится по таким критериям, как внешность, пол, происхождение, место проживания, область деятельности, проведение свободного времени, гражданское состояние, окружение и особенности речи. К параметрическим данным О.А. Дмитриева относит также одежду и возраст [2, с. 109–111].

Материалом для исследования образной стороны лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» послужили ответы 200 британских респондентов (использовалось два вида опроса: анкетирование и написание мини-сочинений).

Обработанный материал дал следующие результаты:

✓ по *внешнему виду* для представителей британского общества английский бизнесмен – чаще всего темноволосый человек среднего или высокого роста, хорошо сложенный “*a man of middle height, who keeps fit, goes to the gym*”, “*a well-built person of average height*”, “*a tall man with a slim figure, who keeps figure*”, “*with brown hair*”, “*dark-haired*”, “*his hair is dark*”;

✓ что касается *одежды* английского бизнесмена, то в британском коллективном сознании это обычно элегантный человек (*smartly dressed*) в деловом костюме: “*he is wearing a dark grey suit, shirt and tie*”, “*a man in his tailored suit*”, “*a smartly dressed man*”, “*he wears a grey suit, smart and shiny black lace up shoes, smart looking with a leather sole, smart silver bracelet watch*”.

Именно эти характеристики лингвокультурного типажа «английский бизнесмен» предполагается рассмотреть в настоящей статье, наряду с возрастом и полом.

Лексическая единица “*suit*” является здесь определяющей. *Collins Cobuild dictionary* приводит следующее определение: “A man's **suit** consists of a jacket, trousers, and sometimes a waistcoat, all made from the same fabric” [4]. Причем стиль английского бизнесмена официальный: “*formal dress*”, “*suits and ties*”. Что касается цветовой гаммы, то это темные, приглушенные оттенки костюма, контрастирующие с белой рубашкой “*black suit*”, “*white shirt and tie*”, “*black overcoat*”. Также респонденты указывали на качество одежды: “*a high quality suit*”, “*tailored suit*”, “*haute couture*” – высококачественный, брендовый костюм, пошитый на заказ.

Такие атрибуты одежды, как туфли, ремень, шляпа, являются неотъемлемой частью образа: *Shoes – shiny black shoes with a leather, leather belt*. Использование характеристик *shiny, high quality* создает образ хорошо одетого, следящего за своим внешним видом человека. Кожаная подошва (*a leather sole*) свидетельствует об элитной, дорогой обуви. Шляпа бизнесмена подстать его костюму. Это либо *Hat-Homburg* / мужская фетровая шляпа, либо *bowler hat* / шляпа-котелок. *Homburg* – фетровая шляпа особой формы, которая была особенно популярна в начале XX в. [7]. *Bowler hat* – традиционно английская шляпа, которую носили как аристократы, так и представители среднего класса, что и сделало ее популярной в XIX в. В XX в. такую шляпу стали носить представители бизнеса, политики, хотя, в наши дни она не так популярна [9].

Неотъемлемой составляющей образа английского бизнесмена являются *аксессуары*. В ответах респондентов встречались следующие предметы-аксессуары: “*car*” / автомобиль, “*diary*” / записная книжка, “*mobile phone*” / мобильный телефон, “*briefcase*” / портфель, “*smart silver bracelet watch*” / элегантные часы с серебряным браслетом, “*an umbrella*” / зонт, “*laptop*” / компактный портативный компьютер (или нет-бук), “*cufflinks*” / запонки, “*credit cards*” / кредитные карточки, “*a wallet*” / бумажник, “*business cards*” / визитные карточки, “*an expensive pen*” / дорогая ручка, “*perfume*” / духи, “*dog*” / собака, “*chauffeur*” / водитель, “*gadgets*” / технические новинки (гаджеты).

Приведенные лексические единицы имеют следующие характеристики.

*Car – expensive* / дорогой, *sports* / спортивный, *luxury* / класса люкс, *Porsche* / Порше, *Aston Martin* / Астон Мартин, *Rolls-Royce* / Ролс-ройс, *Bentley* / Бэнтли, *Lamborghini* / Ламборгини, *Range Rover* / Рендж Ровер – марки автомобиля, которые можно объединить по одному признаку – роскошь, премиум класс, то есть все самое лучшее. Упоминаемая в ответах респондентов лексическая единица “*chauffeur*” / шофер также является своего рода признаком роскоши.

Записные книжки бизнесмена, как правило, являются неотъемлемым атрибутом любого делового человека и, как и автомобиль, бывают эксклюзивного класса: *diary – expensive* / дорогой, *leather* / кожаный.

Все технические устройства, которые указывались респондентами, объединены в одну группу “*gadgets*” (лексическая единица, которая также встречалась в ответах респондентов). В словаре находим следующее определение: A **gadget** is a small machine or device which does something useful [4]. Из определения наиболее важной представляется лексическая единица “*useful*”. Таким образом, использование подобных устройств помогает организовать деятельность бизнесмена. Сюда относятся: *Mobile phone* с характеристиками *expensive, exclusive, class luxe*; а также разновидности мобильного телефона:

iPad, iPod, iPhone, и названия конкретных моделей: *Nokia, Apple, Vertu*. Следовательно, кроме первоначальной функции – приносить пользу, мобильный телефон – это показатель престижа.

В современном мире инноваций и технологий ноутбук является необходимым атрибутом многих людей, в частности, бизнесменов: *laptop* характеризуется как *powerful, multifunction, with a lot of functions*; указывались такие разновидности: *Netbook, Macbook*; некоторые респонденты называли модель *Apple*, что также подтверждает мысль о том, что, помимо функционального назначения, для английского бизнесмена важными являются качество технического устройства и его модель (чаще всего – это устройства класса люкс, известных марок).

Портфель бизнесмена, как правило, дополняет его образ. Следует отметить, что при описании такого аксессуара английского бизнесмена, как портфель / *briefcase*, респонденты часто употребляли лексику “*leather*” и “*black*”, что также является признаком элегантности и высокого качества.

Респонденты указывали и на такой аксессуар, как часы: *Watch – smart silver bracelet watch* / модные (элегантные) часы с серебряным браслетом, *branded* / фирменный, марочный, *a Swiss watch* / швейцарские часы. Дополняющие характеристики (*smart, branded, Swiss*) свидетельствуют об элегантности, утонченности образа и дорогой марке аксессуара.

Зонт / *umbrella* также фигурирует в описании внешнего вида английского бизнесмена как один из аксессуаров. Объяснением этому может служить погода в Соединенном Королевстве: дождливая и пасмурная. Бизнесмены – это мобильные люди, часто переезжающие с места на место по роду своей деятельности, отсюда и данный атрибут.

В некоторых ответах респондентов встречались следующие аксессуары: *Cufflinks* (запонки) добавляют внешнему виду бизнесмена элегантность, продуманность образа [8]; *Credit cards* – бизнесмены пользуются кредитными картами для удобства, а также это надежный способ безопасно хранить большие суммы денег [8]; *Wallet* (бумажник) также является аксессуаром, дополняющим образ бизнесмена; *Business cards* – визитные карточки, содержащие основную деловую информацию о владельце.

Такой небольшой аксессуар, как ручка, также является составляющей образа бизнесмена: *expensive pen* / дорогая ручка – указывает на то, что английскому бизнесмену важно, чтобы все аксессуары соответствовали его статусу.

Еще одним аксессуаром, дополняющим образ английского бизнесмена, являются духи: *elite perfume*. Лексическая единица “*elite*” еще раз подчеркивает принадлежность бизнесмена к высшему обществу. На сайте [www.fragrantica.com](http://www.fragrantica.com) ароматы, подходящие бизнесменам, имеют следующие характеристики: *fresh, masculine, sober* – свежий, мужественный, умеренный (сдержанный) [5].

При описании английского бизнесмена некоторые респонденты указывали, что у него есть собака / *dog*.

Говоря об одежде, внешности бизнесмена, представляется необходимым охарактеризовать его стиль в целом. В ответах большинства респондентов английский бизнесмен ассоциируется с джентльменом (*a gentleman*) и денди (*dandy*). Данные лексические единицы имеют следующие определения:

1. *A gentleman is a man who comes from a family of high social standing.*
2. *If you say that a man is a gentleman, you mean he is polite and educated, and can be trusted* [4].

Таким образом, бизнесмен является представителем высшего слоя общества “*high social standing*”, и обладает такими качествами, как вежливость “*polite*”, образованность “*educated*” и надежность “*can be trusted*”.

*A dandy is a man who thinks a great deal about his appearance and always dresses in smart clothes* [4].

Это человек, всегда заботящийся о своем внешнем виде (“*thinks a great deal about his appearance*”), который всегда элегантно одет (“*always dresses in smart clothes*”).

Стиль денди безупречен, подразумевает креативность и развитие (“*creativity and evolution*”), а не просто подражание моде. Современный денди любит рисковать и наслаждается успехом своих экспериментов: “*He likes taking risks and enjoys the success of his experimentation*” [6].

Важным показателем в описании лингвокультурного типажа, как отмечалось выше, является *возраст*. Таким образом, рассматривая лингвокультурный типаж «английский бизнесмен», представляется необходимым узнать, к какому возрасту бизнесмен может сформироваться как профессионал своего дела, добиться успеха и признания. Проанализировав ответы респондентов, приходим к выводу, что средний возраст английского бизнесмена – 35–40 лет. Вот некоторые из ответов респондентов: “*he’s around 40 years old*”, “*in his late 30s–40s*”, “*about 40 years old*”, “*middle aged*”.

В паспорт лингвокультурного типажа, как отмечалось выше, О.А. Дмитриева включает *пол*. При этом одни типажы принадлежат строго одному полу, другие могут быть как женского, так и мужского рода. Часто первые реакции респондентов на описываемый типаж гендерный признак [1, с. 109–110].

Респонденты в своих ответах в 100 % случаев при описании английского бизнесмена указывали лексему “*man*”, “*male stereotype*”, что совершенно естественно, так как в состав лексической единицы *businessman* входит существительное “*man*” – мужчина.

Лингвокультурный типаж «английский бизнесмен» / “*the English businessman*” по определению мужчина – *A businessman is a man who works in business* [4]. Женщина, занимающаяся бизнесом, определяется лексемой “*businesswoman*”.

Таким образом, можно составить первоначальный образ английского бизнесмена: *это темноволосый, хорошо сложенный мужчина среднего возраста, одетый в строгий, дорогой костюм темных оттенков, предпочитающий дорогие, эксклюзивные вещи и аксессуары – a dark-haired man of about 40, in formal dark suit, who prefers expensive, exclusive things and accessories.*

#### Список литературы

1. Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж: определение, подходы к изучению / О. А. Дмитриева // Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного ун-та. – 2006. – Вып. 6. – С. 217–223. – (Сер. Гуманитарные науки).
2. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажы России и Франции XIX века : монография / О. А. Дмитриева. – Волгоград : Перемена, 2007. – 306 с.
3. Карасик В. И. Американский супермен как коммуникативный типаж / В. И. Карасик // Интенсивное обучение иностранным языкам: проблемы методики и лингвистики. – Волгоград : Перемена, 2004. – Вып. 2. – С. 105–113.
4. Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary. – New edition. – HarperCollins Publishers, 2006.

5. FrAGRANTICA. – Режим доступа: [http://www.fragrantica.com/board /viewtopic.php?id=21798](http://www.fragrantica.com/board/viewtopic.php?id=21798), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.
6. Men's flair. – Режим доступа: <http://www.mensflair.com/style-advice/the-dandy-is-back.php>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.
7. HubPages. – Режим доступа: <http://michaelbayon.hubpages.com/hub/Classy-Hats-for-Businessmen-Mens-Hats-that-Look-Good-with-Suits>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.
8. Squidoo. – Режим доступа: <http://www.squidoo.com/ModernBusinessman>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.
9. WiseGeek. – Режим доступа: <http://www.wisegeek.com/what-is-a-bowler-hat.htm>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.

## К ВОПРОСУ О ДИАЛЕКТИЧЕСКОЙ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТИ И ВЗАИМОВЛИЯНИИ МЕЖДУ МЕНТАЛЬНОСТЬЮ И ЯЗЫКОМ

А.М. Казиева

Базовым определением понятия ментальности является следующее: общее духовное настроение, относительно целостная совокупность мыслей, верований, навыков духа, которая создает картину мира и скрепляет единство культурной традиции или любого содружества. При этом сложно определить элемент, который оказывает большее влияние. Исходя из того, что в данной работе ментальность исследуется как одна из категорий мышления, возьмем за основу тождественность ментальности как национально или этнически маркирующего способа мышления, и мышление как общефилософскую категорию. В целом можно говорить о наличии диалектической взаимозависимости и взаимовлияния между ментальностью и языком.

Base definition of concept of mentality is the following: the general spiritual mood, rather complete set of thoughts, beliefs, skills of spirit which creates a picture of the world and fastens unity of cultural tradition or any commonwealth. It is thus difficult to define an element which makes a greater impact. Recognizing that in this work mentality is investigated as one of categories of thinking, we will take as a basis identity of mentality, as national or ethnically marking way of thinking, and thinking as all-philosophical category, and as a whole it is possible to speak about existence of dialectic interdependence and interference between mentality and language.

*Ключевые слова:* ментальность, картина мира, культурная традиция, категории мышления, маркирующий способ мышления, взаимозависимость и взаимовлияние между ментальностью и языком.

*Key words:* mentality, world picture, cultural tradition, categories of thinking, marking way of thinking, interdependence and interference between mentality and language.

С точки зрения художественного перевода этническая ментальность – это этнопсихологическая характеристика языкового и надязыкового бытия этноса, которая находится в диалектической взаимозависимости и взаимовлиянии с соответствующим языком. С целью адекватного перевода соответствующих этнических текстов она нуждается в особенном внимании переводчика. Приведенная дефиниция освещает лингвистический и интерпретационный аспекты толкования понятия ментальности.

В результате изучения особенностей функционирования категорий «этническая идентичность» и «национальная идентичность», а также особенностей этнической самоидентификации групп и индивидов обоснованным ви-