

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА»
(КГПУ им. В.П. Астафьева)
Филологический факультет
Выпускающая кафедра общего языкознания

Ли Чжэньжуй

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Паремии с компонентом «красота» в русском и китайском языках
(структурно-семантический и сопоставительный аспекты)

Направление подготовки: 45.03.02. Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы: Перевод и переводоведение
(русский язык как иностранный)

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
общего языкознания
канд. фил. наук,
доцент Тимченко А.Г.

21.05.2021



(дата, подпись)

Руководитель канд. фил. наук,
доцент Тимченко А.Г.

21.05.2021



(дата, подпись)

Дата защиты 09.06.2021

Обучающийся Ли Чжэньжуй



(дата, подпись)

Оценка

хорошо

(прописью)

Красноярск, 2021

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы исследования паремий с компонентом «красота».....	6
1.1. Паремия в современной науке	6
1.2. Красота как эстетическая ценность, репрезентируемая в языке	13
Глава 2. Сопоставительный анализ паремий с компонентом «красота» в китайском и русском языках.....	22
2.1. Экспликация компонента «красота» в русских паремиях.....	22
2.2. Экспликация компонента «красота» в китайских паремиях.....	27
Заключение.....	37
Библиографический список.....	40

Введение

Язык является важным средством коммуникации для людей, но также и важным инструментом для человеческого мышления, развитие языка в значительной степени способствовало развитию и прогрессу человеческой цивилизации.

Языки разных стран не одинаковы, например, одни и те же вещи имеют разные выражения в различии именовании, или одни и те же слова имеют разную предысторию и значение и т.д. Поэтому проблематика «язык и культура» становится более **актуальной**. В связи с этим большинство современных лингвистов изучают язык в тесной связи с сознанием человека, анализируют языковые факты в непосредственной связи с языковой личностью. Здесь важным становится антропоцентрический подход: «природа оценки соответствует природе человека» [Арутюнова 1999, с. 181]. Группы эстетической оценки выделяются особо среди других оценочных категорий [Писанова, 1997].

Как ценность эстетическая, *красота* была популярна на протяжении всего времени существования человечества. Изучение языкового воплощения красоты стало сейчас всё более популярным в связи с глобальными изменениями в мире.

Особо ярко национальную специфику оценочных суждений репрезентируют паремии, являясь неизменными, застывшими элементами языковой системы, микрофрагментами языковой картины мира, вербализующими представления народа. Именно паремии отражают многие эстетические категории полнее и подробнее, чем другие элементы языковой системы.

Сопоставление паремий с компонентом «красота» в русском и китайском языках ещё не получило подробного освещения в научных трудах. Поэтому данная работа посвящена сопоставительному исследованию русских и китайских паремий с компонентом «красота» в структурно-семантическом и сопоставительном аспектах.

Объектом исследования являются китайские и русские паремии с компонентом «красота».

Предметом исследования стали особенности национально-культурной специфики понятия «красота», содержащейся в компонентах сем китайских и русских паремий.

Цель работы – выявление языковых особенностей национально-культурной семантики красоты в русской и китайской культурах на материале паремий.

Исходя из поставленной цели, были определены следующие **задачи**:

1. Изучить теоретические подходы к рассмотрению понятия и специфики паремий.
2. Рассмотреть классификации паремий.
3. Проанализировать семантику паремий с компонентом «красота» в русском и китайском языках.
4. Раскрыть национально-культурные особенности воплощения понятия «красота» на примере паремий двух языков.

Материалом для работы стали паремии с компонентом «красота», извлечённые из сборника В.И. Даля «Пословицы русского народа» и сборника пословиц Ма Гофаня (马国凡 序言 // 马国凡 谚语锦集).

Теоретической базой данного исследования послужили труды отечественных и зарубежных лингвистов, таких как Н.Ф. Алефиренко и Н.Н. Семенов [Алефиренко, Семенов, 2009]; В.Н. Телия [Телия, 1996]; Х. Вальтера и В.М. Мокиенко [Вальтер, Мокиенко, 2005]; О.В. Николаевой [Николаева, 2013, 2017]; И.Н. Кохан [Кохан, 2017]; Е.А. Яковлевой [Яковлева, 2016]; Вэнь Дучэня [1985]; Чжан Синьюаня [2008].

В ходе работы были использованы следующие **методы исследования**:

1. Описательно-аналитический метод, с помощью которого были обобщены результаты предыдущих исследований.
2. Сравнительно-сопоставительный метод лингвистического анализа.

3. Метод компонентного анализа лексических единиц, который был использован при рассмотрении семантической структуры идиоматических единиц.

Практическое значение работы заключается в том, что её материалы могут быть использованы при проведении лекций, семинаров, занятий лингвистической, психолингвистической и культурологической направленности, а также при работе с иностранными студентами в рамках изучения паремий или национальных стереотипов.

Структура работы такова: введение, две главы (теоретическая и практическая), выводы по первой и второй главам, заключение, список использованных источников.

ГЛАВА I. Теоретические основы исследования паремий с компонентом «красота»

Красота как эстетическое понятие – один из важнейших культурных терминов. Отражение красоты существует в каждом языке. С одной стороны, понятие красота является воплощением культуры, с другой стороны, является воплощением языка.

Когда речь заходит о языковом воплощении понятия красота, проще всего отследить особенности культуры на примере паремий, которые являются естественным элементом, отражающим национальную историю и культуру с древних времен до наших дней. Паремии отражают мысли, верования и суеверия нации, а также интересные факты повседневной жизни.

С течением времени отношение людей к жизни меняется, но паремии все еще существуют, передаваясь из поколения в поколение в языковых привычках людей.

В качестве объекта исследования паремии активно стали изучаться в 20-м веке в рамках фразеологии и этнолингвистики [Мокиенко 1999; Никитина, 1993; Толстой, Толстая 2013; Чистякова, 1998] как оставляющие картины мира народа.

Многими исследователями паремии рассматриваются с разных позиций. Например, исследователь Л.Б. Савенкова изучила культурные концепты на базе паремиологического материала [Савенкова, 2002]. Лингвисты И.В. Горбань и Е.В. Телкова описывали базовые составляющие русского национального характера с помощью паремий: терпение, добросердечие, эмоциональность, соборность, милосердие и др. [Горбань, 2010; Телкова, 2003].

1.1. Паремия в современной науке

Национальная концептосфера включает в себя паремиологическую картину мира в качестве фрагмента. Следовательно, паремии ответственны за культурные ценности и существуют в первых рядах репрезентаторов базовых культурологических категорий. Паремии любой нации позволяют понять

мысли и образ жизни народа, потому что в них заключается исторический опыт и культура.

Паремия происходит от древнегреческого слова *paroimia* – притча, поговорка, пословица, изречение, которое известно давно, но как термин начало использоваться в конце 20 века.

К известным в 20 веке научным подходам к паремиям (фольклористский, литературоведческий, языковой) добавляется лингвокультурологический подход. В пословицах в готовой форме реализуется народная психология и философия, названная В. фон Гумбольдтом «духовной самобытностью» [Гумбольдт, 1985: 56]

По мнению В.И. Даля, поговорка являлась «суждением, приговором, получением»: «Пословица ж, краткое изречение, полученное, более в виде притчи. Иносказанья, или в виде житейского приговора, пословица есть особо языка, народной речи, не сочиняется. А рождается сама; это ходячий ум народа; она переходит в поговорку или простой оборот речи» [Даль, 2001: 5]. В.И. Даль характеризует её так: «складная короткая речь, ходячая в народе, но не составляющая полной пословицы; поучение, в принятых–ходячих выражениях; условный оборот речи, обычный способ выражаться» [Даль 2001: 5].

Происхождение народных примет, пословиц и поговорок сложно точно установить. Известно лишь то, что они стали появляться и использоваться народами в процессе развития цивилизации с древних времен. Такой вид народного искусства воспроизводит отличие собственной культуры, а также жизненный опыт, который укоренился на протяжении столетий. По мнению Г.Л. Пермякова, пословицы содержат в себе одновременно несколько смыслов. Во-первых, они подобны фразеологизмам, во-вторых, они являются «логическими единицами» или точками зрения, а в-третьих, – «художественными миниатюрами», т.е. колоритно представляют события из жизни народа [Пермяков 1998:11].

Существует особый раздел филологии – паремиология, которая занимается исследованием примет, пословиц, поговорок и других народных выражений. Эта наука оперирует паремиями или важными единицами языка, посредством которых осуществляется передача информации при общении людей. С помощью таких единиц возможно понять связи и отношения между теми или иными объектами.

Паремии могут именоваться упрощенными текстами, которые учат некоторым логическим операциям, таким как: сравнение, отрицание и другим в максимально простой форме для усвоения человеком. Благодаря этим текстам человек может освоить сложные категории мышления и научиться идентифицировать информацию, начиная с детского возраста, в игровой манере.

Современные лингвисты особенно выделяют структурную паремиологию. Они проводят наблюдения за речью и поведением человека и устанавливают базовые неизменные конструкции. С помощью этих конструкций можно выяснить модель мира человека, а также способы его адаптации к миру. Исследователи давно пришли к выводу, что познание мира основано в некотором роде на использовании паремий. Модель мира осознается человеком через паремии, а не только посредством наблюдения [Никитина, 1993].

В фольклоре паремии исследуются на основе пословиц и поговорок, а также загадок и скороговорок. Эти элементы фольклора обладают комплексом формообразующих, семантических и функциональных признаков. Подобные паремии, по мнению Г.Л. Пермякова, относятся к малым жанрам, весьма простым, но не отсталым [Пермяков 1998: 21].

На основе метода аппликации, В.П. Жуков удачно систематизировал пословицы и поговорки. Его подход базировался на объединении образного и буквального содержательных планов паремий, а также параллельном сопоставлении прямого и переносного содержательных планов этих единиц.

Первая группа паремий, по классификации В.П. Жукова, включает в себя немотивированные паремии, то есть те, которые не имеют чего-то похожего в свободных предложениях. Например: «в ногах правды нет».

Вторая группа включает в себя те паремии, которые отличаются от первой группы тем, что они заключают в себе «формальную налагаемость». Например: «на воре шапка горит».

Третья группа включает в себя паремии с мотивированной внутренней формой, то есть те, в которых пропадают смыслообразующие компоненты. Например: «и у стен бывают уши».

Четвертая группа включает в себя мотивированные выражения и идиомы. Например: «Яблоко от яблони недалеко падает».

Пятая группа включает в себя немотивированные паремии со смысловым центром. Например: «наша горница с богом не спорится».

Шестая группа включает в себя налагаемые немотивированных выражения. Например: «Лучше синица в руки, чем журавль в небе».

Седьмая группа включает в себя неналагаемые пословично-поговорочные выражения. Например: «Горбатого могила исправит».

Восьмая группа включает в себя мотивированные пословично-поговорочные выражения. Например: «тихие воды глубоки».

В отличие от традиционной классификации, которая включала в себя фразеологические сращения, классификация по Жукову была построена на базе следующих признаков: налагаемость, немотивированность, идиоматичность и выводимость [Жуков 1972:12].

Существуют разные виды паремиологических единиц.

Пословицы и поговорки являются самыми распространенными видами паремиологических единиц. У Г.А. Пермякова, поговоркой является определенное образное выражение, которое точно отражает некоторое жизненное явление. Под пословицей понимается – «грамматически законченное (имеющее вид предложения) изречение с образной мотивировкой общего значения, т.е. требующее расширительного толкования» [Пермяков

1988:17]. В отличие от пословиц, у поговорок отсутствует нравоучительный смысл. Поговорки являются выразительным определением некоторого явления.

Валлеризмы являются вариантом высказывания, который состоит из описания ситуации, когда высказывание было произнесено, и автора высказывания.

Девизы являются краткими выражениями, иллюстрирующими главную идею в некоторой деятельности.

Афоризмы являются краткими оригинальными изречениями, заключающие в себе глубокую и законченную мысль, отличающуюся неожиданностью суждения [там же].

Глубина и многозначительность содержания, а также применимость к различным событиям жизни способствуют популярности паремий у говорящих. Это объясняет популярность в 20-21 в.в. сравнительно-сопоставительных исследований, рассматривающих интернациональное и национальное начала в паремиях разных народов.

Паремиология китайского и русского языков – область нечетко определяемых языковых явлений. Следует понимать под паремией, согласно работам известных лингвистов (Л.Б. Савенкова, В.Л. Жукова, Н.Н. Семенов и др.) афоризмы народного происхождения. Для этих афоризмов характерна устойчивость и воспроизводимость, прецедентность формы и содержания, вариативность в пределах устоявшейся конструкции, а также синкретичность формы.

Мы будем придерживаться в данной работе концепции Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова, В.М. Мокиенко на определение границ пословиц и поговорок [Верещагин, Костомаров, 1980; Мокиенко, 2010] и отнесем их к предмету изучения паремиологии. Н.Ф. Алефиренко справедливо отмечает: «Паремии отличаются от фразеологизмов смысловой и интонационной завершенностью и синтаксической членимостью. В основе пословицы лежат не понятия, как у фразеологизмов, а суждения» [Алефиренко

2009: 242]. Лингвист З.К. Тарланов полагает, что паремии не могут включаться в раздел изучения фразеологии, т.к. «принципиальное отличие фразеологизмов, включая и поговорки, от пословиц состоит в том, что всякий фразеологизм теоретически, – это соединение постоянного содержания с постоянной формой. Несколько иначе обстоит дело с пословицей, сочетающей в себе черты фразеологизма и синтаксически свободного сочетания одновременно. Суждение, выражаемое пословицей, актуально для ряда эпох, является относительно постоянной величиной, как и содержание фразеологизма, но в каждый конкретно-исторический период эта постоянная величина (суждение) имеет свою форму выражения, соответствующую уровню развития синтаксического строя языка в каждый данный период» [Тарланов, 1972: 81-82].

В китайской паремиологии используются следующие термины: яньюй (谚语) и суой (俗语), но они понимаются по-разному, образуя разные типы изречений. Исследователь Чжан Синьюань описывает яньюй (谚语) так: «Яньюй, также называемые сухуа (буквально «просторечие, просторечные слова»), биюй (буквально «старая поговорка»), или словами народной мудрости, представляют широко распространенные в народе и общепонятные выражения. Они были созданы народом в процессе производительного труда и социально-бытовой практики, могут отражать жизненный опыт и желания народа, в них заключена глубокая философская мысль» [Чжан Синьюань, 2008].

Чжан Синьюань так характеризует яньюй 谚语: «Они представлены в большом количестве и характеризуются высокой частотой использования, также отличаются лаконичной и изобразительной речью, точным выражением чувства, глубоким приведением доводов и удачным сравнением (или удачной метафорой). Яньюй имеют постоянное выражение, обладают глубоким смыслом, широко распространены, стали руководством к познанию

общественной жизни на протяжении длительного времени, оказывают существенное влияние на образование и развитие идеи, духа, культуры, нравов и обычаев китайской нации в разные эпохи» [там же].

Другой китайский лингвист Вэнь Дучэн понимает яньюй (谚语) в широком и узком смыслах: в широком – это все изречения народа, которые обладают разговорным характером, структурной стабильностью и краткостью; в узком – это собственно пословицы и поговорки, которые отличаются от других устойчивых выражений в структурном и содержательном плане (имеют поучительный, дидактический смысл) [Вэнь Дучэн, 1985: 4-18].

Если характеризовать структуру и грамматику, то китайские пословицы – это простое и сложное предложение с различными типами сказуемого, при этом сочинительная связь будет преобладает над подчинительной, а бессоюзная связь – над союзной, часто отсутствуют предлоги и послелогии [Войцехович, 2007: 87].

Исследователем И.В. Войцехович сказано, что «китайские лингвисты часто обозначают народные речения общим термином 俗语 суюй (букв. «просторечное выражение; народное речение»)» [там же: 77].

Вэнь Дучэн классифицирует суюй следующим образом:

- 1) пословицы – речения, представляющие собой суждения, имеющие поучительный характер, относящиеся к выразительным средствам языка;
 - 2) привычные выражение устойчивые фразеологические сочетания, представляющие собой изобразительные средства языка;
 - 3) недоговорки иносказательные речения, состоящие из двух частей: иносказания и его раскрытия, изобразительно выразительные средства языка.
- [Вэнь Дучэн, 1985].

Ян Пэйхуа же полагает, что к суюй необходимо относить лишь поговорки [Ян Пэйхуа, 2004]. Ма Гофань придерживается такой же позиции и выделяет пять разрядов фразеологических единиц: 1) чэньюй – идиома; 2)

яньюй – пословица; 3) сехоуэй – недоговорка-иносказание; 4) гуаньюньюй – фразеологическое сочетание; 5) суюй – поговорка [Ма Гофань, 2001].

Объединяет русские и китайские поговорки краткая образная форма, в которой аккумулирован бытовой и культурный опыт народа: «Пословицы – это носители информации, касающейся исторических событий, древнего быта, уклада общественной и семейной жизни, верований, морали, человеческих взаимоотношений и взаимоотношения человека с природой, производственной деятельности» [Войцехович, 2007: 82]. Поговорки содержат базовые законы и коды, которыми руководствовался издревле человек в разных видах своей деятельности.

1.2. Красота как эстетическая ценность, репрезентируемая в языке

Исходя из философских идей, в рамках которых начала развиваться эстетика красоты, в соответствии с природой объекта красота может быть классифицирована следующим образом: естественная красота, красота социальной жизни, духовная красота, художественная красота, красота формы; а в соответствии с чувством эстетического субъекта категорию красоты можно разделить на красивую, возвышенную, трагическую, комедийную (смешную).

Естественная красота относится к красоте природных вещей, включая солнце, луну и звезды, реки и озера, пейзажи, цветы и птиц, растения, насекомых и рыб, поля и сады. Всё это является красотой объективных природных вещей или явлений, то есть ярким изображением природных объектов, которое может вызвать эстетическое удовольствие у субъекта.

Социальная красота относится к красоте социальных вещей в реальной жизни. Социальная жизнь богата и сложна, поэтому социальная красота также разнообразна, главным образом в области классовой борьбы, производственной борьбы и научных экспериментов. В том числе: красота социальной борьбы и результатов; красота производственной деятельности и продуктов; красота повседневной жизни; красота людей как части общества.

Духовная красота относится к красоте духовного мира человека. В том числе это красота идеологии, нравственные чувства, духовная воля и интеллектуальные способности, она воплощает в себе требования социальной цивилизации к людям.

Художественная красота относится к красоте произведений искусства. Это главный объект эстетики человека. Это сочетание эстетических чувств художника и эстетических идеалов жизни, а также характеристик красоты и уродства жизни в прекрасном художественном образе.

Формальная красота – это красота формы появления объективных вещей, включая линию, форму, цвет, свет, звук, качество и другие факторы формы, и эти факторы объединяются в соответствии с определенным законом, чтобы выразить структуру содержания [Чжан Синьюань, 2008].

Красоту нельзя рассматривать лишь с одной точки зрения, она растворена во всех аспектах нашей жизни. Красота может быть не только внешней, но и внутренней. Внутренняя красота у разных народов включает в себя такие качества человека, как доброта, отзывчивость, образованность, щедрость, честность, проявление воли, решительности, образы человеческих эмоций и т.д. Следовательно, зло, агрессия, равнодушие, глупость или необразованность, скупость, лукавство, трусость говорят об отсутствии внутренней красоты человека [Пак, 2009: 12].

Категории эстетической оценки стоят наряду с сенсорно-вкусовыми, психологическими, этическими, утилитарными, нормативными, телеологическими оценками [Арутюнова 1984, 1985; Писанова 1997].

В 20-21 в.в. в научной лингвистической среде появились работы, посвященные различным аспектам изучения эстетических оценок, в том числе основанные на компаративистике. Выявляются схожие и дифференциальные признаки понятий в сравниваемых языках в работах таких исследователей, как Я.В. Зубковой [Зубкова, 2002], Ю.В. Мещерякова [Мещерякова, 2004], М.А. Авериной [2013] и др.

Такой интерес обусловлен тем, что эти понятия являются одними из базовых ценностных ориентиров этноса, оказывают влияние на человеческое поведение, определяют роль и отношение человека к окружающему его миру и другим людям в нем [Окунева, 2008]. Внешние характеристики человека и окружающей действительности описываются как многомерный образ (включая эстетическую оценку) в научных трудах таких ученых, как В.М. Богуславского [Богуславский 1995], О.Б. Клевцовой [Клевцова 2007], сборнике «Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного» под редакцией Н.Д. Арутюновой [Логический анализ языка, 2004] и др. Вербализация в языке эстетических оценок описана с помощью лингвокультурологического подхода Ю.В. Мещеряковой [Мещерякова, 2004]. Учёный описала концепт «красота» в русском и китайском языках, опираясь на средства лексической семантики, фразеологии, паремиологии указанных языков.

Исследователем Н.О. Лосским красота охарактеризована так: «Красота есть абсолютная ценность, т.е. ценность, имеющая положительное значение для всех личностей, способных воспринимать её» [Лосский, 1998: 33].

Лингвист В.З. Демьянков отмечал: «говоря о красоте на разных языках, имеем ли мы в виду одну и ту же «платоновскую» универсальную идею красоты, или мы говорим о разных вещах, по-русски об одном (о русской «красоте»), по-английски – о другом, по-немецки – о третьем?» [Демьянков, 2004: 601]. Автор приходит к выводу, что сочетаемость лексем эстетической оценки в разных языках различна: английское *beautiful* имеет более широкую сочетаемость, чем русское «красивый», и переводится в таких сочетаниях как «приятный, отменный, отличный». Различна и дробность категорий красивого в разных языках. Автор подчеркивает жанровую специфику употребления слова «красивый»: это слово обычно используется в художественном тексте и в торжественных ситуациях. В английском языке для обиходного употребления используется слово *pretty*, а для художественного – *beautiful*. Обычно, когда люди говорят о красоте, имеют в виду нечто зрительно

воспринимаемое. Лексически противопоставляются в русском языке констатация и мера красоты (краса и красота). Однако слово краса воспринимается современными носителями русского языка как архаичное. В.З. Демьянков также пишет в работе об употреблении словосочетаний со значением «красивая девушка»: все эпитеты женской красоты в русской культуре связаны с идеей нездешней красоты, красоты не из этого мира, недостижимой красоты [там же: 607]. Следовательно, в разных лингвокультурах существуют национальные стандарты красоты, выражающиеся на уровне языковых средств, отличающиеся уместностью самой речи о красоте (прагматикой), различной степенью дробности этого концепта (семантикой) и специфическим выражением меры красоты в словосочетаниях (синтактикой) [Мещерякова, 2004].

Н.Д. Арутюнова отмечает: чувство эстетики – это чувство, которое отвлечено от ощущений восприятия, однако «чувство и чувственность стремятся воссоединиться» [Арутюнова, 2004: 8]. Красота, по мнению автора, связывается больше не с гармонией, а со стихией, которая способствует нарушению человеком разного рода запретов. Существуют разные типы красоты, например, святая и демоническая. Базой для понятия красоты является понятие природной нормы, следуя которой красота не геометрична, целостна и распределяется по естественным родам и категориям. Далее Н.Д. Арутюнова сообщает, что оценочные компоненты, характеризующие красоту женщин и мужчин, соответствуют разным эталонам: мужская красота функциональна, а женская – привлекательна [там же: 22].

Исследователем И.О. Окуновой с помощью теории лексико-семантических полей были выявлены способы передачи положительной эстетической оценки при описании красоты людей, растительного и животного мира, произведений искусства, а также различного рода предметов в русском и английском языках [Окунева, 2008: 126-127].

Лингвист Ваджихе Резвани в результате исследования сопоставительным методом и сплошным выбором примеров из словарей двух

языков осуществила попытку выявить оценочное представление о концепте женской красоты и его соотношение с гендерной маркированностью [Резвани, 2015].

На протяжении тысячелетий стремление людей к красоте никогда не прекращалось. Человек постоянно ощущает внутреннюю потребность в стремлении постигать, создавать и созерцать красоту. Понятие «красота» обсуждалось в научной среде неоднократно, главным образом, в области философии, этнолингвистики, лингвокультурологии.

В разных языках существует множество лексических единиц, выражающих разные аспекты такого явления, как красота. Практика межкультурной коммуникации показывает, что категория красоты не одинаково воспринимается представителями разных культур, существуют разные стереотипы эстетической оценки у разных народов. Сопоставительное описание позволяет более ярко выявить различия и сходства разных языков и культур, раскрыть неосознаваемые лингвокультурные принципы внутри одного языка или одной культуры.

Эстетическая оценка с положительной семантикой часто вербализуется в атрибутах и предикатах, выражающих прямое и непосредственное восприятие красоты действительности [Ли Хуа, 2006].

Русская лексема красота часто является синонимом русской лексеме прекрасное. Основное значение слова красота – это «свойство по значению прилагательного красивый» [МАС 2, 1981]. Эстетический компонент входит в семантику множества слов, имеющих разные коннотации, таких как благообразный, изумительный, изящный, казистый (устар. разг.), лепый (устар.), милый, миловидный, нежный, обаятельный, обворожительный, очаровательный, пленительный, прелестный, пригожий (устар.), приглядный (прост.), привлекательный, распрекрасный, симпатичный, смазливый, славный, хорошенький, чудный, чарующий, элегантный и др. [Ли Хуа, 2006]. Н.Д. Арутюнова акцентирует внимание на том, что большая часть этих характеристик описывают женщин и девиц, их эстетические оценки более

вариативны и ассоциативны, но менее функциональны, чем оценки мужчин. Обладают красотой красавица, красавец и стилистически окрашенные синонимы: красотка, красоточка и др. [Арутюнова, 2004: с. 7].

Часто в оценочных суждениях возникает семантическая оппозиция: одному (красоте, прекрасному) необходимо противопоставить другое (безобразное). Ли Хуа отмечает в исследовании, что компонент безобразное наблюдается в следующих словах: некрасивый, уродливый, искаженный, неблаговидный, непристойный, вульгарный, невзрачный, дурной, плюгавый (прост.), неказистый, неприглядный, неуклюжий, нескладный, аляповатый, лубочный, безвкусный; неприличный, отвратительный и др. Антиэстетической ценностью обладают урод, уродина, пугало, чудовище, страшилище и др. [Ли Хуа, 2006].

Различные элементы эстетической направленности могут вербализоваться в разных элементах: эпитет вульгарный может отсылать к социальному принципу в эстетике, пышущая здоровьем, дородная розовощекая сельская женщина может быть вульгарной на фоне бледнолицых представительниц города. Эпитет же (не)красивый больше описывает «человечность» красоты. «Симпатичный только употребляется в оценке «своих», а красивый обозначает и оценку со стороны. Красота милой, миловидной женщины ассоциируется не с силой, а со слабостью: милочку следует защищать и оберегать, как дитя. А прекрасной может быть и богиня, красивой бывает и царица» [Ли Хуа, 2006].

Существуют языковые оценочные суждения, которые были описаны выше, но также встречаются и прилагательные, которые не несут семантики оценки, однако в определенных речевых ситуациях могут приобретать контекстуальную коннотацию эстетической оценки. Например, прилагательное рельефный в словосочетании рельефное тело обозначает красивое тело.

Многие люди стремятся следить за своей внешностью. В каждой культуре есть индивидуализированные критерии красоты и особая иерархия

ценностей, которая, как правило выражается в оценках «хорошо» и «плохо». В русской языковой картине мира с помощью разных средств подробно раскрывается описание внешности человека, особенно женщины и девушки, стандартов красоты. Иллюстрируется это не только в паремическом фонде языка, но и в художественных произведениях русской литературы.

Красота в качестве лингвокультурного элемента предполагает в первую очередь этимологический анализ. Слово красота происходит от праславянского слова краса. Прилагательное красный в праславянском и древнерусском языках означало не красный цвет, а нечто красивое (красна девица – красивая девушка; красная площадь – красивая площадь и т.д.). Поэтому из всей цветовой гаммы со словом красота в русском языке ассоциируется прежде всего красный цвет [РАС, 1996, 80].

Одежда девушек и макияж не могут обойтись без красного цвета, поэтому в китайском языке слово hong (красный) тоже употребляется как эстетический эпитет, например, встречаются такие словосочетания, как hong-yan (красное лицо), hong-xiu (красные рукава), hong-fen (красная пудра), в этих лексемах вербализуется семантика «красивая женщина».

Лексемы «красное», «красивое» в русском языке восходят к общеславянскому слову «краса». Однако этимология лексемы «краса» замутнена. В словаре М. Фасмера можно увидеть сопоставление русской лексемы «краса» со старонорвежской «hros» – хвала, слава – и «hrose» хвалиться [Фасмер 1986, т. 2: с. 367]. Словари других авторов высказывают противоположные точки зрения об этимологической составляющей лексемы красота.

Выводы

Паремии занимают важное место в отражении взаимодействия языка и культуры. Они фиксируют историю, особенности быта, мировоззрения нации, народную мудрость. Пословицы и поговорки своими уникальными особенностями привлекали и привлекают по настоящее время ученых разных направлений.

К известным в 20 веке научным подходам к паремиям (фольклористский, литературоведческий, языковой) добавился лингвокультурологический подход.

Особый раздел языкознания – паремиология – исследует приметы, пословицы, поговорки и другие народные выражения.

Отмечается, что нет единого взгляда на природу паремий у лингвистов разных стран. Нами были рассмотрены несколько классификаций паремий в современном языкознании, в том числе классификации В.П. Жукова и Г.А. Пермякова. Мы последовали за идеями Е.М. Верещагиной, В.Г. Костомарова, В.М. Мокиенко относительно определения границ пословиц и поговорок и отнесли их к предмету изучения паремиологии. В основе пословиц и поговорок лежат не понятия, как у фразеологизмов, а суждения.

Были также рассмотрены термины китайской паремиологии: яньюй (谚语) и суюй (俗语). Объединяет русские и китайские паремии краткая образная форма, в которой аккумулирован бытовой и культурный опыт народа, следовательно, паремии включают базовые национальные коды, которыми руководствовался издревле человек в разных видах своей деятельности.

В 20-21 в.в. в научной лингвистической среде появились работы, посвященные различным аспектам изучения эстетических оценок, в том числе основанные на компаративистике, базирующиеся на теории концептов, лексико-семантических полей, анализе паремиологического и фразеологического фондов разных языков.

Интерес к изучению ценности красоты обусловлен тем, что это понятие является одними из базовых ценностных ориентиров этноса, определяет роль и отношение человека к окружающему его миру и другим людям в нем. Оценочный компонент в значениях слов, паремиологических единиц тесно связан с ценностными ориентирами поведения общества, часто бывает эмоционально окрашен и экспрессивно маркирован.

Эстетическая оценка с положительной семантикой часто вербализуется в атрибутах и предикатах, выражающих прямое и непосредственное восприятие красоты действительности.

ГЛАВА II. Сопоставительный анализ идиом с компонентом «красота» в китайском и русском языках

В этой главе анализируется отобранный материал: русские (62 единицы) и китайские (переведённые на русский язык) (37 единиц) паремии с компонентом красота с целью выявления национально-культурных особенностей функционирования семантики красоты.

2.1. Экспликация компонента «красота» в русских идиомах

Отобранные нами для анализа русские паремии с компонентом «красота» позволили сделать ряд наблюдений. Следует отметить, что компонент «красота» может быть выражен как эксплицитно (в структуре паремий есть лексемы «красота», «краса», «красивый» и их словообразовательные вариации), так и имплицитно (в семантике всей паремии, в которой не содержится напрямую лексем с корнем крас-). Уточним, что паремии с лексемой «красен» в значении «хорош» нами не рассматривались, т.к. в этом случае мы бы имели дело с другой категорией оценочности, входящей в оппозицию «хорошо – плохо». Не рассматривались нами также паремии, в которых лишь семантика отсутствия красоты, уродства.

Мы разделили найденные паремии по семантическим доминантам.

1. Красота внешняя (28 паремий).

Красна, как маков цвет, как свекла, как кровь, как клюква. – Т.е. то, что очень ярко, красного цвета, цвета жизни, то красиво.

Кругла, бела, как мытая репка. – Сравнение с природоморфным образом репы, круг также символизирует идеал красоты формы.

Много красы: одни скулы да усы; И белится, и румянится, а все не приглянется. – Т.е. есть изобилие внешней красоты человека, но больше нечем похвалиться. Акцент на внешние элементы образа человека: скулы, усы. В паремии заложено скрытое противопоставление с отсутствием красоты.

Пригожий хорош и в рогоже. – Т.е. истинно красивым можно быть и в плохой одежде, истинную красоту не спрятать.

Красивый вид человека не портит. – Т.е. если человек красив, это не значит, что это плохо.

Кому что идет, то и красиво; Всяк молодец на свой образец. – Т.е. нужно соответствовать своим идеалам красоты, не равняться на чужие.

Красота не от моды, а от природы. – Паремия соотносится с предыдущей по семантике: речь о природной красоте, а не о той, что диктует мода.

Красота не нуждается в украшениях. – Т.е. истинной красоте больше ничего не нужно дополнительно, чтобы её показать.

Не суди об арбузе по корке, а о человеке – по платью. – Т.е. красота может быть внешней, но обманчивой, здесь заложено скрытое противопоставление с отсутствием красоты.

Не думай быть нарядным, а думай быть опрятным. – Т.е. главное не ярко и красиво выглядеть, а быть аккуратным, чистым.

Без хвоста и ворона не красна. – Т.е. непорядок в костюме, во внешнем облике, явное сравнение с зооморфным образом вороны.

В наряде пригож, а без него на пень похож; Наряди пенек в вешний денек, так и пенек будет паренек – Т.е. акцент на внешнюю красоту одежды, которая может изменить человека.

Видать сову по полету, а девушку по походке; Видать сову по полету, а добра молодца по кудрям; Коса – девичья краса; Красна баба повоем, а корова удоем; Красовит конь упряжью, да в хомуте. – Т.е. акцент на внешнюю красоту: для женщин – это походка, коса, для мужчин – густые кудрявые волосы; для коровы – хороший удой, для совы – хороший полёт; для коня – упряжь и хомут. Акцент на внешние элементы образа человека: походка и волосы. Явное сравнение с зооморфными образами коня, коровы, совы.

Красная девка в хороводе, что маков цвет в огороде. – Т.е. природоморфное сравнение красивой девушки с цветком мака.

Красней красного солнышка, ясней ясного месяца; Краше цвету алого, белее снегу белого. – Т.е. природоморфные сравнения с красотой солнца и

ясного месяца, алым природным цветом и белым снегом как эталонами красоты.

Красотой сыт не будешь; Красота приглядится, а щи не прихлебаются; Красиво, да животу тоскливо. – Т.е. красота – это не самая главная характеристика человека. Например, красота без умения не даст возможности накормить. В паремии ценность красоты объясняется с помощью сравнения с пищей.

Красота – товар не лежалый. – Т.е. красота со временем увядает, акцент на молодость как символ красоты.

Молодые что цветы, некрасивых не бывает. – Т.е. красота здесь связывается с молодостью, молодость как символ красоты.

2. Противопоставление внешней и внутренней красоты (26 паремий).

Красота лучше, а правда – нужнее. – Здесь внешняя красота противопоставляется такому важному качеству, как правдивость. В паремии заложено скрытое противопоставление: красота маркируется отрицательно, а правда – положительно.

Личиком бел, да душою чёрен; Хорош ситец, да линюч; Шуба-то лисья, да мех крысий; Личиком туда-сюда, а делом никуда; Осанка львиная, да ум куриный; С собой красива, да не по красаве слава; Молодец красив, да на душу крив; Снаружи красота, внутри пустота; Хороша очами, да нехороша речами; Красивый на грех, а дурной на смех; Красна ягода, да на вкус горька; С виду – малина, а раскусишь – мякина; Не всё то золото, что блестит; Красивая, как елка; колючая, как иголка; Краше поля перегорода (изгородь). – Т.е. красота может быть внешней, но обманчивой, здесь заложено явное противопоставление с отсутствием внутренней красоты. Явное сравнение с природоморфными образами: ягода, малина, елка, золото; с зооморфными образами: лев, курица, лиса, крыса; с элементами быта: мякина, ситец, изгородь, огород; наблюдается прямая цветовая антитеза: бел – чёрен. Все эти паремии выстроены на приёме антитезы.

Красота лица – в красоте характера; Красив тот, кто красиво поступает; Красота сердца дороже красоты лица; Не ищи красоты, а ищи доброты; Не будь пригож, а будь пригоден. – Т.е. красота ассоциируется с хорошим характером и хорошими поступками, положительными качествами человека.

Красота до вечера, а доброта навек. – Т.е. красота может быть временна, а добро должно быть внутри постоянно.

С лица не пряники печатать; С лица не воду пить; С лица воду не пить, и с корявым можно жить. – Т.е. красота – это не самая главная характеристика человека, здесь заложено явное противопоставление красоты и отсутствия её, что вербализуется в таких отрицательных конструкциях, как *не пряники печатать, не воду пить*.

Не родись красивым, а родись счастливым. – Здесь внешняя красота противопоставляется такой важной ценности, как счастье. В паремии заложено явное противопоставление: красота маркируется отрицательно, а счастье – положительно.

3. Ум и красота (8 паремий).

Красота до венца, а ум до конца; Красота приглядится, ум пригодится.
– Красота временна, а умным человек должен быть всегда.

Красавица без ума что кошелек без денег; Красота без разума пуста.
– Т.е. красота без ума ничего не стоит и не имеет значения. Красота соотносится с материальным предметом – кошельком и нематериальным явлением – пустотой.

Красота разума не придаст; Не гонись за красотой, тянись за разумом. – Т.е. красота не равна уму, к нему нужно стремиться.

Красота с умом редко уживаются. – Т.е. здесь выражено противоречие: либо человек умный, но некрасивый, либо красивый, но глупый. Сочетание красоты и ума – редкость, по мнению русского народа.

На красивого глядеть хорошо, а с умным – жить легко. – Т.е. акцент на внутреннюю красоту. Здесь выражено противоречие: с красивым приятно

быть, но он может быть неумным; с умным же легко в жизни, но он может быть некрасивым.

Проанализированные поговорки первой группы **«Красота внешняя»** указывают:

1) внешняя красота не всегда важна (скрытое противопоставление с какими-либо умениями или красотой внутренней);

2) красиво то, что соотносится с какими-либо природоморфными идеальными образами: формой круга, красным цветом, красным солнышком, ясным месяцем, белым снегом, красным цветком;

3) имеется связь с атрибутами и признаками внешней красоты, которые будут различными для женщин, мужчин, разных видов животных: походка, коса, кудрявые волосы, скулы, усы; хороший удой, хороший полёт; упряжь и хомут;

4) имеется сравнение с зооморфными образами коня, коровы, совы, вороны;

5) символом красоты выступает молодость;

6) главное природная красота и гармоничность;

7) красота может быть внешней, но обманчивой;

8) имеется связь с пищей: умение готовить (= любое умение) ценится выше красоты внешней.

Проанализированные поговорки второй группы **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»** приводят к мысли, что не всегда внутренняя и внешняя красота существуют в гармонии. Чаще всего поговорки этой группы основывались на антитезе. Противопоставлена красота внешняя и:

1) отсутствие внешней красоты, уродство, которое характеризуется положительно, т.к. подразумеваются внутренние положительные качества человека;

2) счастье;

3) доброта;

4) хороший характер, хорошие поступки;

5) правда;

4) отсутствие красоты, которое характеризуется отрицательно, т.к. внешняя красота ненастоящая, ложная.

В паремиях второй группы имеется связь с зооморфными (лев, курица, лиса, крыса), природоморфными образами (ягода, малина, елка, золото) и элементами окружающего быта (мякина, ситец, изгородь, огород). Наличие красоты внутренней выражается через связь с другими, более важными, вероятно, по мнению русского народа, ценностями (доброта, правда, счастье). Присутствует прямая цветовая антитеза, первый из членов которой отмечен положительно, а второй отрицательно: бел – чёрен.

В паремиях третьей группы **«Ум и красота»** довольно часто эти две категории представлены в устойчивых выражениях русского языка в противопоставлении, но совместно характеризуют интеллект человека. Эту группу можно рассматривать как подгруппу в группе **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»**, т.к. ум можно соотнести с выражением внутренней красоты человека. Паремии этой группы:

1) отмечают красоту отрицательно, а ум – положительно;

2) сравнивают красоту с материальным предметом – кошельком и нематериальным явлением – пустотой;

3) отмечают кратковременность красоты;

4) отмечают, что сочетание красоты и ума – большая редкость.

Все проанализированные паремии так или иначе отсылают к характеристике человека.

2.1. Экспликация компонента «красота» в китайских идиомах

Мы последовательно провели анализ китайских паремий, содержащих компонент «красота». Как и при анализе отобранных русских паремий, при анализе китайских паремий мы так же ориентировались на эксплицитное и

имплицитное проявление семантики красоты. Не рассматривались нами вновь паремии, в которых заключена лишь семантика отсутствия красоты, уродства.

Мы вновь разделили найденные паремии по семантическим доминантам.

1. Красота внешняя (2 паремии).

每个美人 都能挑出瑕疵来。 (Каждая красота может иметь недостатки). – Т.е. никто не совершенен. В семантике паремии заложено скрытое противопоставление.

画上的糕饼虽美丽，但不能顶饭来充饥。 (Хотя пирожные на картине прекрасны, они не могут утолить ваш голод). – Т.е. красота – это не самая главная характеристика чего-либо. Например, красота без умения не даст возможности накормить. В паремии ценность красоты объясняется с помощью сравнения с пищей, через вещный мир (пирожные).

2. Противопоставление внешней и внутренней красоты (20 паремий).

马好不在叫，人美不在貌。 (Является ли лошадь хорошей лошадью потому, что она звучит громко; красив ли человек или нет, не зависит от его внешности). – Т.е. проводится аналогия между лошадью и человеком. Красота человека не зависит от того, насколько прекрасна его внешность. Она показывает, что человек должен обладать хорошим характером, иначе, каким бы красивым ни был внешний вид, это будет лишь маска. Явное сравнение с природоморфным образом лошади.

几何以直线为最近，修身以正为最美。 (Геометрия воспринимает прямую линию как самое близкое, а самосовершенствование воспринимает позитив как самое прекрасное). – Т.е. красота заключена в целостности и стремлении к совершенству. Очевидного противопоставления нет, но оно выражено имплицитно. Явное сравнение с точным образом прямой линии, которая является красивой, по мнению носителей китайского языка.

美色无美德，好比花无香。 (Красота без добродетели как цветы без аромата). – Т.е. красота внешняя не важна, если она не соответствует

внутренней красоте, которая в паремии вербализована в качестве лексемы добродетель. Очевидно явное сравнение с природоморфным образом цветов.

行为漂亮才算美。 (Красивое поведение считается красивым). – Т.е. красота ассоциируется с хорошим характером и хорошими поступками, положительными качествами человека.

心地善良比徒有其表强。 (Доброе сердце лучше, чем пустая внешность); 美都是从灵魂深处发出的。 (Красота исходит из глубины души). – Т.е. красота ассоциируется с добрыми поступками человека, добрым сердцем. Антитеза выражена лексемами «доброе» – «пустая».

仪表衣着装饰的美好固然可以给人以美感, 而心灵的美, 智慧的美, 行为的美所能够激发起的人们的美感, 总是要比前者强烈得多。 (Красота внешнего вида, одежды и убранства, безусловно, может дать людям чувство прекрасного, но красота души, красота мудрости и красота поведения всегда могут пробудить в людях чувство прекрасного, которое всегда намного сильнее первого). – Т.е. красота души впечатляет больше, чем внешняя красота внешнего. Красота внешняя связывается с материальными предметами (одеждой, убранством), а красота внутренняя связывается с мудростью и поведением. В паремии выражена явная антитеза.

美名胜过美貌。 (Слава лучше красоты); 名誉是最美丽的衣服。 (Слава – самая красивая одежда). – Под лексемой «слава» здесь подразумевается лексема «репутация» (ср. русское *дурная слава*). Ассоциация красоты с хорошей репутацией.

人美在心, 话美在真。 (Человек прекрасен душой, слова прекрасны правдой). – Т.е. красота для человека выражается в красоте души, внутреннего мира, а красота слов заключается в их правдивости. Антитеза красоты внутренней и внешней подразумевается. В паремии, кроме антитезы, наблюдается сопоставление красоты души и красоты слов.

心灵美是岁月抹不去的美丽。 (*Красота души – это красота, которую не стереть годами*). – Т.е. акцент на то, что внешняя красота пройдёт, она временна, красота внутренняя не исчезнет. Антитеза подразумевается.

鸟美在羽毛，人美在心灵。 (*Красота птиц заключается в перьях, а красота людей – в душе*.); 世界上醉人的美的是沉鱼落雁、闭月羞花的外表美，比外表美更美的是心灵美。 (*Опьяняющая красота мира – это красота плавающих рыб и гусей, появление луны и цветов, а красота души прекраснее красоты внешней*); 人美不单单是靠得一张脸，内在美才是真的美。 (*Человеческая красота заключается не только в том, чтобы полагаться на*

л

и

ц

о

,

в 外表美的缺陷可以用内心美来弥补，而心灵的卑劣却不是外表美可以抵消的。 (*Недостатки красоты внешности можно компенсировать внутренней красотой, но подлюю душу нельзя компенсировать красотой внешности*). – Т.е. красота души может восполнить недостатки внешности, но красота внешности не может восполнить уродство души. В паремии выражена явная антитеза.

”

与其容美，莫如心慧。 (*Лучше быть добрым сердцем, чем красивым*). – Т.е. красота доброго сердца ценится больше, чем красота внешняя. Явная антитеза.

”

蕙质兰心 (*Сердце орхидеи цимбидиум*. – Т.е. о красоте сердца. Явное сравнение с природоморфным образом орхидеи.

к

爱美之心，人皆有之。 (*Любите красоту сердца, у каждого человека она есть*). – Т.е. призыв обращать внимание на внутреннюю красоту, по мнению китайского народа, её можно разглядеть у каждого человека.

о

т

年轻人就应陶冶美的心灵，创造美的未来。 (*Молодые люди должны возвращать красивые сердца и создавать прекрасное будущее*). – Т.е. призыв-напутствие к молодым людям, как к тем, кто формирует будущее нации, формировать красоту души (красивые сердца).

3. Ум и красота (5 паремий).

多美的脑袋，却没有脑子。 (*Какая красивая голова, но без мозга*). – Т.е. в паремии выражено сожаление, что за красотой внешней нет красоты ума. Внешняя красота эксплицирована в лексеме «голова».

生命是财富，心灵美好却能使财富拥有了他的价值 (*Жизнь – это богатство, а доброта ума – его ценность*). – Т.е. красота ума – это сокровище человека. Явное сопоставление жизни и доброты как главных ценностей человека.

心灵美比外表美美丽，外表美只不过是外表，心灵美虽然看不见，但可以感受。 (*Красота ума более прекрасна, чем красота внешности, красота внешности – это просто видимость, хотя красоту ума нельзя увидеть, но можно почувствовать*). – Т.е. красота ума более важна, чем красота внешняя. В паремии есть указание на восприятие: увидеть, почувствовать.

一个人的美有十分之一是父母给予的天生丽质，而另外的十分之九则是来自那自身的心灵美。 (*Одна десятая часть красоты человека – это естественная красота, данная его родителями, а остальные девять десятых происходят от красоты его собственного ума*). – Т.е. красота внешняя сопоставляется с красотой ума. В паремии возникают образы цифр, как будто красоту можно измерить, как будто она состоит из частей.

火美靠空心，人美靠智慧。 (*Красота огня кроется в пустоте, красота человека кроется в мудрости*). – Т.е. красота человека соотносится напрямую с его мудростью, сравнение выражено природоморфным образом огня.

4. Красота и слова, поведение (3 паремии).

漂亮的言词装饰着恶劣的行为。 (*Красивые слова, украшенные плохим поведением*); *漂亮话不真实。* (*Красивые слова не соответствуют*

действительности). – Т.е. соотносится с красотой внешней (слова) и внутренней (поведение). Первый компонент антитезы отмечен отрицательно, второй – положительно.

树叶当不了烟草，漂亮话当不了粮食。 (Точно так же, как листья нельзя использовать в качестве табака, красивые слова нельзя употреблять в пищу). – Т.е. красивые слова как проявление внешней красоты, которая пуста и не приносит результата. Явное сравнение с природоморфными образами листьев, табака, соотнесенность с приемом пищи.

5. Красота и любовь (4 паремии).

没有肮脏的爱情，也没有美丽的监狱。 (Нет грязной любви, нет красивой тюрьмы). – Т.е. характеристики, которые не могут быть рядом с конкретными понятиями: любовь не может быть грязной, а тюрьма – красивой.

天仙不算美，爱人才算美。 (Бессмертные не красивы, а любящие прекрасны). – Т.е. быть верным своему супругу – это тоже проявление внутренней красоты человека.

不到异乡看看，不知故乡的美丽。 (Я не узнаю красоты своего родного города, если не увижу его в чужой стране); *家乡的水都是最美的，家乡的人都是可亲的。* (Вода в моем родном городе самая красивая, а люди в моем родном городе приветливые). – Т.е. об искреннем чувстве любви человека к своей родной земле: независимо от того, красив ли его родной город или нет, люди любят свой родной город. Во второй паремии красота сравнивается с водой и приветливыми людьми.

6. Красота и деньги (2 паремии).

美貌固有力，金钱力更大。 (Красота по своей сути сильна, но деньги сильнее). – Т.е. здесь красота проигрывает деньгам, их силе.

心地善良比漂亮有钱好。 (Лучше быть добрым, чем красивым и богатым). – Т.е. внутренняя красота важнее денег.

7. Красота как самоценность (1 паремия).

美的事物是永恒的喜悦。(Прекрасное – это вечная радость). – Т.е. радость красоты вечна, нет указания на то, к чему, кому относится красота. Это паремия-абстракция.

Паремии первой группы **«Красота внешняя»** указывают:

- 1) внешняя красота не всегда важна;
- 2) красота может быть несовершенной и иметь изъяны;
- 3) имеется сравнение с пищей, через вещный мир (пирожные).

Паремии второй группы **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»** приводят к мысли, что не всегда внутренняя и внешняя выражают эксплицитное или имплицитное противопоставление и основываются на антитезе. Противопоставлена красота внешняя и:

- 1) добродетель;
- 2) хорошее поведение;
- 3) доброе сердце, красивое сердце;
- 4) душа;
- 5) мудрость;
- 6) репутация (=слава);
- 7) правда.

В паремиях второй группы имеется связь с зооморфными (птица, рыбы, гуси, лошадь), природоморфными образами (луна, цветы, орхидея. Наличие красоты внутренней выражается через связь с другими, более важными, вероятно, по мнению китайского народа, ценностями (доброта, правда, репутация, хорошее поведение вообще, добродетель, мудрость). Красиво то, что соотносится с какими-либо идеальными образами: с прямой линией.

В паремиях третьей группы **«Ум и красота»** характеризуется интеллект человека. Эту группу можно рассматривать как подгруппу в группе **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»**, т.к. ум можно соотнести с выражением внутренней красоты человека. Паремии этой группы:

- 1) отмечают красоту отрицательно, а ум – положительно;

2) сравнивают красоту с природоморфным образом – огнем, с количественными характеристиками (1/10, 9/10).

В паремиях четвертой группы **«Красота и слова, поведение»** красота внешняя проявляется в словах, красота внутренняя – в поведении. Первый компонент антитезы отмечен отрицательно, второй – положительно. Эту группу также можно рассматривать как подгруппу в группе **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»**.

Паремии пятой группы **«Красота и любовь»** связывают проявление красоты с верностью возлюбленному и любовью к родному месту.

В паремиях шестой группы **«Красота и деньги»** красота внешняя и внутренняя противопоставлены лексеме «деньги». В одной из паремий подчеркивается сила денег, в другой же паремии деньги выступают отрицательно маркированным элементом противопоставления.

Седьмая семантическая группа паремий **«Красота как самоценность»** включает лишь одну паремию, которая характеризует красоту вообще и связывается с такой лексемой, как «радость».

Все проанализированные паремии так или иначе отсылают к характеристике человека или характеристике красоты вообще.

Выводы

Проанализированный паремический материал был разделен на семантические группы. Русские паремии были классифицированы с точки зрения деления на 3 группы, китайские паремии мы разделили на 7 групп. Хотя китайских паремий с компонентом «красота» было проанализировано почти в 2 раза меньше (37), чем русских (62), паремический материал показал довольно большую семантическую расчленённость. Так, например, при анализе китайских паремий добавились такие семантические категории, которых не было при анализе русских паремий: **«Красота и слова, поведение»**, **«Красота и любовь»**, **«Красота и деньги»**. Среди русского паремического материала мы не нашли доминантных сем, которые бы

позволили включить паремии в указанные семантические группы. Подобного рода результаты и указывают на общность (3 семантические группы) и разность (4 семантические группы) паремических картин мира русского и китайского народов.

Самыми обширными группами русских паремий по количеству вошедших в них единиц оказались группы **«Красота внешняя»** (28 паремий) и **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»** (26 паремий), самой обширной группой китайских паремий – группа **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»** (20 паремий). На основании близости количественной характеристики групп можно сделать вывод, что в сознании носителей китайского и русского языков важно отметить противопоставленность красоты внешней красоте внутренней, маркировать первый элемент антитезы отрицательно, а второй положительно.

К общности признаков, которые были обнаружены при анализе паремий двух народов можно отнести следующие:

- 1) наличие зооморфных, природоморфных образов и элементов культуры быта, с которыми связывается или противопоставляется красота;
- 2) красота внешняя противопоставляется таким общим у двух народов качествам, как доброта, правда, хорошее поведение в целом;
- 3) красота ума и красота сердца выделяются особо;
- 4) красота = молодость;
- 5) внутренняя красота важнее красоты внешней.

К различным признакам, обнаруженным при анализе паремического материала можно отнести следующие:

- 1) в русских паремиях красота больше относится к характеристике человека, в китайских же – красота может быть самооценностью, абстрактной, ни к чему не привязанной в семантике паремии;
- 2) зооморфные и природоморфные образы, элементы культуры быта, с которыми соотносится красота, не совпадают в русских и китайских паремиях;

3) в китайских поговорках выделяются соотношения красоты и любви, красоты и слова, красоты и денег, чего мы не отметили в русских поговорках;

4) китайские поговорки содержат больше образности и сравнений с образами природы.

Заключение

Работа посвящена особенностям национально-культурной специфики понятия «красота», содержащейся в компонентах сем китайских и русских паремий.

Первая глава посвящена рассмотрению теоретических основ исследования паремий с компонентом «красота», взглядов разных ученых на паремию в современной науке (рассмотрены классификации паремий и определение их границ функционирования), анализу эстетической ценности красота, репрезентируемой в языке.

Среди лингвистов разных стран нет единого взгляда на природу паремий. Русские и китайские паремии объединяет краткая образная форма, в которой аккумулирован бытовой и культурный опыт народа, следовательно, паремии включают базовые национальные коды, которыми руководствовался издревле человек в разных видах своей деятельности.

Интерес к изучению ценности красоты обусловлен тем, что это понятие является одними из базовых ценностных ориентиров этноса, определяет роль и отношение человека к окружающему его миру и другим людям в нем. Оценочный компонент в значениях слов, паремиологических единиц тесно связан с ценностными ориентирами поведения общества, часто бывает эмоционально окрашен и экспрессивно маркирован.

Вторая глава основывается на анализе конкретных паремий с компонентов «красота», которые были извлечены из сборника В.И. Даля «Пословицы русского народа» и сборника пословиц Ма Гофаня (马国凡 序言 // 马国凡 谚语锦集): русских (62 единицы), китайских (переведённых на русский язык) (37 единиц).

Данные семантического анализа позволили сделать ряд наблюдений. Русские паремии были классифицированы с точки зрения деления на 3 группы, китайские паремии – на 7 групп. Китайский паремический материал показал довольно большую семантическую расчленённость.

Самыми обширными группами русских паремий по количеству вошедших в них единиц оказались группы **«Красота внешняя»** (28 паремий) и **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»** (26 паремий), самой обширной группой китайских паремий – группа **«Противопоставление внешней и внутренней красоты»** (20 паремий). На основании близости количественной характеристики групп можно сделать вывод, что в сознании носителей китайского и русского языков важно отметить противопоставленность красоты внешней красоте внутренней, маркировать первый элемент антитезы отрицательно, а второй положительно.

К общности признаков, которые были обнаружены при анализе паремий двух народов можно отнести следующие:

- 1) наличие зооморфных, природоморфных образов и элементов культуры быта, с которыми связывается или противопоставляется красота;
- 2) красота внешняя противопоставляется таким общим у двух народов качествам, как доброта, правда, хорошее поведение в целом;
- 3) красота ума и красота сердца выделяются особо;
- 4) красота = молодость;
- 5) внутренняя красота важнее красоты внешней.

К различным признакам, обнаруженным при анализе паремического материала можно отнести следующие:

- 1) в русских паремиях красота больше относится к характеристике человека, в китайских же – красота может быть самооценностью, абстрактной, ни к чему не привязанной в семантике паремии;
- 2) зооморфные и природоморфные образы, элементы культуры быта, с которыми соотносится красота, не совпадают в русских и китайских паремиях;
- 3) в китайских паремиях выделяются соотношения красоты и любви, красоты и слова, красоты и денег, чего мы не отметили в русских паремиях;
- 4) китайские паремии содержат больше образности и сравнений с образами природы.

Материалы, полученные в результате работы, могут быть использованы при проведении лекций, семинаров, занятий лингвистической, психолингвистической и культурологической направленности, а также при работе с иностранными студентами в рамках изучения паремий или национальных стереотипов.

Библиографический список

1. Аверина М.А. Представление о красоте в русских и английских паремиях / М.А. Аверина, И.Г. Петер // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2013. № 25. С. 105-111.
2. Алефиленко Н.Ф., Семененко Н.Н. Фразеология и паремиология. М: Флинта: Наука, 2009. 252 с.
3. Арутюнова Н. Д. Об объекте общей оценки // Вопросы языкознания. - 1985. №3.с. 13-25.
4. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики: Сб. науч. тр. М.: Наука, 1984. - с. 5-24.
5. Арутюнова Н. Д. Истина. Добро. Красота: взаимодействие концептов // Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного / Отв. Ред. Н. Д. Арутюнова. М.:Индрик, 2004. -с.5-29.
6. Богуславский В. М. Типология значений образных средств и выражения оценки внешности человека: Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. - М., 1995.
7. Вальтер Х., Мокиенко В.М. Антипословицы русского народа. СПб: Нева, 2005. 576 с.
8. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М.: Языки славянской культуры, 2001. 288 с.
9. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г. Лингвострановедческая теория слова [Текст] / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М., 1980. – 320 с.
10. Войцехович И.В. Практическая фразеология современного китайского языка. М: АСТ: Восток — Запад, 2007. 509
11. Горбань И.В. Роль паремий в речевых актах (на материале языка русской художественной литературы). АКД / И.В. Горбань. – Саратов, 2010. – 26 с.
12. Гумбольдт, В. фон. Язык и философия культуры [Текст] / В. Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1985. – 449 с.
13. Демьянков В.З. Значение и употребление лексем класса красота // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура. Сборник статей в честь Н.Д. Арутюновой / отв. редактор Ю.Д. Апресян. М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 601–609.
14. Жуков В.П. Семантика фразеологических оборотов / В.П. Жуков. – М.: [б. и.], 1978. –158 с.
15. Зубкова Я.В. Временная точность в русской и немецкой лингвокультурах/ Я.В. Зубкова // Аксиологическая лингвистика:

- проблемы изучения культурных концептов и этносознания / Под ред. Н.А. Красавского. — Волгоград: «Колледж», 2002. — С. 120—125.
16. Клевцова О. Б. Концепт «человек телесный»: когнитивное моделирование и переносы: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Тюмень, 2007.
 17. Кохан И.Н. Китайские пословицы как средство передачи национального менталитета в китайских СМИ на английском языке // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 10 (64). Ч. 1. С. 80-83.
 18. Ли Хуа. Положительная эстетическая оценка в русском языке : Красота с позиции носителя китайского языка и культуры : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01.- Москва, 2006.- 137 с.
 19. Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова. - М., 2004.
 20. Лосский Н.О. Мир как осуществление красоты. М.: Прогресс, Традиция, 1998. 103 с.
 21. Мещерякова Ю. В. Концепт «красота» в английской и русской лингвокультурах: Дис. ... канд. филол. наук. - Волгоград, 2004.
 22. Мокиенко В.М. В глубь поговорки / В.М. Мокиенко. – Москва: Паритет, 1999. – 224 с.
 23. Мокиенко, В.М. Современная паремиология (лингвистические аспекты) [Текст] / В.М. Мокиенко // Мир русского слова. – 2010. – №3. – С. 6–20.
 24. Никитина С.Е. Устная народная культура и языковое сознание / С.Е. Никитина. – М.: [б. и.], 1993. – 192 с.
 25. Николаева О.В., Чэнь Шумей, Панина М.Е. Кросс-культурная паремиология: китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ // Сибирский филологический журнал. 2017. № 3. С. 233-24.
 26. Окунева И.О. Концепт «красота» в русском и английском языках с точки зрения рецептивной и продуктивной деятельности (статья) // Альманах современной науки и образования ISSN 1993-5552. № 2 (9) 2008, Тамбов: Грамота, 2008, 4.2. С. 126-133.
 27. Пак А.О. Сопоставительное исследование концепта «красота» в китайском и русском языках: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Душанбе, 2009.
 28. Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии / Г.Л. Пермяков. М., 1998. – 236.
 29. Писанова Т. В. Национально-культурные аспекты оценочной семантики: Эстетические и этические оценки. М.: Изд-во ИКАР, 1997. 320 с.
 30. Резвани В. Отражение красоты женщин в зеркале русских и персидских паремий // Научная перспектива. Уфа, 2015. С. 89.

31. Савенкова Л.Б. Русские паремии как функционирующая система. АДД / Л.Б. Савенкова. – Ростов-на-Дону, – 2002.
32. Тарланов, З.К. Русские пословицы: синтаксис и поэтика [Текст] / З.К. Тарланов. – Петрозаводск: Изд-во ПГУ, 1999. – 448 с.
33. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.
34. Телкова Е.В. Отражение русского менталитета в пословицах и поговорках / Е.В. Телкова // Русский язык и его место в современной мировой культуре: Мат-лы Междунар. науч. конф. – Воронеж, 2003. – С. 65-66.
35. Толстой Н.И., Толстая С.М. Славянская этнолингвистика: вопросы теории: Ко второму Всероссийскому совещанию славистов (Москва, 5–6 ноября 2013 г.) / Н.И. Толстой, С.М. Толстая. – М.: [б. и.], 2013. – 240 с.
36. Чистякова, А. Пословица не зря молвится [Текст] / А. Чистякова. – М.: Крон-Пресс. 1998. – 320 с.
37. Яковлева Е.А. Интеграция китайских паремий в американское коммуникативное пространство: дис. ... канд. филол. наук. Владивосток, 2016. 186 с.
38. 张心远 谚语. 西安, 2008. 137 页. Чжан Синьюань. Яньюй. Сиань, 2008. 137 с
39. 杨培华. 万事由来. 天津社会科学院出版社, 2004. Ян Пэйхуа. Происхождение всех дел. Изд-во Академии социальных наук Тяньцзинь, 2004.
40. 温端政 谚语. 北京, 1985. 142 页. Вэнь Дучэн. Яньюй. Пекин, 1985. 142 с.

Словари

1. Даль В.И. Пословицы русского народа [Текст]: сборник. В 2-х т. / В.И. Даль. – М.: Худож. лит., 1984. – 2 т. [Электронный ресурс] URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dahl_proverbs/?f=0JrQvtGA0L4=&t=0JrRgtC%20IA==&nt=428&p=3 (дата обращения: май 2021).
2. МАС 2 — Словарь русского языка, под ред. А. П. Евгеньевой. М., 1981-1984, Т. 1-4.
3. Зимин В.И. Словарь-тезаурус русских пословиц, поговорок и метких выражений. М., 2009. 736 с.
4. РАС Русский ассоциативный словарь. РАН Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова М., 1996. – 211 с.

5. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. М., 1986. т.2. -367 с.
6. 马国凡 序言 // 马国凡 谚语锦集. – 内蒙古人民出版社, 2001. 473 с. Ма Гофань. Введение // Ма Гофань. Сборник пословиц. Изд. Нэймэнгу жэньминь. 2001. 473 с.