

**СТРАТЕГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОПОЗНАВАНИИ ИНОЯЗЫЧНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ  
В ПОСЛОВНОМ ПЕРЕВОДЕ НА РОДНОЙ ЯЗЫК НОСИТЕЛЯ (на материале китайских фразеологизмов)**  
*Е. Б. Трофимова, Ю. С. Тюкина*

**THE STRATEGIES USED IN THE RECOGNITION OF FOREIGN LANGUAGE IDIOMS IN WORD BY  
WORD TRANSLATION INTO THE NATIVE SPEAKER'S LANGUAGE (on the material of Chinese idioms)**  
*E. B. Trofimova, Yu. S. Tyukina*

*Исследование выполнено при поддержке РГНФ и Минобразования и науки, проект № 15-2403001  
«Стратегии опознавания иноязычных фразеологизмов носителями монгольского и русского языков».*

В работе в условиях психолингвистического эксперимента исследуются когнитивные стратегии, используемые носителями русского языка при опознавании китайских фразеологизмов, представленных в пословном переводе на родной язык реципиента. Поскольку когнитивные стратегии относятся к ментальной сфере, прямого доступа к ним нет, однако когнитивная деятельность, как осознаваемая, так и бессознательная, отражается в языке. Цель данного исследования – определить, как осуществляется перекодировка семантической информации в пространстве мышление ↔ язык. Использованная методика позволила выявить стратегии идентификации значения иноязычных фразеологизмов и, опираясь на качественные и количественные показатели, классифицировать использованные носителями русского языка стратегии. Методом интроспекции результаты условно были распределены по 4 группам: фразеологизмы с высокой степенью опознавания (100 % – 50 %), средней (49 % – 20 %), низкой (19 % – 5 %) и опознаванием ниже 5 %. Анализ причин успешного и неуспешного опознавания китайских фразеологизмов позволил выявить стратегии, используемые в эксперименте носителями русского языка. Данная методика применима при исследовании любых языков.

In the conditions of psycholinguistic research the authors examine the cognitive strategies used by Russian native speakers in the recognition of Chinese idioms presented in word-by-word translation into the native language of the recipient. Since cognitive strategies belong to the mental sphere, they can not be accessed directly; however, both conscious and unconscious cognitive activity is reflected in the language. The study aims to define how the conversion of semantic information is realized in the space *thinking ↔ language*. The methodology helped to identify the strategies of identifying the meaning of foreign language idioms, and, basing on qualitative and quantitative indicators, to classify the Russian native speakers' strategies. Using the method of introspection, the results were conditionally divided into 4 groups: phraseological units with a high degree of identification (100 % – 50 %), medium (49 % – 20 %), low (19 % – 5 %) and recognition below 5 %. Thus the strategies that generate this stratification of phraseological units were revealed. This practice is applicable in the study of any language.

**Ключевые слова:** когнитивные стратегии, психолингвистический эксперимент, китайский и русский языки, фразеологизмы, межъязыковая образность.

**Keywords:** cognitive strategies, psycholinguistic experiment, Chinese and Russian languages, idioms, interlingual figurativeness.

Данная работа находится на стыке таких актуальных отраслей современного языкознания, как когнитивная лингвистика и психолингвистика. Исследование проводится с позиции когнитивной лингвистики и направлено на выявление стратегий, которые используют носители языка при опознавании иноязычных фразеологизмов. Под когнитивными стратегиями мы понимаем ментальные процессы, «направленные на переработку информации, которая усваивается, хранится и извлекается из памяти» [7]. Поскольку когнитивные стратегии относятся к ментальной сфере, непосредственного доступа к ним нет. Однако сама когнитивная деятельность, как осознаваемая, так и бессознательная, отражается (пусть и не в полном объеме) в языке. Поэтому логично исследовать когнитивные структуры путем описания процессов обработки языковой информации [4, с. 83].

Безусловно, мы понимаем, что связь между языком и мышлением не является прямой. Ментальная единица даже в пределах одного языка может получить разное номинированное воплощение. Если же в фокусе внимания оказывается два или несколько языков, то количество возможных реализаций резко возрастает.

По данному поводу У. Чейф пишет, что «степень вариативности в языках при отражении одной и той же мыслительной структуры весьма значительна» [8, с. 98].

Достаточно яркой иллюстрацией этой идеи являются фразеологические единицы, служащими, по мнению Л. А. Араевой, своеобразными воротами, открывающими «доступ к метаязыковому сознанию современных носителей языка» [3, с. 140]. Близкие по значению, но разные по внутренней форме, разноразличные фразеологизмы, тем не менее могут обладать одинаковой межъязыковой образностью, способствующей опознаванию фразеологической единицы. Под межъязыковой образностью понимается общность представлений (в форме образов, картин, фреймов и т. д.), возникающих у иноязычного носителя, не владеющего данным языком, при предъявлении языковых единиц сложной структуры, таких как фразеологизмы [6, с. 302]. Например, при восприятии английского фразеологизма *plough the sand* (в пословном переводе – *пахать песок*) 84 % реципиентов правильно определили русский эквивалент (*носить воду решетом*).

Соотносимое, на наш взгляд, с межъязыковой общностью явление описывается в статье Н. Ф. Алефиренко, посвященной стереотипным образам-блендам. По мнению автора, «фразема *мурашки бегают по коже (по спине, по телу)* у кого своим возникновением обязана не концепту «Мурашки», а целому комплексу концептных конфигураций, отображающих первопричину столь яркого психического эффекта: «ощущение», «озноб», «волнение», «страх» [2, с. 29]. Совпадение концептных конфигураций в различных языках способствуют опознаванию иноязычного фразеологизма, несмотря на различия в лексическом составе.

В любом случае исследование когнитивных структур, варьируемых в фразеологических репрезентантах, в различных языках требует создания специфических методов, дефицит которых остро ощущается в современной фразеологии [1, с. 56; 5, с. 9]. Один из таких методов апробируется в данной работе. Цель исследования – на материале синонимичных фразеологизмов в русском и китайском языках определить, как осуществляется перекодировка семантической информации в пространстве «мышление ↔ язык».

Перейдем непосредственно к описанию психолингвистического эксперимента. Экспериментальным материалом послужили 18 китайских фразеологизмов, имеющих аналоги в русском языке, которые были отобраны из фразеологического словаря китайского языка *俄汉成语词典* и пословно переведены на язык носителя [9]. Материал предлагался в письменной форме, время для выполнения задания не ограничивалось. В роли респондентов выступили студенты филологического факультета Кемеровского государственного университета в количестве 80 человек, не владеющие китайским языком. Испытуемым давалась следующая инструкция: «Данные выражения являются дословно переведенными фразеологизмами с китайского языка. Пожалуйста, укажите их русские аналоги или дайте значения этих фразеологизмов».

При интерпретации и классификации материала мы опирались на процент опознавания русских аналогов (в данном случае одинаково оценивалось отражение в ответе как формы русского фразеологизма, так и указания его значения). Использование метода интроспекции дало возможность условно выделить 4 группы фразеологизмов.

**К первой группе мы отнесли фразеологизмы с высокой степенью опознавания, то есть от 100 % до 50 %.**

Фразеологизм *种豆得豆* «посеешь бобы, получишь бобы» не вызвал никаких затруднений при идентификации его русского аналога «что посеешь, то и пожнешь». 93 % реципиентов дали правильный вариант фразеологизма. Такой высокий процент связан с тем, что пословно переведенный китайский фразеологизм и его синонимичный русский аналог имеют близкую синтаксическую структуру и близкую образность. Отличие фразеологизмов заключается только в степени конкретизации, так как в русском языке значение имеет более высокий уровень обобщения, чем в китайском.

Синонимически схожее значение фразеологизма *小题大做* «раздувать из мелочи целую историю» определили 93 % реципиентов. Русский аналог «делать из мухи слона» имеет близкую синтаксическую

структуру и близкую образность, поэтому интерпретация данного фразеологизма не вызвала особых проблем. Следует отметить, что в приведенных фразеологизмах используются почти синонимичные глаголы «раздувать» и «делать», что в какой-то степени также повлияло на опознавание значений. Инвариантом данных фразеологизмов является «делать из чего-то меньшего что-то большее».

Процент идентификации фразеологизма *非驴非马* «ни осел ни лошадь», имеющего русский аналог «ни рыба ни мясо», составил 84 %. Оба фразеологизма обладают одинаковой синтаксической структурой и имеют близкую образность. Противопоставленность слов одной части речи послужила результатом высокого процента опознавания данного фразеологизма. При выявлении русского фразеологизма-синонима информанты опирались на лексемы, входящие в состав китайского фразеологизма. Хотим отметить, что в русском и китайском языках имеются фразеологизмы, обладающие одним смыслом, но передающие то же значение с использованием разной степени абстрактности. Например, китайский фразеологизм *不三不四* (ни три, ни четыре) и русский фразеологизм «ни то, ни сё».

65 % русских информантов правильно определили значение китайского фразеологизма *出污泥而不染* «выйти из густой грязи и не запачкаться», русским аналогом которого является фразеологизм «выйти сухим из воды». 5 % реципиентов дали приближенное значение («выйти чистым», «чистеньким»), 13 % представили неверные значения («из грязи в князи», «не зная броду, не суйся в воду», «родиться в рубашке» и т. д.). Верное опознавание обеспечивалось сохранением первоначальной ситуации и частичным совпадением синтаксической структуры. Фраза начинается с одного и того же глагола в неопределенной форме «выйти», что и помогло информантам установить русский фразеологизм-синоним.

**Вторая группа – фразеологизмы со средней степенью опознавания, то есть от 49 % до 20 %.**

Фразеологизм *大醇小疵* «небольшой привкус в хорошем вине», имеющий синонимичное значение в русском «ложка дегтя в бочке меда», был определен 46 % опрошенных. 5 % информантов представили такие приближенные ответы, как: «с виду все не так как кажется», «хороший человек, но с недостатком», «изъян, недостаток». И русский, и китайский фразеологизмы отражают одинаковую ситуацию, соответствующую значению «минимум отрицательного при максимуме положительного». Так как структура данных фразеологических единиц не совпадает, но имеет близкую образность, идентификация фразеологизма не вызвала особых проблем. Тем не менее достаточно часто встречаются следующие неверные ответы: «старое вино лучше, чем молодое», «будь проще и люди к тебе потянутся», «не так прост, как кажется», «в каждой шутке есть доля правды». Стратегией при указании значений является совмещение двух элементов, один из которых имеет большую положительную характеристику, чем другой.

Фразеологизм *兵之貉* «с одного холма еноты» был идентифицирован 41 % информантов. Процент опознавания его русского аналога «одного поля ягоды» небольшой: фразеологизмы имеют близкую образность и синтаксическую структуру. Приближенные ответы

дали 20 % реципиентов, часто встречались фразеологизмы: «рыбак рыбака видит издалека», «сидеть в одной лодке», «два брата по несчастью», «два молодца одинаковых с лица». Используемая стратегия – объединение неких объектов по тому или иному общему признаку без указания на конкретный признак, по которому оно осуществляется. Процент неправильных ответов достаточно высокий (19 %), с приближенными ответами их объединяет использование сопоставлений, например, «с одного места», «соседи», «братья».

Русский фразеологизм «клин клином вышибают» совпадает по значению с китайским фразеологизмом 以毒攻毒 «применять яд в качестве противоядия». 39 % информантов правильно осмыслили значения данного фразеологизма. 4 % опрошенных указали такие правильные значения, как: «подобное лечат подобным», «действие в противодействие», «от чего заболел, тем и лечишься». В данном случае на опознавание русского фразеологизма-синонима повлияла близкая образность фразеологизмов, хотя синтаксические структуры различны. Что касается неправильных ответов, то 24 % реципиентов указали следующие значения: «как аукнется, так и откликнется», «противоречие», «трудности закаляют», «яд в правильных дозах полезен», «не было бы счастья, да несчастье помогло», «насолить другому его же оружием». Стратегии опознавания носили индивидуальный характер и опирались на внутреннюю форму фразеологизма (прямое значение).

38 % опрошенных носителей русского языка верно соотнесли китайский фразеологизм 杳如黄鹤 «бесследно исчезнуть подобно желтому журавлю» с русским аналогом «как в воду кануть», 11 % идентифицировали правильное значение: «исчезнуть бесследно», «пропасть без вести», «и след простыл», «не оставить после себя ничего», «исчезнуть и не вернуться», «исчезнуть навсегда», «пропасть куда-то»; приближенные значения, такие как: «замести следы», «испариться в воздухе», «уйти по-английски», «потеряться», «исчезнуть как платки в ночи», «скрыться в закат», «кануть в лету» указали 9 % информантов. 14 % реципиентов дали неверные значения: «прошло как сон», «синица в руках, журавль в небе», «поспешишь, людей насмешишь», «плыть по течению». Китайский фразеологизм и его русский аналог имеют близкую образность, кроме того, глаголы «исчезнуть» и «кануть» синонимичны, что и явилось следствием определения правильного значения. Из неправильных значений наиболее часто встречаемым было «синица в руках, журавль в небе», это можно объяснить тем, что информанты идентифицировали значение путем опоры на составляющие пословно переведенного фразеологизма компоненты: в данном случае лексему «журавль», впоследствии подбирая к выбранному компоненту подходящий фразеологизм в родном языке.

24 % реципиентов использовали аналог «метать бисер перед свиньями», который однозначно соответствует китайскому фразеологизму 对牛弹琴 «играть на лютне перед быком». 6 % дали приближенное значение данному фразеологизму («бесполезно что-то делать», «бесполезные действия» и т. д.). Из предложенных неверных ответов встречались такие, как «перед смертью не надышишься», «как красная тряпка для быка», «играть с огнем», «подливать масло в огонь». Следует отметить, что, несмотря на аналогичную синтаксическую

структуру, отдельные компоненты в разноязычных конструкциях слабо соотносимы. Следовательно, большинство значений, приводимых информантами, основывались на символическом смысле отдельных компонентов, например, «бык» для носителей русского языка животное опасное, сильное и настойчивое: поэтому в качестве инварианта информанты указали «не что опасное».

Верный синоним китайского фразеологизма 不入虎穴焉得虎子 «не войдя в тигриное логово, тигренка не достать» был установлен 22 % информантами – «волков бояться – в лес не ходить». Приближенные значения отразили 8 % опрошенных, из них: «пока не начнешь, не сделаешь», «не начав действовать, ничего не получишь» и т. д. Данные фразеологизмы имеют различную синтаксическую структуру, но близкую образность. 55 % опрошенных представили такие неверные варианты, как: «без труда не выгонишь и рыбки из пруда», «невозможно войти в реку и не намочиться», «просто так ничего не бывает», «не будешь трудиться – ничего не добьешься». Инвариантом приведенных значений является «невозможность сделать что-то без определенных усилий».

Фразеологизм 如坐针毡 «будто сидеть на войлоке с иголкой» и русский аналог «сидеть как на иголках» хотя и имеют близкую образность и синтаксическую структуру, тем не менее только 21 % информантов выявили правильный фразеологизм-синоним. 8 % привели приближенное значение: «ждать чего-то серьезного», «мучиться», «не сидится на месте» и т. д. 38 % дали неправильные варианты, такие как «принцесса на горошине», «найти иголку в стоге сена», «как гвоздь проглотил», «сквозь землю провалиться», «ходить по лезвию ножа», «обдумывать проблему», «как вошь на гребешке», «как уж на сковороде». Большая их часть связана с представлением «причиняющий физические неприятности», поскольку при определении значения носители русского языка, во-первых, упор делали на составляющие фразеологизм лексемы, во-вторых, ассоциативно подбирали, как им ошибочно казалось, подходящий аналог, опираясь на родной язык.

**Фразеологизмы с низкой степенью опознавания были отнесены к третьей группе (от 19 % до 3 %).**

Фразеологизм 水泄不通 «воде не просочиться» и его русский аналог «яблоку негде упасть» имеют синонимичное значение «тесно, битком набито». Русский аналог указали 18 % опрошенных. При анализе значений встретился русский фразеологизм «как селедка в бочке», который имеет одинаковое значение с фразеологизмом «яблоку негде упасть». Правильное значение идентифицировали 4 % информантов («очень много», «в большом количестве», «очень тесно», «камню негде упасть», «иголке негде упасть»). Приближенное значение было дано 18 % реципиентами, сюда мы отнесли такие значения, как: «мышь не проскочит», «ни пройти, ни проехать», «очень узко», «муха не пролетит» и т. д. Что касается фразеологизма «мышь не проскочит», то, согласно фразеологическому словарю, его значение «никто не сможет пробраться», что частично совпадает с правильным значением [10]. Другие приведенные варианты имеют одинаковую грамматическую структуру с фразеологизмом «яблоку негде упасть», однако в некоторых случаях информанты использовали

компонентную замену. Так, например, лексема «вода» в пословно переведенном фразеологизме была заменена на «камень», «иголка». Неправильные значения, такие как: «никто не узнает», «под лежащий камень вода не течет», «что-то недоступное» и т. д. – представили 60 % информантов. «Под лежащий камень вода не течет» совпадает по образу с прямым значением, однако переносное значение не отражает. Можно сказать, что данное значение было приведено реципиентами и в силу того, что информанты, опираясь на лексему «вода», содержащуюся в структуре китайского фразеологизма, ассоциативно подбирали для него русский аналог, содержащий в своей структуре ту же лексему.

Русский фразеологизм «шило в мешке не утаишь», который является аналогом китайского фразеологизма 纸包不住火 «огня в бумагу не завернешь», выявили 16 % реципиентов. 3 % информантов определили приближенные значения: «ничего не утаишь», «ложь не спрячешь». 40 % опрошенных дали такие неправильные значения, как «горячую ложку не оближешь», «прошлое не вернешь», «спасибо в карман не положишь». Русский и китайский фразеологизмы имеют одинаковую синтаксическую структуру и близкую образность, но в силу того, что процент реципиентов, определивших верный фразеологизм-синоним, небольшой, то можно предположить, что информанты за основу определения значения брали глагол совершенного вида «завернешь» и затем образовывали по аналогии собственные значения. Можно также выделить общий инвариант – «нечто невозможно сделать» или «отрицание некоего явления».

Русский аналог «семь пятниц на неделе» фразеологизма 朝秦暮楚 «утром княжество Цинь, вечером княжество Чу» выявили 14 % реципиентов. 5 % опрошенных выявили приближенные значения («утром одно, вечером другое», «утром одно настроение, вечером другое»). В данном случае фразеологизмы имеют близкую образность, но их синтаксическая структура различна. 60 % реципиентов дали такие неправильные значения: «утро вечера мудренее», «разные как небо и земля», «сегодня ты богат, завтра беден» и т. д. Так как в пословно переведенном китайском фразеологизме наблюдается противопоставление, то информанты, в первую очередь, при указании значения опирались именно на это противопоставление. Инвариантом является значение, при котором одно противопоставляется другому. Часто встречающимся ответом было «утро вечера мудренее». Здесь также наблюдается противопоставление и опора на ключевые слова, такие как «утро» и «вечер» в пословно переведенном фразеологизме, и подбор русского фразеологизма, в структуре которого содержатся данные компоненты.

**Процент определения четвертой группы фразеологизмов составил ниже 5 %.**

5 % информантов правильно идентифицировали пословно переведенный китайский фразеологизм 草木皆兵 «и трава, и деревья кажутся солдатами», имеющий русский аналог «у страха глаза велики». Приближенные значения дали 10 % реципиентов: «запуганный человек», «в каждой тени видеть врага», «пуганая ворона куста боится», «многие вещи при поверхностном взгляде есть не то, что мы видим», «и у стен есть уши» и т. д. 55 % опрошенных дали неверные ответы, вследствие чего можно сказать, что трудности,

вызванные при определении правильного русского аналога, связаны с тем, что китайский фразеологизм и его русский аналог имеют совершенно разную синтаксическую структуру, а также различную образность. Говоря о приведенных значениях, следует отметить, что они отражают смысл, не содержащийся в китайском фразеологизме. Были предложены такие варианты, как: «и у стен есть уши», «враг не пройдет», «опасность на каждом шагу», что, на наш взгляд, вызвано опорой на лексему «солдат», которая в сознании носителей русского языка ассоциируется с чем-то опасным.

Русский аналог «жить душа в душу» китайского фразеологизма 鸾凤和鸣 «два феникса согласно поют» смогли определить 3 % реципиентов, правильное значение указали 1 % информантов. Приближенное значение определили 28 % опрошенных. «Два феникса согласно поют» и «жить душа в душу» различаются по своей синтаксической структуре, в связи с этим и возникли трудности при выявлении русского фразеологизма-синонима. Фразеологизм «жить душа в душу» несет положительную эмоциональную окраску, в то время как большая часть приведенных значений имела отрицательную эмотивность. В данном случае также прослеживается стратегия опоры на составляющие компоненты фразеологизма и подбор идентичного данному компоненту русского аналога.

Значение китайского фразеологизма 眼光短浅 «взгляд короток и неглубок», являющийся русским эквивалентом фразеологического словосочетания «не видеть дальше своего носа», идентифицировали лишь 2 % реципиентов. Приближенные значения, такие как: «непроницательный человек», «смотреть сквозь пальцы», «поверхностный взгляд», «поверхностное суждение о чем-то», «человек недалекого ума», «безразличный взгляд», «глупый человек», «пустой взгляд», «легкомыслие» – указали 25 % информантов. Рассматривая значения «глупый человек», «легкомыслие», «человек недалекого ума», можно сказать, что они более отрицательно эмотивны и происходят из прямого значения китайского фразеологизма. Низкий процент определения значения фразеологизма также объясняется тем, что, во-первых, эти фразеологизмы с разной синтаксической структурой и образностью, во-вторых, лексема «взгляд» за счет лексем «короток» и «неглубок» воспринимается в переносном значении.

Ни один из информантов не определил китайский фразеологизм 心如刀割 «как ножом по сердцу полоснул», имеющий русский аналог «сердце кровью обливается», однако точное значение определили 3 % реципиентов, выявив такие значения, как: «задеть за живое», «разбить сердце», «душевно ранить кого-то». Приближенное значение дали 11 % информантов («испытывать разочарование», «сделать больно на душе», «сообщить плохую новость», «попал в самое сердце»). 69 % реципиентов указали неправильные значения; часто встречающимися были: «не сыпь мне соль на рану» и «ножом в спину». Инвариантным смыслом реакций являлось «причинить кому-то боль» или «совершить предательство», в то время как русский фразеологизм-синоним «сердце кровью обливается» имеет значение «переживать, испытывать тревогу за кого-то». Можно сказать, что при определении фразеологического значения реципиенты опирались на

составной компонент фразеологизма «нож», подбирали либо на основе ассоциаций, либо с помощью его символического значения подходящий русский аналог.

Может возникнуть вопрос, каким образом определялись границы групп. В данном случае мы опирались на метод интроспекции, который, когда речь идет не о наивном лингвисте, а о специалисте, включает в себя и опыт предыдущих исследований, проводимых в антропоцентрической парадигме.

Результаты психолингвистического эксперимента, направленные на исследование стратегий опознавания пословно переведенных китайских фразеологизмов на родной язык носителя, позволяют сделать следующие выводы.

1. Достаточно высокий процент идентификации (100 – 50 %) наблюдается при близком расстоянии между прямым и переносным значениями. Сопутствующие признаки: а) наличие общей межъязыковой образности в исследуемых языках при достаточно близкой синтаксической структуре и сопоставимой лексики – «выйти из густой грязи и не запачкаться» и «выйти сухим из воды»; б) наличие одинаковой

структуры и межъязыковой образности – «ни осел ни лошадь» и «ни рыба ни мясо».

2. Средний процент идентификации (49 – 20 %) возникает при частичном совпадении по структуре и семантической общности, присутствии межъязыковой образности, однако при различном лексическом составе – «бесследно исчезнуть подобно желтому журавлю» и «как в воду кануть».

3. Низкий процент идентификации (19 – 6 %) связан со значительно большим расстоянием между прямым и переносным значением, слабой поддержкой синонимической лексики при наличии межъязыковой образности – «воде не просочиться» и «яблоку негде упасть».

4. Предельно низкий процент идентификации (ниже 5 %) обусловлен следующими причинами: низкой межъязыковой образностью или ее отсутствием, слабой связью между фразеологическим и прямым значением в китайском языке, различием синтаксических структур, заменой субъекта на объект, многозначностью пословного перевода. Все это приводит к формированию ложных ассоциаций – «взгляд короток и не глубок» и «не видеть дальше своего носа».

### Литература

1. Алефиренко Н. Ф. Предзнаковые формы мотивации фраземосемиозиса // Актуальные проблемы мотивологии в лингвистике XXI в.: по материалам Международной научной конференции, посвященной 95-летию Томской школы русистики / под ред. О. И. Блиновой. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2012. С. 51 – 56.
2. Алефиренко Н. Ф., Аглеев И. А. Когнитивная метафора и фраземосемиозис // Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами: сб. науч. тр. по итогам III Междунар. науч. конф. / отв. ред. проф. Н. Ф. Алефиренко. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013. С. 138 – 144.
3. Араева Л. А. Живой росток бесконечной определенности // Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами: сб. науч. тр. по итогам III Междунар. науч. конф. / отв. ред. проф. Н. Ф. Алефиренко. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013. С. 138 – 144.
4. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Когниция // Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Изд-во МГУ, 1996. С. 81 – 84.
5. Мокиенко В. М. Когнитивное в диахроническом и диахроническое в когнитивном // Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами: сб. науч. тр. по итогам III Междунар. науч. конф. / отв. ред. проф. Н. Ф. Алефиренко. Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2013. С. 8 – 14.
6. Трофимова Е. Б. Образность в межъязыковом пространстве // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности: тезисы докладов XV Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. (Москва, 30 мая – 2 июня 2006 г.). Калуга: Эйдос, 2006. С. 302.
7. Словари и энциклопедии на Академике // Академик: сайт. Режим доступа: [http://computers\\_en\\_ru-enacademic.com/22789/methodological](http://computers_en_ru-enacademic.com/22789/methodological)
8. Чейф У. Л. Значение и структура языка. М., 1975. 432 с.
9. Чжоу Цзишэн, 俄汉成语词典 / Чоу Лупэй, Чжан Ци. Изд-во «Хубэй жэньминь чубаньшэ», 1984. 723 с.
10. Энциклопедии и словари. Режим доступа: <http://enc-dic.com/rusphrase/Msh-ne-proskochit-10448.html>

### Информация об авторах:

**Трофимова Елена Борисовна** – доктор филологических наук, профессор кафедры восточных языков и методики преподавания иностранных языков Алтайской государственной академии образования им. В. М. Шукшина, [eltrofimova@mail.ru](mailto:eltrofimova@mail.ru).

**Elena B. Trofimova** – Doctor of Philology, Professor at the Department for the Oriental Languages and Methods of Teaching Foreign Languages, Shukshin Altai State Academy of Education.

**Тюкина Юлия Сергеевна** – аспирант кафедры русского языка и литературы Алтайской государственной академии образования им. В. М. Шукшина, [enter2772@yandex.ru](mailto:enter2772@yandex.ru).

**Yuliya S. Tyukina** – post-graduate student at Shukshin Altai State Academy of Education.  
(Научный руководитель – Е. Б. Трофимова). (Research advisor – E. B. Trofimova).

Статья поступила в редколлегию 18.09.2015 г.