

Секция «Лингвистика: Когнитивные и лингвокультурные аспекты иноязычной коммуникации»

**Вербализаторы феномена красоты в русском, английском, немецком и японском языках и культурноспецифические ценностные ориентации**

*Шамгунова Дария Ивановна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации, Москва, Россия  
*E-mail: d.i.shamgunova@gmail.com*

Переживание чувства прекрасного, оказывающее вдохновляющее и стимулирующее действие на человека, веками привлекало внимание исследователей, философов, художников и поэтов. На протяжении практически всей истории человечества делались попытки понять, почему некоторые предметы, явления или люди кажутся нам красивыми и что представляет собой феномен красоты. Исследователям представляется сложным определение понятия красоты, к примеру, О.Буткевич отмечает, что красота это «вечная проблема, относительно которой больше всего сказано и меньше всего ясно» [1:5].

Данная тема, как было отмечено выше, освещалась многими известными философами и учеными, среди которых Аврелий Августин, Аристотель, Платон, Георг Вильгельм Фридрих Гегель, Иммануил Кант, Владимир Сергеевич Соловьев, Леонардо да Винчи, Мартин Хайдеггер [4]. Благодаря их работам мы можем удостовериться в том, что, являясь результатом синтеза взглядов людей, живших в определенную эпоху, представление о красивом зависело от многих факторов и с течением времени менялось. Иными словами, существует возможность проследить динамику представлений о красоте в диахронии. Цель данной работы заключается в сопоставлении и сравнении восприятия красоты в синхронии, а точнее - взглядов на нее в разных культурах как отражения ценностных ориентаций представителей конкретных культур и, как следствие, наличия и специфики вербализаторов феномена красоты, используемых в отношении представителей обоих полов. В данной работе рассматриваются ключевые вербализаторы феномена красоты в русском, английском, немецком и японском языках.

Стоит отметить, что в русской культуре идеальная красота является категорией, близкой к калокагатии, т.е. соединению красоты внутренней и внешней, гармоничного сочетания физических и нравственных достоинств, совершенства человеческой личности как идеала воспитания человека [2]. Сочетаемость лексем эстетической оценки различна в разных языках. К примеру, в русском языке прилагательное «красивый» имеет не такую широкую сочетаемость, как прилагательное «beautiful» в английском, где список его значений включает в себя такие, как: «прекрасный», «блистательный», «отличный». Слово «красивый» более характерно для художественных текстов, в разговорной речи для оценки внешних качеств обычно употребляется более нейтральное слово «симпатичный». Подобное явление наблюдается также и в английском языке, где существуют прилагательные «beautiful» и «pretty» соответственно. В последнее время слово «cute», имевшее распространение в подростковом сленге, переходит также в разговорную речь и часто заменяет собой слово «pretty». В отношении лица мужского пола необходимо использование прилагательного «handsome» [9].

В немецком языке слово «schoen» имеет самое широкое употребление, поскольку включает такие значения, помимо основного, как «хороший» и «приличный», а также используется в качестве наречия со значением согласия и употребляется в усилительном значении. Помимо этого, представляет интерес словосочетание «die schoene Literatur» в значении

«художественная литература», поскольку прилагательное «huebsch» сходно по значению с английским «pretty»/«cute» и русским «милый» [7].

В японском языке данную роль играет прилагательное «kawaii», которое имеет наиболее широкое употребление, но используется для описания детей, подростков и женщин. Прилагательные «kirei» и «utsukushii» являются более формальными единицами лексики. Интересно, что прилагательное «kirei» также имеет значение «чистый», однако в последнее время отмечается более частое употребление заимствования «clean» в этом значении. Стоит отметить, что прилагательное «utsukushii» практически не имеет употребления в разговорной речи, и считается дурным тоном употреблять его в отношении японца или японки, так как это ставит его/ее в неловкое положение [6].

Для выводов о культурноспецифических ценностных ориентациях следует обратиться к идиоматической лексике и пословицам о красоте в исследуемых языках. В русском языке мы встречаемся со следующими пословицами: «Красотой сыт не будешь», «Красота разума не придаст», «Красота до вечера, а доброта навек», «Красота приглядится, а ум вперёд пригодится», «Красота без разума пуста» [3]. Таким образом, мы можем отметить, что пословицы подчеркивают необходимость стремления к идеальной красоте, сходной с калокагатией, а физическую красоту не считают большим достоинством без сопутствующих моральных качеств.

В японском же языке интересны следующие пословицы: «Bijin to iu mo kawa ichimai» - «У красавицы красив только один слой кожи», что созвучно английскому «Beauty is only skin deep», а также «Bijin hakumei» - «У красивой женщины недолгая жизнь» или «Красота живет недолго» [5]. Данные пословицы представляют воплощением концептов Мононоаваре и Ваби-саби, подчеркивающих непостоянство и преходящую сущность бытия, а также намекают на важность добродетели [5]. В английском языке показательна пословица «Beauty is in the eye of the beholder» - «Красота в глазах смотрящего», что указывает на субъективность красоты и на право индивида иметь собственное мнение касательно красоты человека или предмета [8].

В немецком стоит отметить следующие пословицы: «Schoenheit und Verstand sind selten verwandt» - «Красота и ум редко соседствуют», «Schoenheit ohne Guete ist ein Haus ohne Tuer, ein Schiff ohne Wind, eine Quelle ohne Wasser» - «Красота без доброты как дом без двери, корабль без ветра, источник без воды. Данные пословицы не только говорят о необходимости соседства внешней и внутренней красоты в человеке, но и указывают на то, что это обусловлено практичностью, так как дом без дверей, корабль без ветра или источник без воды не будут функционировать как следует. Подтверждением этого также является пословица «Schoenheit bringt den Topf nicht zum Kochen» - «Красотой каши не сварить», что также указывает на практичность как ценность в немецкой культуре [10].

Таким образом, сопоставив и сравнив ключевые вербализаторы красоты и пословицы, отображающие народный взгляд на красоту в вышеназванных языках, мы пришли к выводу, что благодаря им культурноспецифические ценностные ориентации действительно находят отражение в языке.

### Источники и литература

- 1) Буткевич О.В. Красота: природа, сущность, формы. Ленинград: Художник РСФСР, 1979
- 2) Бычков В.В. Эстетика: Учебник. М.: Гардарики, 2004
- 3) Зимин В.И. Словарь-тезаурус русских пословиц, поговорок и метких выражений. М.:

АСТ-Пресс Книга, 2012

- 4) Муратова О.В. Традиции красоты в истории европейской культуры. Саранск, 2009
- 5) Buchanan D.C. Japanese Proverbs and Sayings. University of Oklahoma Press, 1965
- 6) Kenkyusha's New English-Japanese Dictionary (5 ed.). Tokyo: Kenkyusha, 2003
- 7) PONS Basiswoerterbuch Russisch. PONS, 2015
- 8) The Oxford Dictionary of Proverbs. Oxford University Press, 2009
- 9) The Oxford Russian-English Dictionary. Oxford University Press, 2006
- 10) Worsch W., Stolze-Stubenrecht W. Redewendungen: Woerterbuch der deutschen Idiomatik. Duden, 2013