
ИДЕНТИФИКАЦИЯ ОСНОВНЫХ ЧЕРТ ФРАНЦУЗСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА ПУТЕМ АНАЛИЗА СПОСОБОВ КОГНИТИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Ж.В. Кургузёноква

Кафедра романо-германских языков и культур
Факультет «Лингвистика и межкультурная коммуникация»
Московский государственный открытый университет
ул. Павла Корчагина, 22, Москва, Россия, 107996

В работе путем анализа культурного компонента значения фразеологических единиц французского языка выявляются сведения об исторических фактах и социальных преобразованиях, затрагивающих проблему исследования французского национального характера.

Ключевые слова: французский национальный характер, фразеология, гедонизм, куртуазность, гурманство, концепт.

Проблема личности активно разрабатывается в отечественной современной науке — философии, социологии, психологии, многих направлениях современной лингвистики (коммуникативной лингвистике, когнитивной лингвистике, лингвокультурологии, лингвополитологии) и др. Обсуждаются структура личности, принципы классификации, типологии личностей, роль потребностей и ценностных ориентаций. Из этого следует, что личность — явление не только историческое и психологическое, но и социально-культурное. Поскольку представитель каждого народа является выразителем той или иной национальной культуры, на его когнитивную структуру накладывает отпечаток национальная картина мира, которая интерпретируется им сквозь призму индивидуального восприятия (во многом обусловленного особенностями национального характера) и реализуется через выразительные средства языка, особенно ярко во фразеологии.

Под национальным характером, вслед за Н.М. Фирсовой, мы понимаем «своеобразие национальных психологических черт, менталитета (концептуального видения картины мира, ценностных ориентаций, в частности), национальных традиций и обычаев, сформировавшихся под влиянием климатических и географических факторов, особенностей исторического развития, религиозных верований данной нации и проявляющихся в специфике ее национальной культуры, в языке и коммуникативном поведении народа» [10].

В данной работе предпринята попытка когнитивного моделирования устройства языкового сознания француза путем анализа фразеологии. Данная постановка рассматриваемой проблемы и образует методологическую основу описания фразеологического состава французского языка во взаимосвязи с культурой и национальным характером представителей этого этноса, т.е. отдельно взятого «носителя национального характера» как представителя народности в целом.

Мы полностью разделяем мнение А.С. Борисовой, что «носитель национального характера — это не отдельная личность, а определенный социальный субъект,

то есть нация и входящие в нее группы. В среде сплоченного и организованного общества, каким является, например, французская нация, отдельные индивиды оказывают взаимное влияние друг на друга, вследствие которого вырабатываются общие стандарты поведения, мироощущение, система моральных ценностей, традиции и т.д.» [1].

Для описания той или иной национальной черты (не говоря уже о национальном характере отдельного народа) требуется привлечение обширного фактического материала, с обязательным анализом (совокупным или нет — в зависимости от рамок исследования) экспрессивной, оценочной, модальной лексики, метафор, метонимии и вообще всех косвенных наименований, фразеологизмов и т.д. Кроме того, нельзя не согласиться с О.А. Крыловой, что «язык связан со всеми видами деятельности человека, поэтому нельзя себе представить, чтобы это разнообразие деятельности не наложило бы на язык своего отпечатка, который проявляется в том, что при условии единства общенародного, национального языка он, тем не менее, дифференцируется. Прежде всего, разделяются литературный язык и нелитературный, т.е. разговорный и диалекты» [3]. Наше исследование будет базироваться на языковых единицах литературного французского языка.

Если говорить о современных научных направлениях, основывающихся на идее взаимосвязи языка и культуры, то нам наиболее близок лингвокультурологический подход, основанный на идеях В.Н. Телии, В.В. Воробьева, В.М. Шаклеина, Н.М. Фирсовой [8; 2; 11; 10]. Продолжая развивать идеи школы, созданной в Российском университете дружбы народов, хотелось бы еще раз вернуться к лингвокультурологической парадигме французской национальной личности с целью уточнения некоторых ее ценностных ориентаций.

В различных страноведческих трудах отмечаются такие черты французского характера, как картезианство, эгоцентризм, прозелитизм, индивидуализм, гедонизм и некоторые другие.

Однако наиболее стереотипным является то, что касается восприятия русскими французов. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, в представлении русских французы — это «легкомысленные гуляки, эпикурейцы, думающие только о женщинах, вине и гастрономических удовольствиях» [9]. Действительно, гедонизм французов вошел в качестве отличительной черты их национального характера во все исследования психологии данного народа; такими их представляет художественная литература и кинематограф. Сочетание склонности к моральной терпимости с рационалистической тенденцией во французской мысли естественным образом ведет к гедонизму. Гедонизм, оплодотворенный и отшлифованный интеллектом, ведет, в свою очередь, к утонченности. Для француза тело — инструмент интеллекта, а все удовольствия, даже удовольствия тела, оказываются, таким образом, интеллектуальными удовольствиями, о которых надо рассуждать. А чтобы говорить об удовольствиях, надо иметь разветвленную систему речевых средств, позволяющую выразить все оттенки наслаждения.

Естественно, языковую базу любого исследования можно считать доказательной только в том случае, если оно проведено с использованием значительных пластов материала, объединенного в крупные идеографические поля. Анализ содер-

жательной структуры ФЕ французского языка, проведенный на материале 35 фразеологических и лексикографических источников, показало, что порядка 600 ФЕ относятся к теме «гедонизм». Поскольку вышеупомянутый количественный параметр собранных ФЕ столь высок, то вывод является очевидным: т.к. данная ценностная ориентация французской личности нашли свое подтверждение на языковом уровне, а именно: в обширных пластах фразеологической лексики, то этот факт служит доказательством того, что «гедонизм», действительно, можно отнести к основополагающим чертам национального характера французов и вписать ее в следующую парадигму: эгоцентризм — индивидуализм — гедонизм.

Причем обозначенный крупный массив лексики составляют, в основном, ФЕ двух идеографических полей: «Куртуазность» (около 400 ФЕ) и «Гурманство» (приблизительно 200 ФЕ). Следовательно, можно говорить о том, что удовольствие для француза заключается, прежде всего, в области чувственных и кулинарных удовольствий.

Говорить о французском гурманстве невозможно без упоминания их национального напитка. Вино занимает особое место на кулинарном Олимпе Франции (что не раз отмечали многие авторы, в том числе Ж.В. Кургузёнова [4—7]), но совсем особое место оно занимает в сердцах самих французов, которые, благодаря этой невероятной любви, поклонению и почитанию этого напитка, наделяют его особыми свойствами. Как известно, любой форме фетишизма присуще одушевление предмета, так и французы присваивают вину качественные характеристики человека: «qui a de l'âme» (букв. — иметь душу); «qui a de l'esprit» (букв. — иметь ум); «qui a de la chair» (букв. — иметь плоть); «qui a du corps» (букв. — иметь тело); «qui a du nombril» (букв. — иметь пупок). Однако помимо очевидного «одушевления» вина французы наделили этот напиток ярко выраженными половыми признаками: «qui a de la cuisse / qui a de la fesse» (букв. — иметь бедра); «qui a du corsage» (букв. — иметь грудь) [12].

Как видно из вышеприведенных примеров, сакральный для французов напиток уподобляется женщине. Причем различные стадии производства вина сравнивают (от молодого до выдержанного) с возрастом женщины (вино из только что открытой бочки как юная девушка; из середины — молодая женщина 25—26 лет; кислое вино — женщина за 30). Следовательно, в силу ярко выраженной женской природы вина употреблять его — это удел мужчины («Le vin fait du bien aux femmes quand ce sont les hommes qui le boivent»). Такого мнения придерживаются не только представители сильного пола французской нации. Так, например, мадам де Помпадур писала, что «шампанское — это единственный напиток, который может пить женщина, не боясь испортить своей красоты» («le champagne est le seul vin qu'une femme puisse boire sans s'enlaidir») [12. С. 147—148].

Безусловно, в современном французском обществе женщины, как и мужчины, отдают должное этому напитку. Однако не стоит отрицать, что для истинных знатоков французских вин употребление последнего равноценно сакральному акту любви. Поэтому, говоря о вине, французы находят такие слова и выражения, которые как нельзя лучше демонстрируют тот факт, что в этом напитке находят свое

воплощение две неотъемлемые черты национального характера французов: гурманство и куртуазность, что лишний раз доказывает следующая ФЕ: «*éventrer une négresse*» (букв. — вспороть живот негритянке — раздавить бутылочку красного вина). В последнем примере большой интерес представляет субстантивный компонент: «*une négresse*» (букв. — негритянка — бутылка красного вина). Лексема «*une négresse*» открывает целую серию ФЕ, которая, в очередной раз, подчеркивает куртуазность французской нации, а также их гетеросексуальный взгляд на любимый напиток — вино. «Бутылка» для француза — это метафорическая номинация существа женского пола (сходство по форме бутылки с женской фигурой), а «цвет ее кожи» («негритянка») обусловлен, в данном случае, тем, что темно-красное вино по-французски называется «*noir*» (букв. — черное). Таким образом, для истинного француза бутылка вина является воплощением женского начала, что демонстрирует следующая ФЕ: «*baiser une fillette*» (букв. — целовать девушку — распить бутылку). В последней ФЕ воплотилась ассоциация между прикосновением губ к горлышку бутылки и поцелуем. Данный ассоциативный ряд не исчерпан, его продолжают следующие выражения: «*donner l'accolade à la bouteille*» (букв. — поцеловать); «*caresser la bouteille*» (букв. — ласкать); «*dépucceler une bouteille*» (букв. — лишать девственности).

Пожалуй, вышеприведенные примеры лучшим образом доказывают, что гурманство и куртуазность — неотъемлемые черты французского национального характера.

Завершая данное исследование, нам бы хотелось отметить, что, несмотря на явно выраженный вкус к телесным удовольствиям, француза нельзя было бы назвать рабом материи. Именно здесь как нельзя более он остается верен своему национальному характеру: всем его наслаждениям присуща интеллектуальность. Главное действующее лицо удовольствия — разум, а тело — лишь пассивный инструмент. Именно этим можно объяснить склонность француза к утонченности.

Это любопытная эволюция, в ходе которой разум постепенно тренирует тело, делая его все более и более взыскательным, все более способным различать и ценить тонкие оттенки удовольствий. Это обстоятельство помогает также объяснить предусмотрительность, можно даже сказать, преднамеренность, научную взыскательность французского гедонизма. Нигде еще Франция не была столь сдержанна, столь уверена в себе, столь уравновешенна, как в своих удовольствиях. Действительно, вкус к удовольствиям у француза измеряется не столько количеством вина в бокале, сколько временем, необходимым для выбора вина определенного урожая.

Все эти предпосылки естественным образом ведут нас к заключению, что гедонизм французов восходит к красоте. Интеллектуала красота привлекает, прежде всего, как абстрактная идея, конкретные проявления которой приятны и доставляют удовольствия. Она питает собой и идеи, и чувства. И даже исходящий от красоты свет, пусть и иррациональный, все же манит к себе этот народ, так высоко ценящий ясность, прозрачность и четкость выражения своего восхищения перед тем или иным феноменом.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Борисова А.С. Французский национальный характер сквозь призму современных французских печатных рекламных текстов: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2010. — С. 6.
- [2] Воробьёв В.В. Линвокультурология. — М., 1997.
- [3] Крылова О.А. Лингвистическая стилистика. В 2 кн. — Кн. 1: Теория. — М., 2006. — С. 30.
- [4] Кургузёноква Ж.В. Метафорическая концептуализация количественного параметра потребляемой пищи во французской фразеологии // Вестник РУДН. Сер. «Лингвистика». — 2011. — № 1. — С. 62—67.
- [5] Кургузёноква Ж.В. Метафорическая концептуализация вина во французской фразеологии // Вестник РУДН. Сер. «Лингвистика». — 2010. — № 1. — С. 77—83.
- [6] Кургузёноква Ж.В. Метафорическая концептуализация неотъемлемых компонентов национальной кухни во французской фразеологии // Вестник РУДН. Сер. «Вопросы образования: языки и специальность». — 2010. — № 2. — С. 13—17.

IDENTIFICATION OF MAIN FEATURES OF “FRENCH NATIONAL CHARACTER” THROUGH ANALYSIS OF FRENCH PHRASEOLOGY

Zh.V. Kurguzenkova

Department of Romance / Germanic languages and culture
The Faculty of Linguistics and Intercultural Communication
Moscow State Open University
Pavla Korchagina str., 22, Moscow, Russia, 107996

On the basis of linguo-cultural analysis of the French phraseology the spectrum of cultural connotations of concept “French national character” is defined.

Key words: French national character, phraseology, hedonism, courtesy, gourmandise, concept.