

УДК 81

Закирова Ю.А.

Московский государственный областной университет

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МУЖСКОЙ
КАРТИНЫ МИРА В ГЕНДЕРНО ОКРАШЕННЫХ ПАРЕМИЯХ
РУССКОГО, АНГЛИЙСКОГО, НЕМЕЦКОГО И ИТАЛЬЯНСКОГО
ЯЗЫКОВ (НА ПРИМЕРЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ВНЕШНОСТЬ»)**

Yu. Zakirova

Moscow State Regional University

**LINGUOCULTURAL RESEARCH OF MALE WORLD-IMAGE
IN GENDER-COLOURED PROVERBS: CASE STUDY OF SEMANTIC GROUP
“APPEARANCE” (BASED ON THE RUSSIAN, ENGLISH, GERMAN
AND ITALIAN LANGUAGES)**

Аннотация. Лингвокультурологический анализ языковых картин мира составляет одну из важнейших задач современной лингвистики. Он опирается на особенности национальной культуры и ее национальное ядро, которое обнаруживается себя в таком устном народном творчестве, как поговорки, поскольку они несут в себе упрощенные и заостренные представления, мудрость разных народов об окружающей действительности. Главная роль в настоящей статье отводится лингвокультурологическому анализу мужской картины мира гендерно окрашенных поговорок русского, английского, немецкого и итальянского языков на примере семантической группы «Внешность».

Ключевые слова: языковая картина мира (ЯКМ), гендерно-окрашенные поговорки, национальная специфика, лингвокультурологический аспект.

Abstract. World images of different languages are both alike and different. Linguocultural analysis of such differences is one of the main aims of contemporary linguistics. Linguocultural approach has at the bottom particularity of national culture that manifests itself in such a form of oral folk art as proverbs and sayings. This article is devoted to the linguocultural analysis of male world image in gender-coloured proverbs of the English, German, Italian and Russian languages based on semantic group “Appearance”.

Key words: world image, gender-coloured proverbs, national particularity, linguocultural aspect.

Цель данной статьи – исследовать, как отражается семантическая группа «Внешность» в мужской картине мира (МКМ), созданной гендерно окрашенными поговорками; выделить ее национальную специфику в четырех указанных языках – русском, английском, немецком и итальянском.

В отечественном языкознании современные представления о языковой картине мира (ЯКМ) сводятся к двум связанным между собой, но различным идеям: 1) картина мира, предлагаемая языком, является составной частью наследуемой культуры; 2) каждый язык “рисует” свою картину, изображающую действительность несколько иначе, чем это делают другие языки.

Для настоящего исследования наиболее близка трактовка О.В. Орловой, которая полагает, что ЯКМ есть не что иное, как совокупность знаний о мире, запечатленных в лексике, фразеологии, грамматике, представляющая собой «пространство значений», часть внутренней организации знаний человека о мире, куда входит национально-культурный опыт народа [4, 6].

Через анализ ЯКМ различных языков проявляются и объясняются национальные особенности, так как именно она является формообразующим началом и определяет характер мыш-

ления, что, как отмечает Е.Ю. Лукьянова, находит свое отражение в разных видах текста, как, например, в таком устном народном творчестве, как паремии (пословицы и поговорки) [1, 39]. Паремии, содержащие в себе гендерный аспект, называют еще **гендерно окрашенными**, они выступают в функции культурных знаков – эталонов и стереотипов культурно-национального миропонимания человека и его роли в обществе.

В данной статье ЯКМ разделяется на *мужскую* и *женскую*, поскольку отражает основную цель исследования – рассмотреть и сопоставить, как гендер проявляет себя в ЯКМ, созданной паремиями, сформированной традицией и обладающей спецификой различных языков, что представляется возможным именно после разделения ЯКМ на *мужскую* и *женскую*.

Выявление гендерных стереотипов, существующих в каком-либо языке и культуре, лучше проводить методом лингвокультурологического анализа, через сравнение и сопоставление с гендерными стереотипами другой языковой общности, поскольку именно на контрасте становится ярким то, что для носителей языка было обычным и обыденным, встречающимся и употребляющимся каждый день.

Рассмотрим, как трактуется понятие «внешность» в русском, английском, немецком и итальянском языках.

Словарь Ожегова толкует слово *внешность* как: 1) 'наружный облик человека'; 2) 'внешний вид чего-нибудь' [2].

Оксфордский словарь дает следующие разнообразные определения понятию «внешность» – «appearance»: 1) 'the way that someone or something looks'; 2) 'an impression given by someone or something'; 3) 'an act of performing or participating in a public event'; 4) 'an act of arriving or becoming visible'; 5) 'a process of coming into existence or use' [3] (1) 'наружный облик человека'; 2) 'впечатление, которое производит кто-то или что-то'; 3) 'поведение или появление на публике'; 4) 'появление в поле зрения'; 5) 'процесс появления какой-то вещи в обиходе' (Здесь и далее перевод наш. – Ю.З.)).

В немецком языке в Толковом словаре BERTELSMANN дается два определения понятию «внешность» – «äußere(s)»: 1) 'außen-seite'; 2) 'äußere Erscheinung, Aussehen' (1) 'наружная сторона, фасад'; 2) 'внешний вид, облик').

В итальянском словаре *Garzanti Linguistica* дается наибольшее количество трактовок слова «внешность» – «apparenza»: 1) 'aspetto esterno, presenza'; 2) 'apparire, il modo di apparire'; 'manifestazione esteriore che spesso non corrisponde alla' [6] (1) 'наружность, внешний вид'; 2) 'впечатление, которое производит человек, манера появления'; 'проявление внешнего вида, который часто не соответствует мнению остальных').

Итак, из приведенных определений видно, что понятие «внешность» и в русском, и в английском, и в немецком, и в итальянском, несмотря на присутствие некоторого дробления на аспекты, в общем, целостно.

Рассмотрим более подробно, как отображается *внешность* в пословицах и поговорках русского, английского, немецкого и итальянского языков, какие различия и сходства присутствуют в отображении внешности мужчины, а также какую роль она играет в МКМ паремий русского, английского, немецкого и итальянского языков.

В данную семантическую группу входят паремиологические единицы, связывающие внешность и одежду: *Пригожий хорош и в рогоже; It's not the gay coat makes the gentleman* (Не одежда красит джентльмена), т. е. если мужчина хорош собой, то даже бедная одежда этого не испортит.

Кроме того, в паремиях всех рассматриваемых языков внешность мужчины напрямую связывается с его внутренними характеристиками: *Красен как маков цвет, а ума нет; He has a head as big as a horse, and brains as much as an ass* (У него голова такая же большая, как у лошади, а мозги такие же маленькие, как у осла); *Voller Mann, fauler Mann* (Полный мужчина – ленивый мужчина); *Uomo peloso, o forca o lussurioso, o matto o avventuroso* (Волосатый человек – или висельник или сладострастный, или сумасшедший или аван-

тюрный). Из приведенных примеров следует, что хоть мужчина внешне и хорош собой, но у него обязательно есть и недостатки.

В МКМ, созданной паремиями, есть и такие пословицы: *Handsome is as handsome does* (Красив тот, кто красиво поступает), т. е. красота мужчины провозглашается ценностью менее важной, чем честь и совесть, а поступки человека ценятся больше, чем его внешность: *Личиком гладок, да делами гадок*.

Во всех указанных языках есть и такие пословицы и поговорки: *He родись красивым, а родись счастливым; A short man needs no stool to give a long lubber a box on the ear* (Низкорослому мужчине не нужно табуретки, чтобы дать затрепину длинному увальню); *Die Schönheit des Mannes liegt in seinem Verstand, der Verstand der Frau liegt in ihrer Schönheit* (Красота мужчины в его уме, ум женщины – в ее красоте); *Uomo piccolo uomo ardito* (Маленький мужчина – смелый мужчина). Большинство пословиц этой семантической группы указывают на то, что красота – не главное.

Кроме того, в русском, английском и итальянском языках присутствуют паремии, несущие ироничную коннотацию по отноше-

нию к внешности мужчины: *Нос на троих рос, а одному достался; He has a fair forehead to graff on* (О его лоб только поросят бить); *Testa calva, piazza di pidocchi* (Лысая голова – площадь вшей). В приведенных примерах видно, что некрасивого мужчину высмеивают.

Особо следует выделить тот факт, что в пословицах и поговорках исследуемых языков неизменным атрибутом мужской внешности указывается борода: *Мужичок с ноготок, а борода с локоток; Der Bart macht der Mann* (Мужчину делает борода); *Gallo senza cresta è un caprone, uomo senza barba è un minchione* (Петух без гребня – каплун, человек без бороды – дурак).

Проведенное исследование корпуса паремий, относящихся к семантической группе «Внешность» мужской картины мира, позволяет провести классификацию пословиц и поговорок внутри данной группы. Воспользуемся термином П.В. Чеснокова «логема». **Логема** – логико-семантическая единица обобщенного характера, под которую могут быть подведены отдельные группы паремий. Логема выступает в качестве обобщающей исходной мысли, объединяющей группы конкретных характеристик и оценок отдельных

Таблица 1

Язык	Рус.	Англ.	Нем.	Ит.
1. Внешность и одежда				
1.1. Одежда не важна	+	+	-	-
2. Связь внешности и качеств личности				
2.1. Внешне красив, внутри "гнил"	+	+	+	+
2.2. Хорошая одежда, плохие качества личности	+	-	-	-
3. Важность внешней красоты для мужчины				
3.1. Красота – не главное	+	+	+	+
3.2. Красота играет важную роль	+	+	+	-
4. Представления о том, какой должна быть мужская внешность				
	+	-	+	+
5. Ирония				
	+	+	-	+
6. Борода				
6.1. Важна	+	+	+	+
6.2. Не важна	+	+	-	+

¹ Знак «+» означает заполненность логемы.

культурно значимых смыслов, выявляемых в паремиологическом фонде [5, 123].

Проанализировав приведенную табл. 1, можно выделить следующие сходства отображения внешности в паремиях русского, английского и немецкого языков:

1. Внешность мужчины напрямую связывается с его внутренними характеристиками, то есть если он внешне хорош собой, то внутри он непременно имеет много недостатков.

2. Красота для мужчины – не главное. Хотя одновременно с этим выделяется противоположная логема: красивая внешность играет для мужчины важную роль.

3. Борода играет важную роль для внешности мужчины.

В то же время у каждого языка своя специфика.

1. В русском и английском языках связывают внешность мужчины и его внешнее убранство: красивая внешность не может быть испорчена плохой одеждой. В немецком и итальянском эта логема остается нулевой.

2. В паремиях русского и итальянского языка присутствуют представления о том, какой должна быть мужская внешность (как, например, Ясного сокола видать по по-

лету, а молодца – по походке; *Como se sempre belo* (Мужчина красив всегда), а в английском и немецком они отсутствуют.

3. В русском, английском и итальянском языках некрасивого мужчину высмеивают, тогда как в немецком языке данная логема не заполнена.

Особый интерес представляет лексема «борода». Как уже говорилось выше, все исследуемые языки подчеркивают ее важность, и следует отметить, что в русском языке важность бороды для внешности мужчины представлена всего лишь одной паремией: *Мужичок с ноготок, а борода-то с локоток*, что ставит под вопрос значимость данного варианта логемы для МКМ русского языка.

В позднее средневековье и ранний Ренессанс (XIV-XV вв.) идеалом мужской внешности было в любом возрасте выглядеть похожим на юношу, и мужские лица были бриты, что, по-видимому, отразилось и в пословицах. В паремиях русского, английского и итальянского языков говорится о том, что борода не так уж и важна для внешности мужчины (например: *Не в бороде честь, борода и у козла есть; The brains don't lie in the beard; Ум не в бороде; La barba non fa il filosofo; Одна только борода не делает из мужчины мудреца*). В па-

Таблица 2

Язык	Рус.	Англ.	Нем.	Ит.
1. Внешность и одежда				
1.1. Одежда не важна	6	2	0	0
2. Связь внешности и качеств личности				
2.1. Внешне красив, внутри "гнил"	17	3	1	5
2.2. Хорошая одежда, плохие качества личности	2	0	0	0
3. Важность внешней красоты для мужчины				
3.1. Красота – не главное	12	7	4	2
3.2. Красота играет важную роль	3	0	1	0
4. Представления о том, какой должна быть мужская внешность				
	4	0	1	3
5. Ирония				
5.1. Некрасивую внешность высмеивают	10	3	0	3
6. Борода				
6.1. Важна	1	0	4	3
6.2. Не важна	4	2	0	2

ремиях немецкого языка такой вариант логемы отсутствует, а, наоборот, подчеркивается особая роль бороды для мужчин: *Der Bart war früher als der Mann* (Сначала была борода, а потом мужчина).

Численно приведенные логемы выражаются в исследуемых языках следующим образом (табл. 2):

Из приведенных данных видно, что во всех исследуемых языках численно преобладают такие логемы, как «Одежда не важна», «Внешне красив, внутри “гнил”», «Красота – не главное», в которых в образе идеального мужчины доминируют не внешние характеристики и красота, а его внутренние достоинства, хорошие личностные качества.

Таким образом, общим для сравниваемых лингвокультур является следующее: 1) красивая внешность признается не главной ценностью; 2) привлекательной внешности уделяется меньше внимание, чем характеристикам отрицательных качеств красивого мужчины; 3) красота сопряжена с другими, более высокими ценностями личности.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Лукьянова Е.Ю. Языковая картина мира и ее влияние на структурно-функциональные и прагматические особенности рекламного текста // Языковая картина мира в лингвистике и лингводидактике: мат-лы I Междунар. научн. конф. 2-4 декабря 2009 года / Отв. ред. Л.М. Ермакова; Федеральное агентство по образованию, Тамб. ГУ им. Г.Р. Державина, Институт иностранных языков. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2009. С. 39-43.
2. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://ozhegov.ru/slovo/4841.html> (дата обращения: 23.04.11).
3. Оксфордский толковый словарь (OED). [Электронный ресурс]. URL: http://oxforddictionaries.com/view/entry/m_en_gb0035030#m_en_gb0035030 (дата обращения: 23.04.11).
4. Орлова О.В. Языковая картина мира и национально-культурная идентичность. М.: ГАСК, 2010. 110 с.
5. Чесноков П.В. Спорные проблемы курса «Общее языкознание». Таганрог, 1996. 176 с.
6. Garzanti Linguistica (GL). [Электронный ресурс]. URL: <http://garzantilinguistica.sapere.it/it/dizionario/it/cerca?q=%09apparenza&commit=%C2%A0> (дата обращения: 23.04.11).
7. Wissen. de. [Электронный ресурс]. URL: <http://wissen.de/wde/generator/wissen/services/suche/wbger/index.html?gerqry=%C4u%DFere&Start=%A0%A0Suchen%A0%A0&gertype=> (дата обращения: 23.04.11).