

ИЕРАРХИЯ ЖИЗНЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

С.М. Юсупова

Аннотация. Рассматриваются английские идиомы, отображающие жизненные ценности и их иерархию. Проводится когнитивный, семантический, корпусный анализ. Результаты исследования раскрывают такие базовые жизненные ценности, как жизнь, свобода, любовь, счастье, самореализация. Анализ внутренней формы и актуального значения идиом показал, что жизнь ассоциируется с дыханием, получением опыта, а умение зарабатывать на жизнь связано с образом «иметь ум». Свобода выражается через образ «свободная воля». Любовь – «слепота, безвозмездность», человеческие отношения сфокусированы на ценности доверия. Счастье – «даль, путешествие», успех – «шоу», «прикосновение счастья». Работа представлена как труд, официальная деятельность, достижение успехов, самореализация – это состояние успешности, а жизнь является базовой ценностью, на которую надстраиваются все другие ценности. На основании проведенного исследования выстроена пирамида жизненных ценностей, в иерархии которой фундаментом выступает ценность жизни и свободы, на втором уровне стоит любовь, счастье и на третьем – удача, самореализация. Также внутри таксонов были выделены концептуальные метафоры: 'жизнь – выживание', 'жизнь – действие, движение', 'свобода – полет', 'любовь – слепота, безвозмездность', 'счастье – путешествие, космос', 'удача – неожиданность, внимание'. Эти метафоры позволили объединить идиомы с разными значениями в единые концептуальные группы. Корпусный анализ выявил сочетаемостные особенности идиом. Некоторые идиомы обнаружили дополнительные значения, не зафиксированные в словаре, например *live and breathe smth* – «находиться на территории», *spring to life* – «зародиться», *as free as the air* – «не быть в отношениях», *as free as a bird* – «быть безработным». Идиома *live and let live* использовалась в контекстах как определение – *live and let live attitude*. Идиома *live beyond your means* в контекстах имела вариант с глаголом *spend beyond one's means*, выражение *live within your means* – глагольные варианты *buy, purchase*. Семантический анализ английских идиом показал, что актуальное значение вытекает из внутренней формы и в контекстах внутренняя форма влияет на концептуальное окружение идиомы, на образование дополнительных значений и их оттенков.

Ключевые слова: иерархия жизненных ценностей; английские идиомы; семантический; корпусный анализ; контексты употребления; внутренняя форма; актуальное значение.

Введение

В современном мире вся коммуникация происходит с учетом ценностных установок. Ценности присутствуют во всех сферах деятельности и оказывают огромное влияние на поведение человека, прио-

ритеты, способы взаимодействия с окружающим миром. В широком смысле ценности представляют собой нечто значимое, стоящее и важное для личности, социальной группы или общества в целом. Формирование таких жизненных ценностей, как личные отношения, работа, развитие, карьера, образование, также происходит в рамках тех или иных представлений разных культур, социумов.

Актуальность темы обусловлена необходимостью выявления значимых жизненных ценностей на материале идиом английского языка, так как именно в них отражается наивное и культурное восприятие ценностей. Изучение идиом в контекстах позволит раскрыть их семантические свойства, особенности употребления, а также современные представления о жизненных ценностях.

Иерархия ценностей предполагает наличие субординации ценностей в рамках определенной системы и постигается в момент предпочтения, но не до него, и каждый раз заново [1]. Ценности взаимосвязаны и имеют различную значимость и силу. *Жизнь* относится к наивысшим ценностям, является своеобразным фундаментом и вершиной для всех других ценностей, потому что вне жизни человека не может быть ценностей. В зависимости от понимания ценности жизни закладываются отношения между людьми и ко всему в мире. В списке наивысших ценностей выделяют также *свободу*. Понятие «свобода» определяется как способность человека действовать в соответствии со своими интересами и целями.

Методология исследования

Материалом исследования послужили идиомы, отражающие жизненные ценности, полученные методом сплошной выборки из фразеологических словарей, а также контексты их употребления из корпусов. Был использован Британский национальный корпус (охватывает 100 млн слов устного и письменного языка (90% письменных и 10% устных текстов)) и Корпус современного американского языка – более 1 млрд слов, взятых из текстов с 1999–2019 гг. разных жанров [2]. Методы исследования – когнитивный, семантический, корпусный анализ.

Когнитивный анализ направлен на раскрытие концептуальной структуры идиом, семантический – на анализ внутренней формы и актуального значения, корпусный – на исследование семантических и синтаксических особенностей идиом в контекстах. На первом этапе исследования была произведена выборка идиом со значением «жизненные ценности» из фразеологического словаря английского языка. Далее идиомам были приписаны семантические дескрипторы, позволяющие включать их в таксоны семантического поля «жизненные ценности». Таксон – любая совокупность слов, словосочетаний, множество единиц описания, объединенных в группу по единым семантическим основа-

ниям любого уровня абстракции [3]. В данной работе выделены таксоны «жизнь», «свобода», «любовь», «счастье», «успех, самореализация». На втором этапе проведен поиск контекстов употребления идиом в корпусах и на третьем – анализ внутренней формы и значения идиом в контекстах.

Исследование и результаты

Цель статьи – раскрыть семантическую специфику английских идиом семантического поля «жизненные ценности», провести анализ идиом таксонов «жизнь», «свобода», «любовь», «счастье», «успех, самореализация». Выделенные априори семантические признаки идиом, позволившие распределить их по семантическим группам, находят и апостериорное отражение в системе ценностей. Например, иерархия жизненных ценностей, в основе которой лежат базовые потребности человека, такие как: 1) иметь (выживание), 2) быть (признание, безопасность), 3) любить (общение, сопереживание), 4) делать (работа, самоуважение, компетентность), 5) расти (личностный рост) [4].

Попытки систематизации лексикона по семантическим признакам отразились в разных теориях, где объединенные группы слов выступают в виде тематических классов, семантических классов, ассоциативных групп, парадигм образов [5–8]. «Отдельные слова никогда не стоят в языке обособленно, они объединены в смысловые группы, в которых их предметно-смысловое содержание связано с другими смысловыми содержаниями» [9. С. 158].

И.А. Стернин среди множества характеристик семантического поля выделяет следующие: 1) поля представляют собой набор элементов, связанных между собой системными отношениями; 2) элементы, образующие поле, имеют семантическую общность; 3) поле образуется из составных частей – микрополей, число которых должно быть не меньше двух; 4) в составе поля выделяются ядерные и периферийные компоненты; 5) граница между ядром и периферией является размытой, нечеткой; 6) разные поля могут накладываться друг на друга, образуя зоны постепенных переходов, что является законом полевой организации системы языка [10. С. 38].

При описании семантического поля, как правило, ассоциативные, понятийные, семантические отношения языковых единиц принимаются во внимание. Так как языковая таксономия оперирует размытыми множествами [9], а идиомы характеризуются множественностью семантических отношений, необходимым представляется путь их распределения в семантическом поле не в виде вертикальной, иерархической структуры, а индуктивно, на основании выделяемых в каждой идиоме семантических признаков. Значимые элементы значения идиом обозначаются дескрипторами и помещаются в соответствующие таксоны [11].

В рамках когнитивного подхода языковые структуры являются способом раскрытия процесса познания, формирования и передачи смысла, а семантика языковых единиц – их концептуальной наполненности [12. С. 238]. Одной из ключевых функций языка является выражение мыслей и идей. То есть язык кодирует и выражает мысли, идеи с помощью символов, состоящих из форм, разговорных и письменных. Наша концептуальная система организует абстрактные концепты в терминах более конкретных видов опыта, что делает абстрактные концепты более доступными для понимания [13. С. 6–15].

Когнитивный подход к семантике идиом оперирует теорией когнитивной метафоры. Для описания когнитивной метафоры вводятся термины области источника и области цели, а метафора понимается как проекция из области источника в область цели. Метафора определяется как ментальная единица, отражающая способ концептуализации одной ментальной области в терминах другой. А метафорическое выражение (слово, фраза, предложение) является реализацией такой проекции. Таким образом, метафоры в повседневном языке характеризуются системой ассоциативных схем (проекций из одной области в другую) [14].

Дж. Лакофф и М. Джонсон выделяют такие типы метафор, как:

1. Структурные метафоры, в которых одни понятия структурируются в терминах других и согласованы с определенной культурой и языком. Например, *argument is war* (спор – это война).

2. Ориентационные метафоры, описывающие пространственную ориентацию (*more is up* ‘большее соответствует верху’, *My income rose last year* ‘мой заработок повысился в прошлом году’, *less is down* ‘меньшее соответствует низу’, *The number of errors he made is incredibly low* ‘количество ошибок, которое он сделал невероятно маленькое’. *His income fell last year* ‘его заработок уменьшился в прошлом году’). Такие метафоры берут основу из физического и культурного опыта человека.

3. Онтологические метафоры описывают абстрактные понятия через материальные сущности. Например, *mind is machine* ‘разум – машина’ [15].

В концептуальных метафорах происходит проекция знаний из одной области в другую, что позволяет рассуждать об одной области, используя знания о другой. Так, концептуализация многих семантических полей осуществляется в терминах пространственных, временных категорий, посредством описания расположения и перемещения объектов в окружающей действительности [5. С. 174].

Теория концептуальной метафоры применительно к изучению семантики идиом позволяет описывать образную специфику целых групп идиом, систематизируя большое количество языковых выражений с помощью отражаемой ими концептуальной метафоры. Тем не менее высокая степень абстракции описания в терминах области ис-

точника и области цели не позволяет учитывать все семантические особенности идиом [16, 17].

На основании корпусного подхода к анализу семантики идиом представляется возможным выявить все ассоциации с жизненными ценностями в современных контекстах фразеологического пространства современной английской культуры. Корпусный метод исследования позволяет вычислить силу синтагматической ассоциации между словом и элементами комбинации, определяя уникальность данной комбинации по частоте употребления, типичным синтаксическим моделям, что значительно расширяет лексикон устойчивых фраз различных типов. Так как идиомы не только воспроизводимы, но и переменчивы, одной из важных задач фразеологии является представление этой изменчивости в словарях [18. С. 373–384]. Корпусные данные представляют значимые и новые сведения о структуре и семантике идиом, позволяя строить гипотезы либо подтверждать уже существующие. Использование корпусов в идиоматике определяет частотность употребления идиом, зафиксированных в словаре, возможность считать словосочетание идиомой, стандартную форму леммы, модели управления соответствующих идиом, набор наиболее значимых вариантов каждой идиомы [19. С. 23, 34]. Лемма – основная, базовая форма, которая фиксируется в словаре, в то время как другие формы (множественное число, формы прошедшего времени и т.д.) не вводятся, так как они предсказуемы [20. С. 6].

Таким образом, считается, что анализ языка необходимо проводить, опираясь на реальные данные его функционирования, а не искусственно созданные примеры [21. С. 13]. Также исследования показывают, что с контекстом значение идиом распознается быстрее и лучше, чем без контекста [22. С. 280–298].

Ценность жизни

ЖИЗНЬ – ВЫЖИВАНИЕ, ДЫХАНИЕ.

Live and breathe sth (букв. жить и вдыхать что-то) – «be very enthusiastic about sth – иметь энтузиазм в чем-то» [23. Р. 223]. В контекстах очевидно влияние внутренней формы на актуальное значение, также встречается значение «находиться на территории», «проживать что-то, прочувствовать», самое распространенное значение «сильно увлекаться чем-то». Жить – иметь энтузиазм.

I want to live and breathe a story and totally believe in the characters I'm reading about. I want to feel their pain and cheer for their success (BNC, 2012). Я хочу *жить и дышать* историей и полностью верить в персонажей, о которых читаю. Я хочу почувствовать их боль и болеть за их успех.

Live by / on your wits (букв. жить по уму) – «earn money by clever or sometimes dishonest means – зарабатывать деньги умным или иногда

нечестным путем», *live from hand to mouth* (букв. жить от руки до рта) – «spend all the money on basic needs such as food, without being able to save money – тратить все деньги на основные нужды, такие как: еда, не имея возможности накопить денег» [23. Р. 223]. В семантике идиом запечатлен образ ума как средства к существованию.

Live beyond / within your means (букв. жить не / по средствам) – «live on more / less money than you have or earn – жить на большие / меньшие деньги чем имеешь или зарабатываешь» [23. Р. 223]. В контекстах также – *purchase, buy within your means, spend beyond your means*.

*It isn't the problem of employers you have **lived beyond your means**. Everyone is tight these days* (BNC, 2012). Это не проблема работодателей, что вы жили не по средствам. В наши дни всем туго.

ЖИЗНЬ – СУЩЕСТВОВАНИЕ В СОЦИУМЕ, ПРИНЯТИЕ.

Live and learn (букв. жить и учиться) – «learn through your mistakes or experience – учиться на ошибках и опыте, узнавать через ошибки или опыт» [23. Р. 223]. Фрейм ЖИТЬ И УЧИТЬ переносится на приобретение опыта.

Live and learn, especially with the Obama administration in power. We need men who say what they mean, not those who are snake oil salesmen (BNC, 2012). *Жить и учиться*, особенно с администрацией Обамы у власти. Нам нужны люди, которые говорят то, что думают, а не те, кто продают змеиное масло.

Live and let live (букв. жить и давать жить) – «accept other people's opinions and behavior – принимать мнение и поведение других людей» [23. Р. 223].

*a. The altruism basis of justice is extreme symbiosis in which we **live and let live** among our fellow human beings* (BNC, 2012). Альтруистическая основа справедливости – это экстремальный симбиоз, в котором мы живем и даем жить среди наших собратьев.

*b. They welcome different points of view and have a generally **live and let live** attitude. It's literally a more positive energy* (BNC, 2012). Они приветствуют разные точки зрения и имеют отношение, *допускающее разные мнения*. Это однозначно более позитивная энергия.

Жизнь ассоциируется с дыханием, получением опыта, принятием мнения других людей и способностью сосуществовать в социуме. Жизнь – это также выживание.

ЖИЗНЬ – ДЕЙСТВИЕ, ДВИЖЕНИЕ.

Spring to life / into life / action (of a person or thing) (букв. приступить к жизни / действию (о человеке или вещи) – «suddenly become active or start to work» [23. Р. 375] – «внезапно стать очень активным или занятым». В данном контексте речь идет о зарождении, появлении новых форм и жизни, пробуждении.

«You have created a beautiful garden, everyone admires it, and you have done this for nothing but the love of pruning, tending, and seeing unknown

forms spring to life» (BNC, 2019). «Вы создали красивый сад, все восхищаются им, и вы сделали это ни за что, кроме как любви к обрезке, уходу и наблюдению за тем, как неизвестные формы *обретают жизнь*».

Идиома в значении «оживать, всплывать в памяти».

a. This surface / depth dialectic, which works in tandem with the central narrative of Anna, draws the reader's focus away from the slighted "pictures" that seem to spring to life and move with neither the consent, nor, more importantly, the awareness of the observer within the novel (BNC, 2019). Эта поверхностная / глубинная диалектика, работающая в тандеме с центральным повествованием Анны, отвлекает внимание читателя от пронзительных «картинок», которые, кажется, *оживают* и двигаются ни с согласия, ни, что более важно, с осознания наблюдателя внутри романа.

b. The argument dies, as if my presence has sucked all the oxygen out of the room. But it still smolders beneath the surface, ready to spring to life again with the faintest breath of encouragement (BNC, 2017). Аргумент умирает, как будто мое присутствие высосало весь кислород из комнаты. Но он по-прежнему тает под поверхностью, готовый к тому, чтобы снова *родиться к жизни* с неуловимым дыханием поощрения. В данном контексте речь идет о доводе «возникнуть, появиться».

Жизнь ассоциируется с дыханием, получением опыта, принятием мнения других людей и способностью сосуществовать в социуме. Жизнь – это также выживание.

Ценность свободы

СВОБОДА – ПОЛЕТ.

(As) free as (the) air / as a bird (букв. свободный как воздух / птица) – «completely free – совершенно свободный» [23. Р. 139]. В контекстах идиома *as free as a bird* имеет значение «быть свободным», «быть безработным». Идиома *as free as the air* употребляется также в значении «быть свободным, не быть в отношениях».

You're as free as a bird? Yes, but a bird always can be put in a cage. Many of my friends are being held in jail without trial, and many of them even disappeared (BNC, 2017). Я свободен, как птица. Вы свободны, как птица? Да, но птицу всегда можно посадить в клетку. Многие мои друзья содержатся в тюрьме без суда, и многие из них даже исчезли.

СВОБОДА – ВОЛЯ.

Of your own free will (букв. по своему свободному желанию) – «because you want to do sth rather than because sb has told or forced you to do it – потому что вы хотите сделать что-то, а не потому, что кто-то сказал вам или заставил вас сделать это» [23. Р. 139].

a. Steph, do you assert for the record that you have agreed to participate in this survey of your own free will? Say, «Yes, I do» (BNC, 2019).

Стеф, ты утверждаешь для протокола, что согласился участвовать в этом опросе *по собственной воле*? Скажи: «Да, да» (BNC, 2019).

b. Not limited to, but also including the Oregon hotel, the gas station and the surrounding property, and I need to assure that you are entering into this agreement voluntarily of your own free will. Is that correct? Yes, sir, I want her to have all those things (BNC, 2017). Не ограничиваясь, но и включая отель Орегон, заправку и прилегающую недвижимость, мне нужно заверить, что вы заключаете это соглашение добровольно *по собственной воле*. Правильно? Да, сэр, я хочу, чтобы у нее были все эти вещи.

Свобода в работе, жизни, свобода – наличие воли.

Ценность любви

ЛЮБОВЬ – СЛЕПОТА, БЕЗВОЗМЕЗДНОСТЬ.

Love is blind (букв. любовь слепа) – «when you are in love with sb, you cannot see their faults – когда ты влюблен, ты не можешь видеть недостатки» [23. Р. 229].

a. Love is blind, as well as hatred (BNC, 2012). *Любовь слепа*, также как и ненависть.

b. Love is blind, and your love for your book is blind and deaf and numbs your senses, starting with your common sense (BNC, 2012). *Любовь слепа*, а твоя любовь к своей книге слепа и глуха и утомляет твои чувства, начиная с твоего здравого смысла. В контексте обыгрывается значение идиомы и наблюдается игра слов и одновременно контаминация двух разных фразеологизмов.

(just) for love (букв. только за любовь) – «if you do sth for love, you do it without payment or other reward, because you like the work or the person you are working for – если вы делаете что-то по любви, вы делаете это без оплаты или другого вознаграждения, потому что вам нравится работа или человек, на которого работаете» [23. Р. 229].

Hey, why are you doing this dumb job anyway? I thought the whole reason you got married to Pete was so you didn't have to work. No, I married him just for love (BNC, 2014). Эй, почему ты вообще делаешь эту глупую работу? Я думал, что ты вышла замуж за Пита, чтобы не нужно было работать. Нет, я вышла за него замуж только *по любви*.

Ценность счастья

СЧАСТЬЕ – КОСМОС, ВСЕЛЕННАЯ, ПУТЕШЕСТВИЕ.

Be over the moon (разг.) (букв. быть над луной) – «be very happy and excited – быть счастливым и воодушевленным» [23. Р. 250]. Происходит от строки в старинном детском стихотворении – «быть довольным чем-то», «вне себя от счастья». Радость и счастье ассоциируются с чем-то далеким, пространственная метафора.

...the minute we learned that you were going to come on the show today, we were so, like, **over the moon**, and it just struck us both just how many people when they hear your name, they light up, because they remember like a wonderful time in their life. What is that like to have that kind of an effect on people now? (BNC, 2019). ...как только мы узнали о том, что вы собираетесь выйти на шоу сегодня, мы были *вне себя от счастья*, и нас обоих просто поразило, как много людей, услышав ваше имя, светятся, потому что помнят, как замечательное время в их жизни. Каково это – оказывать такое влияние на людей сейчас?

Happy camper (букв. счастливый турист) – «very happy – очень счастливый» [23. Р. 165].

*When Hef introduced her a real money manager and took the ability of him to have the checkbook away, it really affected him. He was not a **happy camper*** (BNC, 2019). Когда Хеф представил ей настоящего менеджера по деньгам и забрал у него способность иметь чековую книжку, это действительно повлияло на него. Он не был счастлив.

Ценность успеха, удачи, самореализации

УДАЧА – НЕОЖИДАННОСТЬ, СЧАСТЬЕ, ВНИМАНИЕ.

Stroke of luck / fortune – «something happens at a /one / single stroke (as a result of a one sudden action or event) [23. Р. 383] – «something lucky that happens to you unexpectedly» – «что-то счастливое, удачное, что происходит с тобой неожиданно», «счастливый случай, удача». Внутренняя форма влияет на актуальное значение «поглаживание удачей, прикосновение удачи», удача проецируется через призму денег.

*Finally, he thought he managed a **stroke of luck**, when he discovered a website offering money...* (BNC, 2019). Наконец, он думал, что ему удалась удача, когда он обнаружил сайт...

Steal the show – «to attract more attention and praise than other people in a particular situation» [23. Р. 379] – «*быть самой популярной и лучшей частью события или ситуации*». «Затмить конкурентов, привлечь к себе все внимание своей красотой / достижениями и т. д.».

*He's the co-chair of the Trump campaign effort from the great state of New Hampshire. Last night, Ted Cruz tried **to steal the show** a little bit. But tonight, it's about Donald Trump. What would you like to hear from him tonight?* (BNC, 2016). Он сопредседатель предвыборного штаба Трампа из великого штата Нью-Гэмпшир. Вчера вечером Тед Круз попытался немного *украсть шоу*. Но сегодня вечером речь идет о Дональде Трампе. Что бы вы хотели услышать от него сегодня вечером?

Заключение

Исследование идиом, отражающих жизненные ценности, показало, что жизнь – это труд, получение опыта и знаний, сама ценность

жизни является основой и базой всех других ценностей. Любовь, ощущение счастья, свободы, успех тоже являются жизненными ценностями, возможными только при наличии самой жизни. В отношениях ключевым компонентом значения выступает доверие, безвозмездность. Свобода ассоциируется со способностью летать, а также с силой воли. Счастье – это нечто далекое, неосязаемое, космическое, счастье – возможность путешествовать. Удача – внезапность, неожиданность, успех – быть в центре внимания, инициатива. В контекстах многие идиомы получают неожиданные, новые, дополнительные значения, не обозначенные в словаре, или сочетаемостные возможности, игру слов, целый ряд вариантных глаголов.

Литература

1. URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0127736:article>
2. URL: <http://www.corpus.byu.edu/bnc/>
3. **Баранов А.Н.** Введение в прикладную лингвистику. 5-е изд. М., 2017. 368 с.
4. **Маслоу А.** Мотивация и личность. 3-е изд. / пер. с англ. СПб. : Питер, 2008. 352 с.
5. **Падучева Е.В.** Динамические модели в семантике лексики. М. : Языки славянской культуры, 2004. 608 с.
6. **Никитин М.В.** Основы лингвистической теории значения : учеб. пособие. 2-е изд. М. : ЛИБРОКОМ, 2009. 168 с.
7. **Попова З.Д., Стернин И.А.** Лексическая система языка: Внутренняя организация, категориальный аппарат и приемы описания : учеб. пособие. 3-е изд. М. : ЛИБРОКОМ, 2011. 176 с.
8. **Павлович Н.В.** Словарь поэтических образов. М. : УРСС, 1999. Т. 1, 2. 1744 с.
9. **Телия В.Н.** Русская фразеология. Семантический и лингвокультурологический аспекты. М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. 290 с.
10. **Стернин И.А.** Лексическое значение слова в речи. Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. 160 с.
11. **Баранов А.Н., Добровольский Д.О.** Словарь-тезаурус современной русской идиоматики / под ред. А.Н. Баранова, Д.О. Добровольского. М. : Мир энциклопедий Аванта+, 2007. 1135 с.
12. **Sinha Ch.** Cognitive Linguistics: Foundations, Scope, and Methodology // Cognitive Linguistics Research 15. Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 1999. P. 238.
13. **Evans V., Green M.** Cognitive linguistics. Edinburgh University Press, 2006. 245 p.
14. **Lakoff G.** The Contemporary theory of metaphor // Metaphor and thought. 2nd ed. Cambridge University Press, 1992.
15. **Lakoff G., Johnson M.** Metaphors we live by. Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1980. 241p.
16. **Dobrovol'skij D.** Kognitive Aspekte der Idiom-Semantik: Studien zum Thesaurus deutscher Idiome. Tübingen : Narr, 1995. (Fokus; Bd. 18). 271 S.
17. **Dobrovol'skij D.** Idiome im mentalen Lexikon: Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung. Trier : WVT Wissenschaftlicher Verlag Trier, 1997 (Fokus; Bd. 18). 263 S.
18. **Zakharov V.** Slavic phraseology: a view through corpora // JAZYKOVEDNÝ ČASOPIS. 2017. Roč. 68, č. 2. P. 372–384.
19. **Добровольский Д.О.** Корпусы текстов и двуязычная фразеография // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2015. № 5 (27). С. 23–37. DOI: 10.15293/2226-3365.1505.02

20. *Halliday M.A., Teubert W., Yallop C. and Cermakova A.* Lexicology and Corpus Linguistics. London ; New York : Continuum, 2004. 181 p.
21. *Meyer F.* English Corpus Linguistics. Cambridge University Press, 2004. 162 p.
22. *Cain K., Towse A.S., Knight R.S.* The development of idiom comprehension: An investigation of semantic and contextual processing skills // *Journal of Experimental Child Psychology*. 2009. № 102. P. 280–298.
23. *Oxford Idioms Dictionary for Learners of English.* Oxford University Press, 2006. 470 p.

Сведения об авторе:

Юсупова Седя Мусаевна – кандидат филологических наук, доцент, декан факультета иностранных языков, Чеченский государственный университет (Грозный, Россия). E-mail: seda_linguist@mail.ru

Поступила в редакцию 14 января 2021 г.

THE HIERARCHY OF LIFE VALUES IN A PHRASEOLOGICAL SPACE (ON THE EXAMPLE OF THE ENGLISH LANGUAGE)

Yusupova S.M., Ph.D. (Philology), Associate Professor, Dean of the Faculty of Foreign Languages, Chechen State University (Grozny, Russia). E-mail: seda_linguist@mail.ru

DOI: 10.17223/19996195/53/9

Abstract. The article examines the English idioms that reflect life values and their hierarchy; cognitive, semantic, corpus analysis is carried out. The results of the study reveal the importance of such basic life values as life, freedom, love, happiness, self-realization. The analysis of the inner form and actual meaning of idioms showed that life is associated with breath, gaining experience, and the ability to earn a living is associated with the image to «have a clever mind». Freedom is expressed through the image of «free will». Love – «blindness, gratuity», human relationships focus on the value of trust. Happiness – «distance, journey», success – «show», «touch of happiness». Work is as an official activity, success, self-realization is a state of success, and life is a basic value on which all other values are based. In the work, a pyramid of life values was built, in the hierarchy of which the value of life and freedom is the foundation, on the second level there is love, happiness and on the third level is luck, self-realization. Conceptual metaphors were also highlighted inside the taxa: ‘LIFE – SURVIVAL’, ‘LIFE – ACTION, MOVEMENT’, ‘FREEDOM – FLIGHT’, ‘LOVE – BLINDNESS, GRATUITY’, ‘HAPPINESS – TRAVEL, SPACE’, ‘LUCK – SURPRISE, ATTENTION’. These metaphors made it possible to combine idioms with different meanings into single conceptual groups. Corpus analysis revealed the combinatory features of idioms. Some idioms acquired additional meanings – the idiom *live and breathe smth* – «to be in the territory», *spring to life* – «to be born», *as free as the air* – «not to be in a relationship», *as free as a bird* – «to be unemployed». The idiom *live and let live* was used in contexts as an adjective – *live and let live attitude*. The idiom *live beyond your means* in contexts had a variant with the verb *spend beyond one's means*, the expression *live within your means* – variants *buy, purchase*. A semantic analysis of the English idioms showed that the actual meaning derives from the inner form and in contexts the inner form influences the conceptual environment of the idiom, the formation of additional meanings and their shades.

Keywords: hierarchy of life values; English idioms; semantic; corpus analysis; contexts of use; inner form; actual meaning.

References

1. <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0127736:article>
2. [http:// www.corpus.byu.edu/bnc/](http://www.corpus.byu.edu/bnc/) (accessed April 16, 2020)

3. Baranov A.N. Vvedenie v prikladnuu lingvistiku. Izd. 5. M., 2017. 368 p.
4. Maslou A. Motivaciya lichnosti. 3-e izd. / Per. s angl. Spb.: Piter, 2008. 352 p.
5. Paducheva E.V. Dinamicheskie modeli v semantike leksiki. M.: Yaziki slavyanskoy kul'turi, 2004. 608 p.
6. Nikitina M.V. Osnovi lingvisticheskoy teorii znacheniya: Uchebnoe posobie. Izd. 2-e. M.: Knizhniy dom «LIBROKOM», 2009. 168 p.
7. Popova Z.D., Sternin I.A. Leksicheskaya sistema yazika: Vnutrennyaa organizaciya, kategorialniy apparat i priemi opisaniya: Uchebnoe posobie. Izd. 3-e. M.: Knizhniy dom «LIBROKOM», 2011. 176 p.
8. Pavlovich N.V. Slovar' poeticheskikh obrazov. T. 1, 2. M.: URSS, 1999. 1744 p.
9. Teliya V.N. Russkaya frazeologiya. Semanticheskii i lingvokulturologicheskiy aspekti. M.: Shk. «Yaziki russkoy kul'turi», 1996. 290 p.
10. Sternin I.A. Leksicheskoy znachenie slova v rechi. Voronezh: Izd-vo Voronezhskogo universiteta, 1985. 160 p.
11. Baranov A.N., Doborovol'skiy D.O. Slovar'-tezaurus sovremennoy russkoy idiomatiki / Pod red. A.N. Baranova, D.O. Dobrovol'skogo. M.: Mir ensiklopediy Avanta+, 2007. 1135 p.
12. Sinha Ch. Cognitive Linguistics: Foundations, Scope, and Methodology // Cognitive Linguistics Research 15. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1999. P. 238.
13. Evans V. and Green M. Cognitive linguistics// Edinburgh University Press, 2006. 245 p.
14. Lakoff G. The Contemporary theory of metaphor // Metaphor and thought. 2-nd edition. Cambridge University Press, 1992.
15. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago; London: The University of Chicago Press, 1980. 241 p.
16. Dobrovol'skiy D. Kognitive Aspekte der Idiom-Semantik: Studien zum Thesaurus deutscher Idiome / Dmitrij Dobrovol'skiy. Tübingen: Narr, 1995. (Fokus; Bd. 18). 271 p.
17. Dobrovol'skiy D. Idiome im mentalen Lexikon: Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung / Dmitrij Dobrovol'skiy. Trier: WVT Wissenschaftlicher Verlag Trier, 1997 (Fokus; Bd. 18). 263 p.
18. Zakharov V. Slavic phraseology: a view through corpora // JAZYKOVEDNÝ ČASOPIS, 2017, roč. 68, č. 2. Pp. 372–384. DOI: 10.1515/jazcas-2017-0047.
19. Doborovol'skiy D.O. Korpusi tekstov i dvuyazichnaya fraseografiya // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta 5(27) 2015. Pp. 23-37. DOI: 10.15293/2226-3365.1505.02.
20. Halliday M.A., Teubert W., Yallop C. and Cermakova A. Lexicology and Corpus Linguistics. London, New York, Continuum, 2004. 181 p.
21. Meyer F. English Corpus Linguistics. Cambridge University Press, 2004. 162 p.
22. Cain K., Towse A.S., Knight R.S. The development of idiom comprehension: An investigation of semantic and contextual processing skills/ Journal of Experimental Child Psychology 102 (2009) pp. 280–298.
23. Oxford Idioms Dictionary for Learners of English. Oxford University Press 2006. 470 p.

Received 14 January 2021