

ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЙ КОД РУССКИХ ПАРЕМИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПОСЛОВИЧНОГО ПОРТРЕТА МУЖЧИНЫ)

Паремиологическое пространство языка, являясь самостоятельной частью национальной языковой картины мира, аккумулирует и сохраняет основные наиболее устойчивые установки культуры, свойственные носителям данного языка в силу своей большей консервативности по сравнению с лексической картиной мира. Интерпретация паремиологических единиц с точки зрения стоящих за ними ментальных установок, свойственных носителям русской лингвокультуры, позволяет реконструировать целостные ментальные образы, вербализованные в русском паремиологическом пространстве, и служит доказательством существования единого лингвокультурного кода.

Целью статьи является подтверждение гипотезы о возможности реконструкции стереотипных представлений носителей русской лингвокультуры, вербализованных паремиями русского языка, на примере пословичного концепта *мужчина*. Достижению цели послужило проведение ряда исследовательских процедур: выявление концептуальных признаков, формирующих концепт, их ранжирование по степени яркости для моделирования ядерной и периферийной зон концепта, выделение в структуре паремий типичных паремийных биномов, языковых средств, создающих образность, выявление структур знаний, стоящих за отдельными единицами и их разрядами (фреймов, картинок, сценариев и т. п.). Материалом для исследования послужили паремии, извлеченные из словарей и сборников русских пословиц и поговорок [1]. Верификация материала была осуществлена с помощью Национального корпуса русского языка (www.ruscorpora.ru), поисковой системы Нигма (www.nigma.ru) и других интернет-источников — сайтов, блогов, чатов и т. п. Кроме того, проведенный опрос современных носителей русского языка показал, что в случае незнания самой единицы информантам была понятна и знакома вербализованная пословицей культурная установка.

Семантико-когнитивное толкование ключевого термина когнитивной лингвистики — «концепта» — позволяет говорить о нём как о дискретном ментальном образовании, единице картины мира, отображённой в человеческой психике, представляющей собой сложный комплекс когнитивных признаков, использующийся для описания фрагмента языковой и внеязыковой действительности, и имеющей полевую структуру.

Проведенное исследование концепта *мужчина* на паремиологическом материале, включающем единицы с компонентом-обозначением мужчины по его родственным связям, социальному статусу и т. п., по-

звolyет сделать выводы о стереотипном образе мужчины, архетипическом представлении, сформированном паремиями русского языка, в русском языковом сознании.

Мужчина в русских паремиологических единицах номинируется следующим образом: стилистически нейтральными лексемами — *мужчина, мужик, парень, юноша*; стилистически окрашенными лексическими единицами — *мужичок, муженёк, мужилка, казачишка, богатырь, молодец, дурак*; с точки зрения выполняемых социальных ролей — *муж, отец, батька (батько), дядька, сын*; метонимически — *мужнина голова, борода, брови соболиные, очи соколиные*; орнитонимами — *орёл, сокол, воробей, соловей, тетерев, ворона* и зоонимами — *уж, конь, гусь*; единицами других частей речи — глаголами в форме прошедшего времени мужского рода (*разорил, купил*), местоимениями (*он, мой*), полными прилагательными (*молодой, старый*) краткими прилагательными и причастиями мужского рода (*худ, добр*); пословичными структурами с глаголом в форме императива, подразумевающими в качестве адресата мужчину (*Бей жену к обеду, а к ужину опять — без боя за стол не сядь*) и обобщённо-личными предложениями (*Возьмёшь дуру-неряху, не сошьёт мужу рубаху*).

Отобранные для анализа паремиологические единицы (ПЕ) были распределены нами по следующим группам, в соответствии с выделенными когнитивными признаками:

Стереотипные представления о мужчине	Кол-во ПЕ в группе
I. Стереотипный набор личностных гендерных характеристик	89
I.1. Психологические гендерные характеристики	62
I.1.1. Характеристика умственных способностей (интеллекта)	31
I.1.1.1. Опозиция «ум — глупость» (акцент на глупости)	25
I.1.1.2. Опозиция «ум — глупость» (в сравнении с женщиной)	3
I.1.1.3. Опозиция «ум — глупость» (акцент на уме)	1
I.1.2. Свойства личности	29
I.1.2.1. Опозиция «трудолюбие — лень»	11
I.1.2.2. Неспособность устоять перед искушением	7
I.1.2.3. Опозиция «смелость — трусость»	6
I.1.2.4. Наличие непростого характера	3
I.1.2.5. Бережливость	1
I.1.2.6. Упрямство	1
I.1.3. Привычки	2
I.2. Несоответствие внешних данных и внутренних качеств/способностей/поведения	12
I.3. Возрастные характеристики	11
I.3.1. Опозиция «молодость — старость» (в пользу молодости)	5
I.3.2. Опозиция «молодость — старость» (в пользу старости)	1
I.3.3. Опозиция «молодость — старость» (предписываемые занятия)	5

I.4. Гендерные стереотипы внешности	2
I.5. Общее стереотипное представление	2
II. Стереотипные социальные роли во внутреннем социальном пространстве (семья и родовые отношения)	194
II.1. Опозиция «муж — жена»	162
II.1.1. Единство мужа и жены с точки зрения их ролей в семье (семейный союз)	67
II.1.2. Оценка мужа	62
II.1.2.1. Положительная оценка мужа, отрицательная оценка жены	37
II.1.2.2. Положительная оценка мужа	13
II.1.2.3. Отрицательная оценка мужа	9
II.1.3. Стереотипные представления о традиционном поведении мужа по отношению к жене	26
II.1.4. Обязанности мужа и жены	5
II.1.5. Судьба мужчины после свадьбы	3
II.2. Отношения между отцом и сыном	30
II.2.1. Сын похож / не похож на отца	21
II.2.2. Отец лучше сына в каком-либо отношении	9
Всего ПЕ:	281

Как видно по номинативной плотности представленных в таблице групп, к ядру паремиологического поля относятся ПЕ, вербализующие стереотипные социальные роли супругов, среди психологических гендерных характеристик ядерной является группа единиц, характеризующих умственные способности мужчины. В зону ближней периферии попадают ПЕ, репрезентирующие отношения между отцом и сыном, ПЕ, вербализующие оппозицию «трудолюбие — лень»; а также возрастные характеристики и противопоставление внешнего впечатления и личностных качеств или поведения. В зоне дальней периферии оказываются остальные свойства личности (неспособность устоять перед искушением, смелость — трусость, трудный характер, бережливость и упрямство), привычки, стереотипы внешности и общее стереотипное представление о мужчине. Возникает стереотипное представление о мужчине, который выполняет определённые социальные роли и наделяется набором личностных качеств и особенностей поведения.

Выполняя социальную роль мужа, он представляет целостный семейный союз с женой. Мужу отводится главенствующая роль в семье (*голова семьи*), он отвечает за принятие решений по наиболее общим, жизненно важным вопросам, оставляя жене хозяйственно-бытовую сферу жизни семьи. Также муж несёт ответственность за рациональную составляющую семейной жизни (*муж — голова, жена — душа*). Однако главенство мужа в семье невозможно без «твёрдого тыла», который обеспечивает жена (*Муж есть глава, а жена — подножье*). В паремиях подчёркивается единство мыслей жены и мужа (*Муж да жена — одна душа; Муж*

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА
СКВОЗЬ ПРИЗМУ МНОГОМЕРНОСТИ БЫТИЯ
ЧЕЛОВЕКА ГОВОРЯЩЕГО

да (и) жена — одна сатана; Муж да жена — одной свиньи мясо; Муж и жена — из одного кремня искры. Ср. современную интерпретацию: Муж и жена — энергетика одна) и согласованность их действий (Муж — за гудок, жена — за песенки). Многочисленны и многовариантны паремиологические единицы, описывающие мужа кормильцем семьи, в которых он предстаёт добытчиком по контрасту с женой-растратчицей (Добрый муж наживёт, а худая жена рукавом растрясёт). В народном представлении жена склонна к неверности и использует для этого любой повод (Муж — за волками, а жена — за молодцами; Плохой муж взял да помер, а добрая жена пошла по дворам), данное поведение осуждается, в то время как неверность мужа вербализована лишь в одной паремии и не подвергается оценке, а только фиксируется как факт (Нет такого мужика, который не поел бы чужого мяска). В гендерно окрашенных паремиях с женским авторством вербализуется представление о муже как защитнике, что является самым важным, даже при наличии у него отрицательных качеств (Какой бы муж ни ворона, а всё жене оборона).

Роли отца и сына в паремиях чаще сравниваются (сын похож на отца, он повторяет его поведение, наследует его склонности — Каков отец, таков и сын), но могут и противопоставляться (Отец наживает горбом, а сын проживает горлом).

Среди психологических гендерных характеристик мужчины особое значение придаётся наличию или отсутствию ума. Символ зрелости — борода — в ряде ПЕ противопоставляется психологической незрелости, глупости: Борода[-то] с ворота, а ума[-то] с прикалиток нет. Однако в сравнении с женщиной мужчина всё же предстаёт наделённым интеллектом: Где мужчина ногою, там женщина не доправит и головою; Умный мужчина всегда умнее умной женщины. Однако ср. в современной антипословице: Баланс: женщины чаще говорят глупости, мужчины — чаще делают.

Устойчиво в паремиях противопоставление внешнего и внутреннего: Парень — рубаха, а развернёшь — портки; На вид пригож, а внутри на чёрта похож.

Внешность для мужчины является не самой важной характеристикой.

Паремии подчёркивают устойчивость стереотипного представления о мужчине, которое не нуждается в экспликации для представителей русской лингвокультуры: Мужик всегда мужиком.

ПРИМЕЧАНИЯ:

[1] Источниками паремиологического материала явились следующие издания: Вальтер Х., Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа. СПб., 2005; Даль В. И. Пословицы русского народа: Сборник: В 2 т. М., 1984; Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок. М., 2000; Мокиенко В. М., Никитина Т. Г., Николаева Е. К. Большой словарь русских пословиц. Ок. 70 000 пословиц. М., 2010.

Осознание многомерности бытия человека говорящего поставило в центр внимания современных интегративных исследований неслиянное единство «человек — язык — культура — лингвокультура — сознание — коммуникация — сообщество».

Человек говорящий в рамках разрабатываемого подхода определяется как личность, одним из видов деятельностей которой является деятельность речевая (последняя охватывает процессы как порождения и восприятия речи, так и осмысления действительности) [1].

Как известно, чтобы стать личностью, т. е. полноправным членом общества, человек должен пройти процесс социализации, основным содержанием которого является межпоколенная трансляция культуры. Культура, подлежащая распремечиванию (т. е. освоению, усвоению, присвоению) и межпоколенной передаче от предков потомкам, понимается вслед за В. Н. Телия как «мировидение и миропонимание, обладающее семиотической природой» [2]. Данное понимание культуры, во-первых, никоим образом не отрицает ее материальную составляющую, но лишь фокусирует внимание на ее идеальной стороне, а во-вторых, охватывает в том числе и умение оперировать предметами окружающего мира, использовать их в соответствии с собственными потребностями и т. д. Культура явлена человеку в предметах, практиках, символах, ритуалах и под., а также — и, возможно, в первую очередь — в знаках языка, которые при таком подходе выступают как тела знаков языка культуры [3]. На пересечении культуры и языка как самостоятельных семиотических систем образуется третья система — лингвокультура, предстающая как культура оязыковленная, явленная в языке и через язык, проявляющаяся, по словам В. Н. Телия, в языковых процессах. В отличие от языковой картины мира, предстающей как сложно устроенное семантическое пространство, т. е. как феномен собственно лингвистический, лингвокультура является феноменом лингво-когнитивным: она формируется не знаками языка, за которыми стоят некоторые смыслы, но образами сознания, облеченными в языковые знаки. «Семантика» лингвокультуры — это культураносные смыслы, овнешненные в знаках языка. Исходя из этого, можно утверждать, что в лингвокультуре язык выступает в роли означающего, а функцию означаемого выполняют культураносные смыслы и культура как таковая.

Совершенно очевидно, что социализация может осуществляться только в коммуникации. Соответственно, коммуникация в данном слу-