



4844749

На правах рукописи

ЗАХАРОВА ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА

**СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
КОНЦЕПТА «ГОСТЕПРИМСТВО»
(на паремиологическом материале русского
и французского языков)**

10.02.20 – Сравнительно-историческое,
типологическое и сопоставительное языкознание

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

2 8 АПР 2011

Екатеринбург – 2011

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Турбина Ольга Александровна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Зеленина Тамара Ивановна
кандидат филологических наук, профессор

Путырская Ольга Германовна


Ведущая организация: ГОУ ВПО «Тюменский государственный университет»

Защита состоится 20 мая 2011 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 212.283.02 при ГОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет» по адресу: 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, ауд.316.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале информационно-интеллектуального центра научной библиотеки Уральского государственного педагогического университета.

Автореферат разослан 15 апреля 2011 года

Ученый секретарь
диссертационного совета

 Пирогов Н.А.

Общая характеристика работы

Реферируемая диссертация представляет собой сравнительно-сопоставительное лингвокультурологическое исследование концепта «гостеприимство» на паремиологическом материале русского и французского языков.

Актуальность темы исследования связана с тем, что концепт «гостеприимство» входит в круг универсальных, базисных концептов общечеловеческой цивилизации, ключевых для понимания национального менталитета как специфического отношения к миру, однако, научный интерес к феномену гостеприимства носит в основном философский и культурологический характер. Языковые средства вербализации концепта «гостеприимство» в рамках сопоставительного языкознания и сравнительной концептологии изучены мало, а работы, выполненные на паремиологическом материале русского и французского языков, полностью отсутствуют.

Анализ работ культурологического характера позволил констатировать существование закона гостеприимства уже в родовом доклассовом обществе, где под отношениями гостеприимства понималась одна из форм распределения добычи от охоты внутри общины. Первобытное гостеприимство, таким образом, служило механизмом, способствующим биологическому выживанию или, по крайней мере, приводящим к относительному выравниванию шансов на выживание. Его можно трактовать также как некий первичный опыт социальных отношений, древнейшую форму социального общения, имеющую не нравственную, а прагматическую основу: *Do ut des (лат.). Даю, чтобы ты дал. Даю, чтобы получить.*

Гостеприимство как культурная традиция, которая обеспечивала жизненные цели общности, прошло эволюционный фильтр, развиваясь и видоизменяясь. Религиозные требования, ассоциирующие холодность гостеприимства с холодностью к Богу, сыграли огромную роль в формировании взгляда на гостеприимство как на ценное нравственное качество.

В рамках гостеприимства разыгрывается и временно нейтрализуется лежащая в основе модели мира бинарная оппозиция

между Своими и Чужими (что на ранних ступенях развития общества означало *враждебными* и *опасными*). Возникновение между этими двумя полюсами особого промежуточного социального статуса – статуса *гостя* – позволило компенсировать повседневную враждебность к *чужому*. Таким образом, вопрос об отношении к *Чужому*, *Другому* становится центральным вопросом отношений гостеприимства. Колебание значения между двумя статусными категориями Чужого как *гостя* и *врага*, зафиксированное в языке, привлекло внимание таких лингвистов, как Э. Бенвенист, А. Эрну, А. Мейе, Т. В. Гамкрелидзе, В. Вс. Иванов, на лингвистическом материале доказавших, что под словом *гость* подразумеваются определенные отношения равенства и взаимных обязанностей.

В языковой картине мира, отражающей обыденные взгляды носителей языка, гостеприимство предстает в первую очередь как нравственная категория, ценное моральное качество, свойство человека или социальной группы, а также как норма поведения, нарушение которой обязательно осуждается в системе этических оценок. Среди языковых единиц, объективирующих концепт в языке, особый интерес для лингвокультурологического исследования представляют паремии как носители не только собственно языкового значения, но и как «проводники» культурной семантики, хранящие в себе мотивационные источники изучаемого явления (В. Н. Телия, Н. Д. Арутюнова, С. Г. Воркачёв и др.).

Объектом диссертационной работы выступает лингвокультурный концепт «гостеприимство».

Предметной областью исследования является концептуализация феномена «гостеприимство» средствами русских и французских паремий.

Цель исследования состоит в выявлении универсальных черт и национальных особенностей концепта «гостеприимство» на паремиологическом уровне русского и французского языков.

Для достижения поставленной цели потребовалось решить следующие задачи:

- рассмотреть основные подходы к современному пониманию концепта как одного из общепризнанных способов реконструкции национальной языковой картины мира;
- определить специфику лингвокультурологического подхода к исследованию паремий как особых языковых единиц, рожденных на пересечении языка и культуры;
- выявить лексемы, репрезентирующие концепт «гостеприимство» в русском и французском языках и установить общие и специфические черты в их семантической структуре;
- изучить лингвистические и культурологические процессы, положенные в основу формирования концепта «гостеприимство» и повлиявшие на динамику изменения его понятийного объема;
- выявить паремии, репрезентирующие концепт «гостеприимство» в русском и французском языках, и классифицировать их по логико-семантическим группам;
- выделить и обосновать особенности концептуализации национальной картины гостеприимства на паремиологическом уровне русского и французского языков.

В качестве **материала** исследования используются 1016 русских и 115 французских паремий, полученных из 42 лексикографических и справочных источников: одноязычных (французских и русских) и двуязычных (русско-французских и француско-русских) словарей различных типов – этимологических, фразеологических, толковых, терминологических, тематических, словарей иностранных слов и т.д. Столь значительная разница в объеме русского и французского материала установлена в результате сплошной выборки паремиологического материала как по формальному признаку, т.е. по наличию в паремиях слова или слов, являющихся ключевыми для концепта «гостеприимство», так и по семантическому признаку, т.е. по наличию в паремиях идеи гостеприимства. Привлеченные к исследованию русские и французские паремии используются в настоящей работе *двойко*: 1) в качестве иллюстративного лингвистического материала для подтверждения тех или иных знаний о концепте «гостеприимство», полученных из экстралингвистических источников, 2) в качестве источника *нового* знания, с помощью которого создается языковая картина гостеприимства.

Цель и задачи настоящей работы предопределили выбор методов и приёмов исследования: метод компонентного анализа на основе словарных дефиниций; этимологический анализ; сравнительно-сопоставительный анализ; логико-семантический анализ; метод корреляции языковых и социальных явлений; количественный анализ. Множественность используемых методов обусловлена многогранностью предмета исследования и многоаспектностью самого исследования.

Научная новизна работы заключается в уточнении лингвокультурологических характеристик концепта «гостеприимство», функционирующего в языковом пространстве русскоязычной и франкоязычной культуры, в комплексном подходе к изучению паремий о гостеприимстве как явлению языка и культуры и в их сравнительно-сопоставительном описании.

Теоретическая значимость заключается в дальнейшей разработке проблем исследования лингвокультурных концептов в описательном и сопоставительном планах. Предлагаемый в работе способ лингвокультурологического анализа паремий представляет русские и французские паремии о гостеприимстве в качестве «проводников» культурной семантики, несущих в себе универсальные и культурно-детерминируемые черты изучаемого концепта.

Практическая значимость исследования связана с возможностью применения полученных результатов в курсах общего языкознания, межкультурной коммуникации, страноведения, лексикологии, лингвокультурологии, практических курсах французского и русского языков как иностранных, для самообразования преподавателей лингвистических дисциплин и широкого круга лиц, интересующихся феноменом гостеприимства.

Теоретической и методологической базой исследования послужили:

– *классические теории, содержащие идею взаимосвязанности языка и культуры* (В. фон Гумбольдт, Э. Сепир, Б. Уорф, А. Н. Афанасьев, А. А. Потебня, А.А. Шахматов, Л. В. Щерба, С. А. Аскольдов-Алексеев, Д. С. Лихачев и др.);

– *труды по философии* (Ж.-Ж. Руссо, Р. Шерер, Ж. Деррида, А. Монтандон, С. Зенкин и др.), *антропологии*

(Л. Морган, Н. И. Зибер, Б. Малиновский, М. Мосс, Ю.И. Семенов и др.), *социологии* (А.Р. Радклифф-Браун, Р. Штихве, С. Ю. Барсукова и др.), *культурологии* (В. В. Латышев, И.А. Покровский, Л.С. Лихачева, Е.В. Никитюк, А. К. Байбурин и др.), в которых изучается феномен гостеприимства;

– *исследования по лингвокультурологии и лингвоконцептологии* (А.П. Бабушкин, С.Г. Воркачев, В.В. Воробьев, В. И. Карасик, О. А. Корнилов, В. А. Маслова, И. П. Михальчук, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, Г. Г. Слышкин, Т. Н. Снитко и др.);

– *работы по лексикологии, направленные на изучение языкового статуса и лингвокультурологического потенциала паремий* (В. Л. Архангельский, С.Г. Гаврин, Ю.А. Гвоздарев, В.И. Даль, В. И. Зимин, А.И. Молотков, С. И. Ожегов, Г.П. Пермяков, И. И. Срезневский, Л. В. Савенкова, В. Н. Телия, Н. М. Шанский и др.).

Концептуальные идеи диссертации сводятся к следующим **положениям, выносным на защиту:**

I. Концепт «гостеприимство», функционирующий в языковом пространстве русскоязычной и франкоязычной культуры, являет собой этнический вариант концепта-универсалии мировой культуры.

II. *Универсальный характер* феномена гостеприимства выражается в тождественной для русского и французского языков семантической структуре концепта, которая содержит следующие *базовые* компоненты, несущие наибольшую смысловую нагрузку: 1) гостеприимство – это ценное нравственное качество человека или социальной группы; 2) гостеприимство – это норма поведения, нарушение которой обязательно осуждается в системе этических оценок. Приведенные компоненты внутренне связаны друг с другом заложенным в них первоначальным *культурологическим смыслом* гостеприимства, состоящим в *создании и поддержке социальной включенности*.

III. Национальные особенности концептуализации паремнологической картины гостеприимства в русском и французском языках проявляются в *периферийных* семантических признаках, не входящих в дефиниционный минимум, но отражающих от-

тенки изучаемого явления (его ценностные и образные характеристики), существующие для носителей изучаемых языков.

IV. Этимологическое родство лексем *гость* и *hôte* объединяет все языковые реализации концепта *гостеприимство* / *hospitalité* и образует его понятийную и прототипическую основу, но не исключает опору на разные культурологически обусловленные грани концепта при формировании языковых обозначений. В русской языковой картине мира находит свое отражение *симметричный* характер отношений между гостем и хозяином, когда гость, как правило, имеет равный или более высокий социальный статус. Во французской языковой картине мира между подателем и получателем гостеприимства изначально преобладает асимметрия – *покровительство*: гость чаще всего нуждающийся в помощи человек; дополнительное развитие получает «негативная» сема, давшая такие значения, как *негостеприимство*, *неприязнь*, *вражда*, *военные действия*. В результате в каждом из изучаемых языков формируется национально-специфичная лексическая микросистема, вербализующая концепт.

V. Наиболее ярко национальная специфика концепта «гостеприимство» проявляется на *паремиологическом уровне* русского и французского языков. Гостеприимство является ценностью, специфически присущей именно *русской* паремиологии, что выражается как в *количественных* (в девять раз больше), так и в *качественных языковых показателях*. В семантике русских паремий на первый план выводится *прагматическая* сторона коммуникации, что проявляется в *подробной детализации* норм и ценностей гостеприимства, дополнительно усиленной многократным *повторением* одной и той же идеи на различной лексической и образной основе; в *большей экспрессивности и оценочности* русских паремий о гостеприимстве; в *сопоставлении* основных идей концепта «гостеприимство» с *другими культурно маркированными концептами* («честь», «Бог», «дружба», «щедрость», «престиж», «соперничество», «праздник»); в присутствии в составе паремий лексики, отражающей *национальные реалии*.

VI. Во французской языковой картине мира паремиям как способу языковой апелляции к концепту «гостеприимство» от-

водится одна из *второстепенных* ролей, что проявляется в их *малочисленности, разрозненности*, смещении акцентов с практической, утилитарной стороны в *эстетическую*. Национальной особенностью французской паремиологической картины мира является *соотнесение* основных идей концепта «гостеприимство» с концептом «дружба».

Апробация работы происходила в ходе обсуждения ее основных положений на заседаниях кафедры общей лингвистики Южно-Уральского государственного университета (2007-2009), на итоговых научно-практических конференциях преподавателей и аспирантов Южно-Уральского государственного университета (2008, 2009, 2010), в виде докладов в материалах международных конференций в Челябинске (2007, 2009), Екатеринбурге (2008), региональной конференции в Твери (2009). По материалам диссертации опубликовано 9 научных работ, из них две работы в издании, рекомендованном ВАК Министерства образования и науки РФ (Вестник Южно-Уральского государственного университета, Челябинск, 2008, 2010).

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав с выводами по каждой главе, заключения и списка использованной литературы. Общий объем диссертации составляет 169 страниц. В текст включено 7 таблиц. Список использованной литературы составляет 189 теоретических и 43 лексикографических и справочных источника.

Основное содержание диссертации

Во Введении представлена характеристика основных параметров исследования: обосновывается актуальность поставленной проблемы; определяются материал, объект, предмет и методы исследования; обозначается его цель и определяемые ею задачи; раскрывается научная новизна диссертации, ее теоретическая и практическая значимость; формулируются положения, выносимые на защиту, приводятся сведения об апробации работы, обосновывается ее композиция.

Глава I «Концепт «гостеприимство» как предмет лингвокультурологического исследования» состоит из трех параграфов.

В *Первом параграфе* «Теоретические основы лингвокультурологического исследования» проводится анализ и синтез основных положений лингвокультурологии и рассматривается содержание ее основных терминов – языковой картины мира и концепта. За основу принята позиция В. В. Воробьева, определяющего лингвокультурологию как комплексную научную дисциплину синтезирующего типа, изучающую взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в его функционировании и отражающую этот процесс как целостную структуру единиц в единстве их языкового и внеязыкового (культурного) содержания. Концепт понимается как единица коллективного и индивидуального знания, культурно маркированная и имеющая языковое выражение [Воробьев, 1997].

Вслед за Т.Н. Снитко [1999], особо подчеркивающей *равный интерес* лингвокультурологии как к рассматриваемым языкам, так и к рассматриваемым культурам, в работе используется термин *лингвокультура*, определяемый как особый тип взаимосвязи языка и культуры, подлежащий выявлению в сопоставлении с другим типом взаимосвязи языка и культуры, то есть в сравнении с другой лингвокультурой.

Здесь же отмечены наиболее ценные для данного исследования характеристики лингвокультурного концепта, выделенные В.И. Карасиком и Г.Г. Слышкиным [2003]: акцентуация *ценностного элемента* (концепт служит исследованию культуры, а в основе культуры лежит именно ценностный принцип); возможность апеллировать к одному и тому же концепту при помощи языковых единиц различных уровней (при этом культурно обусловленные *способы апелляции* к универсальным концептам, в свою очередь, также могут быть объектом изучения); интегративный подход к языку.

Во *Втором параграфе* «Паремия как объект лингвокультурологического исследования» дается определение паремий как особых единиц языка, представляющих собой устойчивые и воспроизводимые анонимные обобщающие, как правило, реко-

мендательные, изречения, структурно равные предложению и выступающие как родовый термин к видовым терминам *пословица* и *поговорка*.

Далее раскрывается лингвокультурологическая ценность паремий, объясняемая их референцией к предметной области культуры. Паремии представляют собой тот «глубинный» пласт миросозерцания, который присутствовал в сознании любого средневекового человека, как невежественного, так и образованного. [Гуревич, 1984]. Некоторая их архаичность не представляется проблемой, поскольку паремии отражают прежде всего *универсальные* ценности и образы гостеприимства, а значит, присущи людям разных эпох.

В *Третьем параграфе* «Лингвистические и культурологические процессы, положенные в основу формирования концепта «гостеприимство» объект данного исследования в содержательном плане выступает как принадлежащий к универсальным концептам особого порядка, или культурогенным концептам, существование которых обусловлено общим поступательным развитием человеческой культуры и цивилизации.

Выявление обыденноязыковых представлений о гостеприимстве и установление иерархии их мировоззренческой значимости для обеих изучаемых лингвокультур производится в первую очередь путем анализа семантической структуры номинантов концепта – лексем *гостеприимство / hospitality* и выделению следующих *основных* семантических компонентов концепта:

– *гостеприимство / hospitality* – это ценное нравственное качество, свойство человека или социальной группы;

– *гостеприимство / hospitality* – это обычай, норма поведения человека, внешне выражаемая в проявления радости, приветливости, любезности, дружелюбия по отношению к гостю, предложении угощения; определенный этический кодекс, нарушение которого обязательно осуждается в системе этических оценок.

Компоненты выявленной семантической структуры связаны друг с другом заложенным в них первоначальным прагматическим смыслом гостеприимства, состоящим в создании и поддержании социальной включенности.

Их тождественность в русском и французском языках является языковым отражением универсального характера гостеприимства, что, однако, не исключает опоры на разные его грани при формировании языковых обозначений. Внутрilingвистические и экстралингвистические факторы влияют на динамику развития концепта «гостеприимство». Под их воздействием у ранних значений лексем *гостеприимство* и *hospitalité* доминируют разные их оттенки.

В русской лингвокультуре обращает на себя внимание *симметричный* характер отношений между хозяином и гостем, или даже *более высокий* статус гостя.

Ныне устаревшее значение слова *гость* как *иноземный или иногородный купец, состоятельный, равный (партнер) или даже более богатый участник торгового обмена* некогда занимало центральное, если не первое, место в его семантической структуре. Дальнейшее расширение семантического поля лексемы *гость* привело к таким его значениям как *высшая категория привилегированного русского купечества*.

Связь лексемы *гость* с торговлей наблюдается также в семантике таких слов, как *гостинец*, означавшем ранее *большую проезжую дорожку, по которой купцы (гости) везли различные товары – подарки, гостьба (торговля); погост* (первоначально *постоялый двор, на котором временно останавливались князь и духовные лица*). При этом очевиден высокий социальный статус *гостя*.

Утрата лексемой *гость* первого своего значения приводит к укреплению и развитию параллельно существующего второго его значения – *посторонний, посетитель, пришедший по зову или незванный*.

Во французской языковой картине мира между подателем и получателем гостеприимства изначально преобладала асимметрия – *покровительство*, когда гость чаще всего представлял человеком, нуждающимся в приюте, защите, лечении и т.д., что реализовалось в таких лексемах, как *hotel (отель), hospital (госпиталь), hospice (хоспис) и др.*

Кроме этого, амбивалентность латинской лексемы *hostis*, которая в разные исторические периоды имела значения не

только *чужестранец, гость*, но и *чужой, враг*, проявилась во французском языке в дополнительном развитии ее «негативной» семы *hostilité*, обозначающей *негостеприимство, неприязнь, вражду* и даже *военные действия*. Однако указанная часть семантического поля этимологически родственной для изучаемых языков лексемы *hostis* не получила аналогичного развития в русском языке.

В современном французском языке лексема *hôte* передает два различных значения, которые являются антонимичными омонимами: 1) *тот, кто принимает кого-то у себя, хозяин*; 2) *тот, кто пользуется гостеприимством, гость*. Аналогичное явление существовало до в XIII – XV вв. и в русской лингвокультуре (*гость* и *господарь*), пока лексема *господарь* не оказалась вытесненной тюркским заимствованием *хозяин*.

В амбивалентности языкового выражения зафиксировано *колебание* между двумя сторонами *одной социальной роли*. Языковая форма позволяет отчетливо увидеть взаимный, обменный характер отношений гостеприимства как культурного явления.

Семантическая структура лексем, представляющих концепт «гостеприимство», несет наибольшую смысловую нагрузку, но не отражает все его характеристики, существующие для носителей языка. Концепт объединяет в своем поле и те понятия и смыслы, которые составляют его *периферию*. С этой точки зрения исследование семантики паремий о гостеприимстве, проведенное во второй главе, представляет особый интерес. Именно в паремиях закреплены национально-специфичные ценностные и образные оттенки изучаемого явления, что, в конечном итоге, обеспечивает приращение объема концепта «гостеприимство».

В Главе II «Репрезентация концепта «гостеприимство» на паремнологическом уровне русского и французского языков» выявляются универсальные и национально-специфичные черты содержания концепта «гостеприимство» в сравниваемых лингвокультурах.

Каждая из привлеченных к настоящему исследованию паремий актуализирует определенный семантический признак концепта «гостеприимство» и, соответственно, допускает их обзор и классификацию. Инструментом исследования паремиоло-

гического фонда послужил метод объединения паремий в логико-семантические группы – логемы (термин П.В. Чеснокова), выступающие в качестве обобщающей исходной мысли.

Базовые семантические характеристики концепта «гостеприимство», в силу универсальности явления, присутствуют в каждой рассматриваемой в исследовании русской или французской паремии. Дальнейший анализ привлеченного паремиологического материала, содержащий в себе оценку семантической плотности той или иной тематической группы паремий, уровня детализации норм поведения, выделения смысловых оттенков, явились сигналами лингвистической ценности гостеприимства как внеязыкового объекта, позволяющими определить специфику и степень его вербализации на паремиологическом уровне языка.

Оценочные русские и французские паремиологические высказывания о гостеприимстве одинаково представляют его как несомненное благо высшего порядка. Для обеих культур обязательным является проявление хлебосольства, радости, душевности, терпимости по отношению к гостю: *Не будь гостю запасен, а будь ему рад. Принимают, за обе руки берут да в красный угол введут. Душа милее ковшиа.*

L'hôte et l'hospitalité sont venus dans la foulée. (Где гость, там и гостеприимство.) Bon accueil vaut bien un mets. (Хороший прием лучше мягкого пирога.)

В паремиологическом фонде обоих изучаемых языков сконструированы желаемые образы гостя и хозяина, диктующие нормы поведения, основанные на общем принципе: активной, властной позиции хозяина, на котором лежит вся ответственность по организации и проведению приема, которой противопоставляется пассивная, подчиненная позиция гостя. Ср.: *Хозяин в дому – что Адам в раю. В своем доме как хочу, так и ворочу. Ешь, что поставят, делай, что заставят. В гостях гостить – не свою волю творить.*

Qui tient la poêle par la queue, il la tourne par où il lui plaît. (Кто держит сковороду за хвост, вертит ее как хочет.) Le plus foulé est toujours hôte. (Самый уязвимый – это гость.)

Предложение угощения или отказ в угощении в обеих лингвокультурах становится точным барометром и ритуальным выражением уровня социальных отношений: *С порожнего горшка не едят, не пьют, а о пол бьют. Худая честь, коли нечего есть. Не беда, что плоха еда, беда, когда ее нет. Китите, ци, чтоб гости шли.*

Petit diner longuement attendu n'est pas donné, mais chèrement vendu. (Не нужно тянуть с приглашением к ужину, это дорого обходится.) Grande invitation, petites portions. (Приглашение большое, порции маленькие.)

Однако распределение и комбинаторика норм является национально специфичной. Так, семантическая плотность тематической группы *застолье* как *центральный эпизод приема гостей* в русском языке значительно превышает аналогичную во французском (ср.: 24% и 4,3% от общего количества), что можно рассматривать как особенность концептуализации феномена гостеприимства в русской лингвокультуре.

В обоих языках многогранен и противоречив паремиологический образ *незваного / нежданного / нежеланного* гостя, отношение к которому колеблется в рамках *hospes / hostis* (*друг / враг*) – от гостеприимного до негостеприимного. Ср.: *Желанный гость зову не ждет. Нежданный гость лучше ждающих двух. Прямой болван, что пришел незван. Незван гость – непасена и честь. Гость на двор – и беда на двор.*

Un ami en amène un autre. (Друг приводит друга.) Ou il y en a pour un, il y en a pour deux (trois etc). (Где есть место для одного, найдется и для двух (трех и т.д.)) Un hôte non invité doit apporter son siège. (Незванный гость пусть несет свой стул.)

Учитывая тяготы, а часто и опасность *абсолютного* гостеприимства, требующего безусловного приема случайных пришельцев, паремии рекомендуют поступать так, как целесообразней: *Ты шестой у ворот постой. Кто ходит незванный, редко уходит негнанный.*

C'est chose ardue et trop profonde que d' agréer à tout le monde. На весь мир мягко не постелешь.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что гостеприимство оказывается ценностью, специфически при-

сущей именно *русской паремиологии* как в количественном, так и в качественном отношении.

Цельный и структурированный корпус русских паремий о гостеприимстве по численности в девять раз превосходит корпус французских паремий, представляющих собой отдельные разрозненные единицы (1016 и 115 единиц соответственно). Отмечено не только многообразие семантических и формальных составляющих русских паремий, но и тот факт, что многие паремийные смыслы повторяются неоднократно с разной образной основой и на различном лексическом материале.

К особенностям концептуализации русской языковой картины гостеприимства отнесены также следующие языковые факты.

Русская лексема *гость* и ее дериваты становятся центром для образования русских паремий о гостеприимстве (27% всех паремий): *Кипите щи, чтоб гости шли. Есть кус, так гостя нет; нет ни корки, а гости с горки.*

Лексема *гостеприимство* на паремиологическом уровне русского языка оказывается невостребованной и замещается разговорным синонимом лексемой *хлеб-соль*, в контексте отношений гостеприимства развившим новую языковую семантику, не равную простой сумме значений *хлеб* и *соль*. Лексема *хлеб-соль* становится семантическим стержнем для образования 37 паремий о гостеприимстве (3,6%): *Хлеб-соль водить – не с безменом ходить. Дай Бог долгие пожить да хлеб-соль поводить.*

В системе французского языка лексема *hospitalité* (гостеприимство) наряду с лексемой *hôte* (гость) вошли в состав ряда паремий, однако в количественном отношении показали себя значительно более слабыми семантическими стержнями для образования паремий о гостеприимстве (3 и 13 единиц соответственно или 10%): *Selon l'habit, l'hospitalité. (По одежке и гостеприимство). L'hôte et la pluie, après trois jours ennuient. (Гость и дождь после трех дней вызывают досаду).*

Наибольшую группу в корпусе паремий настоящего исследования (73% русских и 90% французских) составляют единицы, в составе которых отсутствует *формальный признак* принадлежности к концепту «гостеприимство» – наличие слова или слов,

являющихся ключевыми для концепта, тогда как *идея* гостеприимства в них наличествует. Данный языковой факт является общим для русского и французского языков: *Не заставай гуся в печи, а заставай его на столе. Важен не обед, а привет.*

A grand homme, grande verre (Большому человеку большая чарка). *De douce assemblée, dure desservée.* (С хорошей компанией тяжело расставание).

Особенностью русской паремиологической картины гостеприимства, отразившей русскую культуру с ее коллективным, общинным сознанием, явилась подробная экспликация идеи гостеприимства как *социальной ценности*: *Русский человек хлеб-соль водит. Серчай, сердись, а за стол садись.*

Имплицитно та же идея проявляется в повышенном внимании русских паремий к прагматической стороне коммуникации. Это выражается в детальной вербализации форм надлежащего поведения участников отношений гостеприимства в виде своеобразного паремиологического «кодекса»: *Умей у гостей погостить, и к себе запросить, до ворот проводить и опять воротить. Пришел на именины, так не говори про поминь. Умел звать, умей и встречать.*

Социальная ценность гостеприимства подчеркивается наличием в русском языке паремиологически оформленных готовых образцов речевой коммуникации субъектов гостеприимства. Эти вербальные показатели дружелюбия и уважения сопровождали наиболее ответственные моменты в сценарии гостеприимства: встречу и приглашение к столу – 45%, застольные пожелания (тосты) – 26%, проводы – 11% от всех паремий, отнесенных к данной логеме: *Милости просим на избу: красному гостю красное место. Ешьте, пейте: хозяйского хлеба не жалейте!*

В русских паремиях концепт «гостеприимство» сопоставляется с другими культурно маркированными концептами, что дополнительно характеризует его как категорию высшей ценности: – с концептом «Бог»: *Гость – дар божий. Пошли Бог гостей, и хозяин будет сытей! Бог велит со всеми заться.*

– с концептом «честь» и сопутствующими ему концептами «престиж», «щедрость», «соперничество»: *Кто любит честь, тому*

бы в передний угол сесть, а голодному хоть за порог, только дай пироги;

– с концептом «дружба»: *Не дорога гостьба, дорога дружба. Был у друга, пил воду – показалаь слаще меду;*

– с концептом «праздник»: *Праздник придет – гостей приведет. Не только гостей у праздника, что Фома с женой.*

Аксиологические характеристики концепта в русской лингвокультуре также выражаются наличием в паремиях следующих языковых показателей ценностей:

– присутствием собственно *оценочных сем* в парадигме «хороший – плохой» (дорогой, добрый, ласковый – чужой, худой, скупой, низовой): *Хорош тот, кто поит и кормит, да и тот не худ, кто хлеб-соль помнит. Хоть хлеба краюшка да пиена четвертушка, от ласкова хозяина и то угощенье. Глуп совсем, кто не знаетя ни с кем;*

– присутствием *лексики возвышенной семантики* (желанный, великий, любовь, душа и др.): *Незванный, да желанный. Душа милее ковши. Не дорога наежка, дорога любовь;*

– *метонимией и метафорой*: *У него гостят четыре угла. Поцеловал пробой да и пошел домой. Первый день гости – золото, второй – серебро, третий – медь;*

В русских паремиях широко присутствует лексика, содержащая *национальные реалии*:

– крестьянского быта (кут, красное место, передний угол, соха и т.д.): *Не в том куту сидишь, не те песни поешь. Гости, ведь не соха у тебя в поле торчит;*

– традиционных блюд (пиво, квас, пироги, щи, оладьи, блины и т.д.): *Был квас, так не было вас, а как остались квасины, так и вас разносило. Где блины, там и мы, где оладьи, там и ладно;*

– национальных символов (хлеб-соль, печь): *Хлеб-соль и разбойника смиряет. Гости на печь глядят, видно каши хотят;*

– обычаев гостеприимства: *В гости на ногах, а из гостей на дровнях. Конного гостя провожай до коня, а пешего до ворот;*

– застольных привычек: *У нас на Руси прежде гостю поднеси. По первой чарке не закусывают. Ум говорит: пора идти со двора, а хмель говорит: дождемся побой да вместе домой;*

– антропонимов: *Зовут Фомю, а живет собою – в гости не ездит и к себе не зовет. Худ Матвей, не умеет потчевать гостей. У Фомки тили да Фомку ж и били;*

– народных примет: *Не было сороки, а гости у порога. Его помяни только, а он тут. Не успела кошка умыться, и гости наехали.*

В русской паремиологической картине образ возможного гостя как представителя определенной социальной группы понимается максимально широко. Он объективирован в образе родственника, соседа, друга, человека вообще и в исключительных случаях даже врага, что подтверждает на языковом уровне свойственную русской культуре менее четкую границу между «своим» и «чужим», отражающую коллективистскую ориентацию русского народа, его открытость, стремление к единению, «широту» русской души: *Не будь для куса, будь для друга. Зовут к соседу на веселую беседу. Ехал к Фоме, а заехал к куме.*

Результат аксиологического осмысления ситуации гостеприимства во французской паремиологии выражается следующими средствами:

– путем прямого сопоставления концепта «гостеприимство» с концептом «дружба», когда лексемы *друг* и *гость* становятся контекстуальными синонимами, выявляя более резкий контраст между «своим» и «чужим» во французской культуре и обогащая концепт «гостеприимство» образным и аксиологическим звучанием: *Un ami en amène un autre. (Друг приводит друга.) Cuisine mangée, amis dispersés. (Угощение съедено – друзей как не бывало.) S'il y a de la place dans le coeur, il y en a dans la maison. (Если есть место в сердце – есть место и в доме);*

– паремиологические нормы французского гостеприимства выводят на первый план внешнюю сторону приема: *Qui a fait ne peut manger bellement. (Голодный красиво есть не может.) Beau visage vaut un mets. (Красивое лицо что вкусное угощению.) Ou l'hotesse est belle, le vin est bon. (Где хозяйка красавица, там и вино хорошее).*

Культурные различия двух народов на языковом уровне реализуются также в степени назидательности паремий о гостеприимстве. Для русских паремий о гостеприимстве характерно

ярко выраженное побуждение, что выражается в высокой степени употребительности глагола в повелительном наклонении, чаще всего ко 2-му лицу: *Умел звать, умеи и встречать. Не будь гостю запасен, а будь ему рад.*

Для французских паремий, транслирующих ценности французской (западноевропейской) культуры с ее стратегией бесконфликтности и терпимости, в целом характерно выражение завуалированного, смягченного побуждения, в виде общего назидания, реализуемого в форме повествовательного предложения. Повелительное наклонение, вопросительные и восклицательные конструкции паремиям о гостеприимстве не свойственны. Чаще всего отсутствует определенная временная и адресная оценка, что выражается в широком использовании неопределённоличных предложений: *Au fond des pots sont les bons mots. (На дне бокала – добрые слова.) La nappe est toujours mise dans cette maison. (В этом доме скатерть всегда постелена.) Qui compte sans son hôte, compte deux fois. (Кто гостя не посчитал, будет считать дважды.)*

Таким образом, представленные во второй главе русские и французские паремии, вербализующие концепт «гостеприимство», содержат как *основные, базовые* характеристики, передающие объективные свойства концепта, так и *периферийные* признаки, отражающие национально-специфичные нюансы, существующие для носителей языка и необходимые для полного представления семантической структуры концепта.

В **Заключении** сформулированы основные результаты исследования и намечены перспективы дальнейшей работы.

При сопоставлении паремиологических уровней русского и французского языков гостеприимство представляется ценностью, *специфически присущей именно русской паремиологии.*

Во французской языковой картине мира паремиям как *способу языковой апелляции к концепту «гостеприимство»* отводится *одна из второстепенных ролей.*

Несовпадение количественных и качественных характеристик концепта в сравниваемых языках не является свидетельством меньшей ценности отношений гостеприимства для французской лингвокультуры по сравнению с русской или их глубинным

различием. В результатах работы просматривается пример *несовпадения способа фиксации* ценностей гостеприимства на *паремиологическом* уровне языка, как на уровне, предназначенном для функционирования прежде всего в *устной речи* и, соответственно, доступном максимально широкому кругу носителей языка.

Материалы диссертации не исчерпывают всего содержания рассматриваемой проблемы. В качестве исследовательской перспективы значимым представляется рассмотрение других схем воспроизводства социального опыта (религия, право и др.), свойственных именно французской культуре, и выявление способов их отражения в языке.

Настоящее диссертационное исследование позволяет сделать общий вывод о том, что концепт «гостеприимство», функционирующий в языковом пространстве русскоязычной и франкоязычной культуры, являет собой этнический вариант концепта-универсалии мировой культуры.

Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах:

В издании, включенном в реестр ВАК МОиН РФ:

1. Турбина, О.А., Захарова, Т.В. Отражение социальной значимости гостеприимства в русских поговорках / О.А.Турбина, Т.В. Захарова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Лингвистика. – Вып. 16. – Челябинск, 2008. – С. 46-53. – 0,5 п.л.

2. Захарова, Т.В. Семантика угощения в русских и французских поговорках о гостеприимстве / Т.В. Захарова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Лингвистика. – Вып. 10. – Челябинск, 2010. – С. 75-79. – 0,5 п.л.

В сборниках научных трудов и материалах научно-практических конференций:

3. Захарова, Т.В. Анализ внутренней формы лексем *гость* и *hôte* в лингвокультурологическом исследовании концепта «гостеприимство» в русском и французском языках / Т.В. Захарова // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: материалы Международной научной конференции 10-13 декабря 2007г. – Челябинск, 2007. – Ч. 1. – С. 97-100. – 0,25 п.л.

4. Захарова, Т.В. Религиозные мотивы в русских поговорках о гостеприимстве / Т.В. Захарова // Наука ЮУрГУ: материалы 60-й научной конференции. Секция естественно-научных и гуманитарных наук. – Челябинск, 2008. – С. 165-167. – 0,25 п.л.
5. Захарова, Т.В. Отражение исторических практик общественного гостеприимства в русском и французском языке / Т.В. Захарова // Инновационные технологии в преподавании иностранного языка в системе ШКОЛА-ВУЗ. – Вып.4. – Тверь, 2009. – С. 86-93. – 0,5 п.л.
6. Захарова, Т.В. Отражение новых форм отношений гостеприимства в языке / Т.В. Захарова // Наука ЮУрГУ: материалы 61-й научной конференции. Секция естественно-научных и гуманитарных наук. – Челябинск, 2009. – Т. 1. – С. 14-18. – 0,25 п.л.
7. Захарова, Т.В. Феномен негостеприимства в русских поговорках // Повышение мотивации студентов неязыковых ВУЗов при изучении иностранного языка: Международная научно-практическая конференция 3-4 октября 2008 г. – Екатеринбург, 2008. – С. 328-331. – 0,25 п.л.
8. Захарова, Т.В. Отражение этикетных норм гостеприимства в русских и французских поговорках // Коммуникация и язык в социально-культурном пространстве: междисциплинарный подход. Материалы международной конференции 2-4 декабря 2009 г. – Челябинск, 2009. – С.109-111. – 0,25 п.л.
9. Захарова, Т.В. О выделении спектра лексем-репрезентантов концепта «гостеприимство» в русском и французском языках / Т.В. Захарова // Наука ЮУрГУ: материалы 62-й научной конференции. Секция естественно-научных и гуманитарных наук. – Челябинск, 2010. – С.175-177. – 0,25 п.л.

Подписано в печать 04.04. 2011. Формат 60×84 1/16.
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.
Уч.-изд. л. 1,3. Заказ №737. Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографии «Два комсомольца»
454008, г. Челябинск, Комсомольский пр., 2 – 203.