

application of the rules of morphogeny and syntactical compatibility, that can be achieved via monitoring the connection between grammar categories and categories of thought and by realizing the specifics of the world categorization by the Poles.

Key words: method of teaching the Polish language, the cognitive method, the category of masculine gender.



УДК 811.161.1-112'23

Г. С. Яроцкая,

кандидат филологических наук,

доцент кафедры прикладной лингвистики

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова,

Французский бульвар, 24 / 26, г. Одесса, 65058, Украина,

тел.: (048)68-05-62,

g.yarotskaya@gmail.com

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ *ВЫГОДЫ* В ИСТОРИИ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

В данной статье рассматриваются прагмалингвистические особенности объективации концепта **ВЫГОДА** на материале лексикографических данных, фиксируемых в Словаре русского языка XI–XVII вв. и в Словаре пословиц русского народа В. И. Даля. Русское языковое сознание показывает актуальность и значимость выгоды, о чём свидетельствует плотный номинативный ряд вербальных репрезентантов соответствующего смысла.

Аксиологический уровень языкового сознания свидетельствует о важности способов достижения прибыли, которые оцениваются с этических позиций. Справедливость, честность (*праведность*) являются неперенными условиями получения прибыли, её легитимизации. В результате анализа делается вывод о ценностной амбивалентности концепта **ВЫГОДА**.

Ключевые слова: история лингвокультуры, поговорка, концепт **ВЫГОДА**.

В настоящее время многие исследователи констатируют изменения ценностных установок российского общества, смену ценностного ориентира в сторону „западного” экономического взгляда на жизнь, формирующего общество потребления. Главными принципами этой системы ценностей являются накопление материальных благ и достижение личной выгоды. Смену ценностных приоритетов иллюстрирует и языковой материал, в

частности, появление таких неофразеологизмов-трансформеров, как: *Не имей сто рублей, а имей миллион; Не в деньгах счастье, а в их количестве; Друзей нельзя купить, зато их можно продать; Долг отсрочкой красен* и др. В связи с этим **актуальным** представляется анализ прагмалингвистических аспектов объективации выгоды в истории русской лингвокультуры на системно-языковом и паремическом уровне с целью определения оценочных коннотаций лексем – вербальных репрезентантов выгоды. Эволюция языкового сознания нации отражена в лексикографическом наследии языка, фрагмент которого явился **материалом** предлагаемого исследования.

Данная работа посвящена системно-языковой и паремической объективации концепта ВЫГОДА в диахроническом аспекте, представляющем ключевой компонент обыденного экономического сознания носителей русской лингвокультуры. На ранних этапах формирования русского языкового сознания *выгода* концептуализировалась исключительно в прагматическом контексте обогащения и ассоциировалась с понятиями „добыча”, „приобретение”, а также „обмен”, „деньги”, „торг” [7, с. 164].

На системно-языковом уровне репрезентации номинативный ряд ВЫГОДЫ составляли в исследуемый период следующие лексемы: *корысть, прибыльтокъ, прибывание, прибыль, прибыльца, барышь, нажитокъ, наживокъ, доходъ, польза, выручка, прокъ, пожитченка* – „пожитки, польза, выгода, прибыль” и др. [Сл РЯ XI–XVII вв.]. Наиболее частотными в паремическом фонде В. И. Даля являются синонимичные лексемы *прибытокъ* и *барышь*. *Барышь* в лексикографических источниках определяется как „прибыль”, „выгода, прибыль, получаемая в торговле”, однако в словарях не фиксируется негативная оценочность ни у лексемы *барышь*, ни у её производных (*барышникъ* – „посредник в торговле”, „перекупщик” [Сл РЯ XI–XVII вв.]. *Барышничество, барышничать, барышный* связываются с посреднической деятельностью в торговле, соответствуя сигнификативной части значения более позднего образования *спекулянт* „перекупщик” и его производным, имеющими, однако, в современном русском языке негативные коннотации.

Лексема *корысть* имеет более широкое значение, сближаясь, с одной стороны, со значением „польза, выгода”, с другой стороны, – „приобретение”, „добыча” [Сл РЯ XI–XVII вв., вып.7, с. 354]. У дериватов с корнем *корыст-* присутствуют нейтральные и негативные

оценочные компоненты: ср.: *корыстловатися, корыстиватися, корыстоватися*. 1. Получать выгоду, пользу для себя, в результате какого-л. вида деятельности, обогащаться. То же, что *корыстовати*. 2. Чем. Извлекать выгоду, пользуясь чужим, недозволенным. Действие *корыстование* [Сл РЯ XI–XVII вв., вып. 7, с. 352]. *Корыстникъ* (*корысникъ*), м. 1. Человек, делающий что-л. полезное. 2. Корыстолюбивый человек [там же]. *Корыстно* (*корысно*), нареч. С выгодой [там же]. *Корыстный* (*карысный*), прил. 1. Торговый, относящийся к торговле, к торговой прибыли. То же, что *Корыстовный*. 2. Полезный служащий чьей-л. пользе, выгоде. || С отрицанием. Неспособный принести выгоду, пользу. Перен. Плохой, непригодный [там же].

К особенностям концептуализации выгоды в торговле на системно-языковом уровне относится негативная оценочность, присущая некоторым лексемам с корнем *корыст-*: ср.: *корыстовникъ*, м. 1. Тот, кто грабит чужое добро в бою. 2. Человек, наживающийся на перепродаже [Сл РЯ XI–XVII вв., вып. 7, с. 353]; *корыстовщикъ*, м. Человек, извлекающий для себя выгоду из пользования чужим, недозволенным [там же]. В значении „прибыль”, „доход” используются также лексемы *нажитокъ* и *наживокъ* – то, что нажито, приобретено, нажитое имущество; *прибыль*, *доход* [Сл РЯ XI–XVII вв., вып. 10, с. 89].

В свою очередь, однокоренные образования лексемы *прибыль* представлены следующим рядом слов: *прибывание* (*прибыль*), *прибылишко*, *прибыльца*, *прибытокъ*, а также антонимы – *поруха*, *убытокъ*, *убыль*, *накладъ*, *недоходъ*. Человек, проявляющий чрезмерный интерес к получению прибыли, обозначен лексемой *прибытколюбець*, синонимичной *корыстолюбець*. Интересно и однокоренное образование – *прибыльщикъ*, употребляющееся в значении „лицо, ведающее сбором прибыли или изысканием источников прибыли для государства” [Сл РЯ XI–XVII вв., вып. 19, с. 101].

Среди репрезентантов концепта ВЫГОДА мы зафиксировали лексемы *выслуга* и *выручные деньги*, одним из значений которых является значение „выгода, прибыль”: *выручити*. 1. Освободить кого-л., заплатив нужную сумму или дав поручительство. 2. Вывести из затруднительного положения. 3. Получить от продажи чего-л. (о деньгах). *Выручка*, ж. Выручка, помощь [Сл РЯ XI–XVII вв., вып. 3, с. 244]. *Выслуга*, ж. 1. Деятельность, заслуживающая благодарности, награды; заслуга. 2. Награда за службу, заслуги. Земельное угодье, поместье, полученные в вознаграждение за службу.

3. Выгода, прибыль [там же, с. 249]. Интересно, что лексема **выручка** в значении „помощь” является вторичным образованием от *выручить* – заплатить нужную сумму, освободить кого-л., что говорит о концептуальной связи „материальной помощи” и „денег, вырученных от продажи чего-л.” [там же, с. 244].

Образно-оценочные компоненты выгоды / прибыли обнаруживают связь с пользой, приобретением, материальным прибавлением к доходам, имуществу, что является целью коммерческой деятельности. В лексеме *пригостити* – получить в качестве прибыли в торговле [Сл РЯ XI–XVII вв., вып. 19, с. 137] вербализована концептуальная связь прибыли с наименованием субъектов (*гость*) и самого процесса коммерческой деятельности (*гостити, гостьба*). Таким образом, говоря о торговле, о торговой выгоде, правомерно было употреблять лексему *барышь* (прибыль, получаемая от торговой деятельности), а лексемы *корысть, нажитокъ, прибыль, прибытокъ, польза* имели более широкое значение – „обогащение в результате не только торговли, но какого-либо другого вида деятельности” (лексемы *выгода* и *нажи-ва* отсутствуют в Сл РЯ XI–XVII вв.).

Таким образом, логико-рациональный (понятийный) компонент концепта ВЫГОДА может быть охарактеризован как „прибыль, извлекаемая из торговли или какой-либо иной деятельности, которая является средством обогащения, пополнения дохода”. Поэтому именно лексема *барышь* в значении „прибыль, извлекаемая от посреднической деятельности в торговле, в результате продажи по большей цене, чем куплен товар; остаток от продажи товара”, является одним из доминантных вербальных репрезентантов, связывающих понятия „прибыль” и „торговля” в исследуемый период.

Ценностно-нормативное осмысление выгоды в истории русской лингвокультуры представлено в поговорках, собранных В. И. Далем [ПРН]. Большинство исследователей выделяют паремический фонд языка в структуру особого типа, несущую в закодированном виде информацию о специфике языка, культуры, аксиосистемы народа, начиная с этапа их становления. Многие пословицы и поговорки являются древними высказываниями [3, с. 48–54], отражающими наиболее важные мысли, идеи, наблюдения народа, а следовательно, их анализ представляет значительный интерес для данного лингвокультурологического исследования. Иными словами, в пословицах и поговорках выражены культурные ценности, доминанты определенного социума,

его мировоззрение, мироощущение, толкование действительности с оценочных позиций.

По мнению С. Г. Воркачёва, в современном языке пословицы и поговорки превращаются в достояние литературного жанра – в устной речи их мало-помалу вытесняют рекламные слоганы и прочие прецедентные явления [1]. Тем не менее, они по-прежнему составляют основу пассивного лексического фонда носителей русского языка и, безусловно, могут служить отправной точкой для исследования эволюции языкового сознания. В пословицах и поговорках четко выражены нормы поведения всего социума или отдельной социальной группы. „Нормы поведения актуализируются прежде всего тогда, когда возникает выбор между той или иной поведенческой стратегией. Важнейшим прогитивопоставлением поведенческих стратегий является контраст между этическими (моральными) и утилитарными нормами поведения. В первом случае акцентируются интересы других людей, во втором случае – интересы индивида. Эти интересы взаимосвязаны и в известной мере находятся в гармоническом единстве, но возможен конфликт таких интересов, который, повторяясь, находит типичное решение, формулируемое в типовых оценочных суждениях, например, *„Не плюй в колодец – пригодится воды напиться“* – „Веди себя предусмотрительно, не порть отношений с людьми, ибо возможно, что в будущем тебе придется к ним обратиться” – „Контролируй себя, не будь эгоистичным и глупым”. Осуждение эгоизма вытекает из норм морали, осуждение глупости – из норм рационального утилитарного поведения”, – утверждает В. И. Карасик [2, с. 226].

Логико-рациональная концептуализация выгоды в торговле иллюстрируется в оппозиции „прибыль – убыток” как констатация относительности доходной и расходной части коммерческой сделки: *Где прибыль, там и убыток. Прибыль с убылью в одном дворе живут. Барышу наклад большой (старший) брат. Барыш с накладом на одних санях ездят. Без накладу барыш не живет. Барыш с накладом одного гнезда птенцы. Прибытки с убытками на смычке ходят* (т.е. неразлучны). Из этого следует, что колебания рыночных цен, часто не зависящие от желаний сторон, сводят на нет, казалось бы, рациональные предположения и расчеты. Каждая сторона товарного обмена постоянно рискует, находясь в положении неопределенности. Аксиологическая оценка выгоды в паремиях даётся с этических

позиций – справедливости, честности (*праведная / неправедная*). Народная мудрость высшими приоритетами считает *праведность*, хорошую репутацию (*слава*). Способ получения прибыли, её размер оценивается исходя из моральных приоритетов: *Торгуй правдою, больше барыша будет. Неправедная корысть впрок нейдет. Хоть нет барыша, да слава хороша. Не до барыша, была бы слава хороша. Обманом барыша не наторгуешь. Неправедная нажива – огонь. Неправедная нажива – не разжива. Неправедно (неправдою) нажитое боком (ребром) выпрет. Наш Мишка не берет лишка.*

Нерациональное использование прибыли, видимо, является характерным признаком поведения торговцев и осуждается авторами народной мудрости: *продает с барышом, а ходит нагишом. Что привез, то продал; что продал, то проел (пропил). Продал на деньгу, а проел на алтын. Продал на рубль, пропил полтину, пробуянил другую – только и барыша, что болит голова.*

Таким образом, русское языковое сознание показывает актуальность и значимость выгоды, о чём свидетельствует плотный номинативный ряд вербальных репрезентантов соответствующего смысла. Несмотря на отсутствие непосредственно лексем *выгода, нажива* в словарях исследуемого периода, значение „выгода, прибыль, получаемая в торговле” фиксируется в лексеме тюркского происхождения *барышь*, которая не имеет негативной оценочности в исследуемый период. Отношение к выгоде можно назвать амбивалентным: стремление получить прибыль / выгоду в торговле не осуждается, в то же время человек, проявляющий чрезмерный интерес к получению прибыли, обозначен в языке лексемами с негативными коннотациями: *корыстолюбець, прибытколюбець*. Для русского языкового сознания важны способы достижения цели, которые оцениваются с этических позиций. Справедливость, честность (*праведность*) являются неперенными условиями получения прибыли, её легитимизации.

Список использованной литературы

1. Воркачев С. Г. Правды ищи: идея справедливости в русской лингвокультуре: монография / С. Г. Воркачев. – Волгоград : Парадигма, 2009. – 190 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Монография / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.

3. Красавский Н. А. Образ женщины в пословично-поговорочном фонде немецкого языка / Н. А. Красавский, И. М. Кириосов // Языковая личность: культурные концепты: Сб. науч. тр. – Волгоград-Архангельск : Перемена, 1996. – С. 48–54.
4. ПРН – Пословицы русского народа. Сборник В. Даля в 3-х томах. – М. : Русская книга, 1993.
5. Сл РЯ XI–XVII вв. — Словарь русского языка XI–XVII вв. – Вып. 1–28 (1975– 2008). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3227643>
6. Срезневский И. И. Словарь древнерусского языка: В 3 т. Репринтное издание [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://etymolog.ruslang.ru/index.php?act=sreznevskij> (Материалы для словаря древнерусского языка И. И. Срезневского. – СПб, 1893).
7. Яроцкая Г. С. Аксиогенез экономического сознания в русской лингвокультуре: монография / Г. С. Яроцкая. – Одесса : Одесский нац. ун-т имени И. И. Мечникова, 2013. – 550 с.

Г. С. Яроцька

ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ВИГОДИ В ІСТОРІЇ РОСІЙСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ

У цій статті розглядаються прагмалінгвістичні особливості об'єктивації концепту ВИГОДА на матеріалі лексикографічних даних, що зафіксовані у Словнику російської мови XI–XVII ст. та Словнику прислів'їв російського народу В. І. Даля. Російська мовна свідомість показує актуальність і значущість вигоди, про що свідчить щільний номінативний ряд вербальних репрезентантів відповідного смислу.

Аксіологічний рівень мовної свідомості свідчить про важливість засобів отримання прибутку, які оцінюються з етичних позицій. Справедливість, чесність (*праведность*) є умовами отримання прибутку, його легітимізації. У результаті аналізу робиться висновок про ціннісну амбівалентність концепту ВИГОДА.

Ключові слова: історія лінгвокультури, паремія, концепт ВИГОДА.

G. S. Yarotskaya,
Candidate of Philology,
Associate Professor of Applied Linguistics Department
Odesa I. I. Mechnikov National University,

24 / 26, Frantsuzky Blvd., Odesa, 65058, Ukraine,
tel.: (048)68-05-62
g.yarotskaya@gmail.com

PRAGMALINGUISTIC ASPECTS OF „BENEFIT” VERBALIZATION IN THE HISTORY OF RUSSIAN LINGUA- CULTURE

Summary

The purpose: to analyse pragmalinguistic features of the concept of PROFIT in the lexicographic data recorded in the Dictionary of Russian of the XI–XVII centuries and in the dictionary of proverbs of the Russian people by V. I. Dahl.

Finding: the Russian language perception shows relevance and importance of benefit. Despite the absence of words *выгоды* and *нажива* in the above-named dictionary, the meaning benefit, the profit got in trade' is documented in a lexeme of a Turkic origin *барышъ* which has no negative estimation during the studied period.

Results: the attitude to profit in ordinary Russian consciousness, according to the paroemiological fund collected by V. I. Dahl, is inconsistent: the aspiration to receive profit/benefit in trade isn't condemned, at the same time the person who immersed himself in pursuit of profit is designated in language by lexemes with negative connotations: *корыстолюбець* (profiteer), *прибытколюбець*. The axiological level of language perception testifies importance of ways to bring something into profit which are estimated from ethical positions. Justice, honesty (righteousness) are indispensable conditions of receiving profit, its legitimization.

Key words: history of Language culture, proverbs, the concept of PROFIT.