
КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЖЕНСКОЙ КРАСОТЫ В АНГЛИЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Ж.В. Кургузенкова

Кафедра языковой подготовки кадров государственного управления
Факультет международного регионоведения и регионального управления
Институт государственной службы и управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ
Проспект Вернадского, 84, Москва, Россия, 119606

В рамках данной статьи был систематизирован гендерно маркированный языковой материал английского языка, характеризующий некоторые аспекты внешней привлекательности женщин. Были сделаны выводы о наиболее многочисленных фразеосемантических группах, и даны пояснения к часто встречающимся компонентам в составе языковых единиц данной тематики. Особое внимание уделяется коннотативным и структурным особенностям фразеологических единиц избранной тематики с целью выявления сведений об особенностях культуры и национального характера представителей данного этноса.

Ключевые слова: национальный характер, национальная культура, лингвокультурологический анализ, фразеология, концепт «красота женщины», английский язык

Обозначения женщины в любом языке, как известно, представляют большой интерес в плане концептуального и сопоставительного исследования. Рассмотрение данного идеографического поля в соотношении с соответствующими лингвокреативными средствами убеждает в том, что номинация антропосферы при кажущейся простоте задачи обозначения конкретной личности связана со сложными многомерными интерпретирующими процессами [1. С. 133]. Обозначения женщины, как и обозначения мужчины [2], позволяют сделать некоторые заключения относительно того, как складывается самоосознание человеком себя самого в языке, как формируется языковое отображение коллективного человеческого Я. Поле номинаций женщины, таким образом, лежит на пересечении языка и культуры, языка и мировоззрения, языка и подсознания.

Анализ примеров английского языка позволяет предположить, что при всем различии в дискурсах современной английской и русской культур стратегии концептуализации в этой сфере характеризуются скорее сходством, чем различием. На такое сходство указывает прежде всего абсолютное преобладание в обоих языках стилистически маркированных эмоционально-оценочных интерпретирующих слов, характеризующихся ярко выраженной эмпатией мужского взгляда на объект номинации. Как в русском языке, так и в английском самообозначение женщины весьма затруднено, несмотря на большое количество номинаций, составляющих данное поле.

Еще одной особенностью, сближающей английскую и русскую языковую картину мира, является то, что семантически женщина противопоставляется не противоположному полу — мужчине, как следовало бы ожидать, но человеку в целом.

Об актуальности оппозиции «женщина vs. человек» в английском языке свидетельствует широко известное наблюдение о том, что значения «мужчина» и «человек» здесь передаются одним словом “man”. Оппозиция “woman vs. person” (а не “man”) прослеживается практически во всех коллокациях, за исключением нескольких маргинальных случаев, когда мужчина уподобляется (с дерогативными коннотациями) женщине.

Безусловно, результаты сопоставления собранных нами примеров в английском языке следует рассматривать «приблизительно», так как их перевод на русский язык вызывает некоторые затруднения. Мы не можем говорить о полной корреляции в анализируемом материале, особенно в отношении стилистических факторов. Например, данные английских словарей свидетельствуют о значительном сдвиге анализируемого материала в сторону просторечных и сленговых слов по сравнению с русским, и мы не можем сказать с уверенностью, является ли это особенностью собственно концептуализации мужчины и женщины английским языком или отражением лексикографической традиции, которая в случае русского языка отличается большим пуританством. С точки зрения социальной принадлежности субъекта речи сопоставляемые русские и английские слова сильно отличаются, как отличаются и ситуации речевого общения, в которых данные лексемы могут использоваться. Для английского языка это по большей части неформальное общение, другими словами, достаточно фамильярное мужское общение. Речь идет не о «дефектном» социальном базисе говорящего, а о том, что в конкретном случае он считает возможным сменить речевой стандарт, снизить стилистический и тематический регистр речевой коммуникации.

Малая изученность речевых стандартов современного русского языкового сообщества не позволяет нам утверждать, что русский язык трактует женщину более или менее возвышенно по сравнению с английским. Судя по статистическому распределению лексических единиц, основными параметрами концептуализации образа женщины являются: 1) ее возраст; 2) ее семейное положение (куда также входит соответствие ее поведения нормам общественной морали); 3) ее способность выполнять «предписываемые ей от природы» функции объекта любовного отношения со стороны мужчины (т.е. ее привлекательность, женственность, способность быть возлюбленной, женой и матерью). Выделенные В.Н. Телия параметры русского идеографического поля «женщина» прослеживаются и в английском языке с единственной оговоркой, что почти все они соотносятся с параметром «сексуальная привлекательность» [3. С. 55—56].

Исходя из этого, в рамках данного исследования будет анализироваться языковой материал, отражающий способы номинации сексуальной привлекательности женщины в английском языке. Собранный фактологический материал можно условно разделить на следующие тематические подгруппы:

- 1) адъективные характеристики сексуальной привлекательности женщины;
- 2) гастрономическая метафора как способ номинации сексуальной привлекательности женщины;
- 3) фитонимы как способы номинации сексуальной привлекательности женщины;

4) зооморфизмы как способы номинации сексуально привлекательной женщины.

Начнем с адъективных характеристик сексуальной привлекательности женщины в английском языке. Красота женщины — это прежде всего то, что хорошо для созерцания (“goodlooks”), т.е. чисто внешняя, радующая мужской глаз характеристика. Красивая женщина (“lovely / good-looking / comely / pretty / beautiful”) обозначается следующим образом: “lovely to be hold / good for looks” (букв. приятно созерцать), “pleasing to the eye” (букв. радующая глаз).

Многие адъективные лексемы английского языка характеризуют девушку как стройное, худенькое создание, так как по современным стандартам красоты привлекательная девушка / женщина должна быть существом неземным, как бы бес-телесным: thin, slim, imperially slim (тоненькая), graceful (грациозная), wasp-waisted (с осиной талией), willowy (как ива), slight, dainty, delicate, frail (хрупкая).

Женское очарование для представителей английской культуры — это нечто колдовское, что овладевает мужчиной порой помимо его воли. Поэтому красивая женщина не просто “lovely” (красивая) или “exquisite” (изысканная), а также “attractive” (привлекательная), “enthraling, entrancing, fascinating” (чарующая, очаровательная, обаятельная). Женское обаяние может быть и агрессивно, зачастую ему трудно противостоять: “captivating” (пленительная), “irresistible” (неотразимая), “fetching” (притягательная), “taking” (манящая), “winning” (обворожительная). Красота роковой женщины может быть даже «опасна» для наблюдателя: “looks fit to kill you / knock dead / knock one’s eyes out” (букв. способна убить, выбить глаз).

Очень характерным является переосмысление женской личности в плане сексуальной привлекательности и метафоризация последней в «гастрономических» терминах: “dish” (букв. блюдо в значении «сексуально привлекательная женщина / лакомый кусочек»), “sexpot” (букв. сексуальный горшочек в значении «сексуально привлекательная женщина»).

Например, в основе большинства «гастрономических» метафор лежат названия кондитерских изделий, иногда со сладкой начинкой внутри: “cupcake” (букв. маленький кекс), “cookie / homeseecake” (букв. печенье, домашнее печенье), “cheesecake” (букв. творожный пудинг, сладкая ватрушка в значении «полуобнаженная красотка»), “biscuit” (букв. сухое печенье в значении «женщина с цветной кожей»), “sugarpie” (букв. сладкий пирог) и др.

Другим традиционным блюдом в английской кухне является мясная еда. Метонимический перенос «мясо, тело, части тела» на обозначение человека в целом также не нов и получил достаточно широкую интерпретацию при номинации женщины в английском языке: “leg” (букв. нога в значении «женщина»), “dark meat” (букв. темное мясо в значении «темнокожая женщина как сексуальный объект»), “white meat” (букв. белое мясо курицы или телятины в значении «белая женщина»). Молодая старушка характеризуется через фразеологическую единицу “mutton dressed as / like lamb” (букв. баранина, сервированная под ягненка). Главным достоинством при характеристике мясного блюда для англичанина остается прилагательное “hot” (букв. горячий и / или острый). В данном

случае также происходит объективный метафорический переход от первичного значения адъективных лексем «горячий, острый» в плоскость сексуальных отношений со значением «возбуждающий»: “hot stuff” (букв. горячее / острое в значении «нечто сексуальное»). Как видим, гастрономическая метафора является достаточно продуктивной моделью для данного идеографического поля.

Метафоры растительного мира, так называемые фитонимы (под которыми мы понимаем как названия различных растений, так и плодов этих растений), составляют значительную группу номинаций женской привлекательности, а именно: “milk and roses” — румяная (сравните в русском языке: «кровь с молоком»), “a rose between two thorns” (букв. роза между двух шипов в значении «женщина между двумя мужчинами»), “have roses in one’s cheeks” (букв. иметь розы на щеках в значении «быть румяной»), “as fair as a lily / rose” (букв. прекрасная как лилия / роза). В сленге женская красота также сравнивается с фруктами, но предназначенными не для любования, а для еды: “banana” (букв. банан в значении «хорошенькая девушка с цветной кожей»), “peach” (букв. персик в значении «милашка»), “tomato” (букв. помидор в значении «чрезвычайно сексапильная девушка»).

Зооморфизмы практически все принадлежат к области сленга и описывают широкий спектр свойств женского характера и поведения, например: “doe” (букв. самка оленя в значении «женщина с партнером на дискотеке или вечеринке»), “tigress” (букв. тигрица в значении «жестокая, бессердечная женщина»). Поскольку в рамках данного исследования нами затрагиваются процессы концептуализации параметров описания внешности женщины, а не ее характера, ниже представлены примеры, отражающие именно этот аспект формирования образа женщины в английской языковой культуре: “fox” (букв. лиса в значении «физически привлекательная девушка / женщина»), “queen bee” (букв. пчелиная матка в значении «первая дама»: “she is the queen bee in her group” — среди своих подруг она самая привлекательная).

Так, «молоденькая соблазнительная девица» нередко описывается в терминах животного мира: “chick /chicken /spring chicken” (букв. цыпленок), “bunny” (букв. кролик), “cub” (букв. детеныш), “kitty /kitten” (букв. котенок), “filly” (букв. кобылка в возрасте до четырех лет), “heifer” (букв. телка). В приведенных примерах англичане используют лексемы не столько со значением взрослых животных, сколько их детенышей, «эксплуатируя» тем самым универсальный фрейм для номинации молодой, сексуально привлекательной женщины.

Завершая анализ языкового материала данной тематики, хотелось бы отметить, что, безусловно, английский язык содержит еще ряд примеров, которые можно отнести к языковым универсалиям. Сюда входят тропеические переносы «часть вместо целого». Эта традиция прослеживается еще в библеизмах: rib, Adam’s rib (ребро Адама) и развивается в сленге: sex goddess (секс-богиня).

Также в английской культурной картине мира существует наименование женщин сексуально неискушенных, но необычайно привлекательных для мужчин. Толчком для обыденного употребления дефиниции “Lolita” послужил одноименный роман В.В. Набокова, в котором приводится описание основных характеристик подобной девушки. Далее роман, став уже частью общекультурного миро-

вого литературного (и кинематографического — вследствие множества экранизаций) наследия порождает некий «культурный штамм», «терминальный фрейм», укоренившийся в сознании любого образованного человека. Таким образом, в обыденном сознании англичан Лолитой является девушка-подросток, рано сформировавшаяся и имеющая физиологическую привлекательность. Вместе с тем она оценивается негативно из-за того, что, понимая свою привлекательность, играет с мужчинами, что не соответствует этическим нормам поведения девушки.

В заключение исследования идеографического поля «женщина» в аспекте ее сексуальной привлекательности, опираясь на основные моменты, рассмотренные в рамках данной статьи, а также учитывая осуществленный анализ языкового материала, мы можем сделать следующие выводы.

1. Поскольку наиболее ярко национально-культурная специфика обнаруживается при сопоставлении, отметим, что названия птиц и животных являются теми ключевыми зооморфными образами, которые позволяют выявить сходства и различия в номинации привлекательной женщины в английском и русском языках.

2. Характерным является переосмысление женской личности в плане сексуальной привлекательности и метафоризация последней в «гастрономических терминах».

Анализ фразеологических единиц с культурным компонентом значения позволяет установить определенную зависимость между структурно-семантической эквивалентностью соответствующих примеров в сопоставляемых языках и их лингвокультурологической значимостью. Такой анализ лексических и фразеологических единиц тематического поля «красота женщины», предпринятый в рамках данной работы, убедительно показал неразрывную связь языка и культуры, способность лексики отражать в своем значении отношение народа-носителя языка к различным аспектам образа женщины. В результате исследования, проведенного на материале английского языка, был выделен большой пласт языковых единиц, номинирующих привлекательных женщин, а его лингвокультурологический анализ позволил проследить, как и в чем проявляется национально-культурная специфика данных единиц, вскрыть источники их возникновения, выявить ассоциации и образы, которые легли в их основу, установить функционально-коммуникативные характеристики, описать их коннотации, взаимодействие и взаимовлияние семантических, стилистических свойств проанализированных примеров.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Борисова А.С., Рубинштейн К.Э. Прагматика эмоций в современном рекламном дискурсе (на материале французского языка) // Вестник РУДН. Серия «Лингвистика». 2015. № 2. С. 133–147.
- [2] Кургузенкова Ж.В. Фразеологические единицы, номинирующие мужчину-ловеласа во французском и русском языках // Вестник РУДН. Серия «Лингвистика». 2015. № 1. С. 112–126.
- [3] Телия В.Н. Фразеология в контексте культуры. М.: Языки русской культуры, 1999.

CONCEPTUALIZATION OF FEMININE BEAUTY IN ENGLISH CULTURAL WORLDVIEW

Zh.V. Kurguzenkova

Department of Language Training for Public Servants
Faculty of International Area Studies and Regional Governance
Institute of Public Administration and Management
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Services
Vernadsky Prospekt, 84, Moscow, Russia, 119606

The article aims at systematizing English phraseological units characterizing women's beauty. The conclusion concerns the most numerous phraseosemantic groups, the most frequently occurring elements of the units are commented upon. Special attention is paid to the connotative and structural peculiarities of the phraseological units of the chosen subject matter in order to identify information about the culture and national character of representatives of this ethnic group.

Key words: national character and national culture, linguistic and cultural analysis, the phraseology, the concept "woman", English

REFERENCES

- [1] Borisova A.S., Rubinshtein K.E. Pragmatika emotsiy v sovremennom reklamnom diskurse (na materiale frantsuzskogo yazyke) [Pragmatics of emotions in modern French advertising discourse]. Russian Journal of Linguistics. *Vestnik RUDN*. 2015. no. 2. pp. 133—148.
- [2] Kurguzenkova Zh.V. Frazеologicheskie edinitси, nominiruschie mujchinu-lovelasa vo frantsuzskom i russkom yazikah [Gender marked phraseological units of phraseosemantic group designating men's affectionate behavior]. Russian Journal of Linguistics. *Vestnik RUDN*. 2015. no. 1. pp. 112—126.
- [3] Teliya V.N. Frazеologiya v kontekstekultury [Phraseology in the context of culture]. Moscow, Languages of Russian Culture, 1999. 333 p.