

ANITA
KRNYAK

ЕВРОПЕЙСКАЯ МЕНТАЛЬНОСТЬ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЯЗЫКА

*Международный сборник научных трудов
по лингвокультурологии*

заменяет сходная по произношению или начертанию цифра, символ валюты (евро или доллара), а также символ @, используемый в сетевых сервисах для отделения имени пользователя от названия домена. Ср.: *Сок березовый «На100я-ций»* (реклама натурального сока); *Geome3jske stivice u 3 dimenzije* (Jutarnji list, 06.02.2010); *Естественный отбор* (Российская газета, 04.05.2010) – заголовок статьи об экономическом кризисе в Греции; *Отцы. Услуги по похищению российского мальчика в багажнике финской машины оценили высоко* (Российская газета, 30.09.2009); *Жирные Жюкты. Борьба с кризисом по-российски: народ от девальвации рубля обеднел, банкиры – разбогатели* (Московский комсомолец, 17.04.2009); *Ч@Т* (название фильма); *Algebr@* (название компьютерной школы) и под. Для рекламных текстов характерна замена буквы пиктографическим знаком, например, изображение монокла вместо буквы О используется на вывеске магазина оптики *Монокл* ('монокль'); буква А в названии парикмахерского салона *PARIS* ('Париж') заменяется стилизованным изображением Эйфелевой башни: *Frizerski salon PARIS za žene i muškarce* и под.

Большинство русских и хорватских графодериватов, зафиксированных в российских и хорватских СМИ и рекламных текстах, окказиональны. Как правило, они создаются для одноразового употребления в определенном контексте и отличаются ярко выраженной экспрессивностью и стилистической окрашенностью. Выделение части слова с помощью графических и орфографических средств приводит к появлению новых ассоциаций, порождая многозначность новообразований. Графодериваты нередко используются в рекламных текстах с целью привлечь внимание потенциального покупателя. Функцию привлечения внимания читателей выполняют подобные новообразования и в текстах газетно-публицистического стиля. Подтверждает этот факт активное употребление русских и хорватских графодериватов в газетных заголовках (около 90 % лексем из исследованного корпуса). Занимая стилистически сильную позицию в тексте, заголовок «фокусирует внимание читателя на самом главном, служит тем начальным смысловым стимулом, который предопределяет понимание содержания всего текста» (Данилевская 2010: 87).

Сопоставительный анализ показал, что модели образования русских и хорватских графодериватов, встречающихся в газетно-публицистических и рекламных текстах, совпадают в обоих языках. Однако данные модели проявляют различную степень активности в русском и хорватском языках. Так, в российских СМИ и рекламных текстах самым распространенным способом образования графодериватов является капитализация (63 % русских новообразований из нашего корпуса), в то время как большинство хорватских графодериватов образовано путем парентезиса (60 % хорватских новообразований).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вакулова, Е. Латинизация русской графики как литературный прием и языковая игра // *Rossica Olomucensia XLVI-II*. – Olomouc, 2008. – С. 55–59.
- Гридина, Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996.
- Данилевская, Н. В. Языковая игра как зеркало позиции автора текста (на материале газетных заголовков) // II Congreso Internacional «La lengua y literatura rusas en el espacio educativo internacional: estado actual y perspectivas», Granada, 8-10 de septiembre de 2010. Ponencias y comunicaciones. Tomo I. – Granada, 2010. – С. 85–90.
- Изотов, В. П. Параметры описания системы способов русского словообразования. – Орел, 1998.

- Нефляшева, И. А. Окказионализмы как реализация словообразовательных возможностей языка // *Филологический вестник*. 1999. – № 1. – Майкоп, 1999. – С. 97–108.
- Попова, Т. В. Виды графодеривации в современном русском языке // *Русский язык: человек, культура, коммуникация*: сб. ст. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008. – С. 108–113.
- Попова, Т. В. Новые словообразовательные форманты современного русского языка (на материале графодериватов) // *Славянские языки и культуры в современном мире: Международный научный симпозиум* (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 24–26 марта 2009 г.): Труды и материалы. – М., 2009. – С. 124–125.
- Попова Т. В., Рацбургская Л. В., Гузунова Д. В. Неология и неография современного русского языка: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2005.
- Dautović M. Hrvatsko-ruski priručni rječnik. Zagreb: Školska knjiga, 2007.

Marina Radchenko

Graphoderivatives in Mass Media Texts and Advertisements with Examples from Russian and Croatian Language

This article compares Russian and Croatian words newly formed by graphoderivation appearing in mass media texts and advertisements. Based on corpus of 120 Russian and 108 Croatian lexemes structural and semantic characteristics of Russian and Croatian graphoderivatives are studied. The most productive ways by which these new words are formed in this two related slavic languages, are determined.

Анита Хрняк

Загребский университет (Загреб, Хорватия)

Гендерные стереотипы в русских и хорватских фразеологизмах с компонентом «баба/baba»

Антропоцентричность фразеологии, поставившая в центр фразеологического интереса человека со всеми его психологическими особенностями, формами социального поведения и культурными ценностями, доказывает, что фразеология представляет собой плодотворную почву для исследования человеческого фактора в языке. Поэтому фразеология в последнее время становится излюбленным предметом исследований гендерной лингвистики, достаточно новой лингвистической дисциплины, занимающейся социальным полом человека. Во фразеологии отражаются разные стереотипные представления о человеке, в том числе и гендерные стереотипы, определяемые как «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителях обоих полов» (Кирилина 1999: 98). Предметом этой статьи являются фразеологизмы русского и хорватского языков с компонентом «баба/baba», в которых ярко проявляется эмоционально-оценочное содержание гендерных стереотипов¹.

¹ В статье приводятся не все русские и хорватские фразеологизмы с компонентом «баба/baba», а те, в которых очевидно влияние стереотипов на формирование фразеологического значения.

Различные словари русского языка, начиная со словаря В. Даля до самых современных словарей, отмечают, что первоначальное значение слова *баба* «замужняя крестьянка», устаревшее в связи со сменой социальных формаций, развилось в ряд производных, вторично-номинативных значений: «1. жена или сожительница кого-либо; 2. женщина вообще (пренебрежительное); 4. слабый мужчина (презрительное); 5. бабушка» (Гусар 2001: 46). В словарях хорватского языка слово *baba* определяется как: «1. бабушка (региональное); 2. старуха; 3. женщина вообще (пренебрежительное); 4. а) трусливый, слабый мужчина; б) болтливый мужчина (презрительное)». Кажется, что в обоих языках слова одного праславянского корня в основном совпадают в значении, но есть и некоторые различия в производных, вторичных значениях, которые проявляются в мотивированности и формировании значения фразеологизмов, содержащих эти слова в качестве компонентов.

Представление о типичных чертах женского характера и поведения основано на ряде гендерных стереотипов, согласно которым женщина считается чрезвычайно чувствительной, склонной к проявлению своих эмоций, болтливой, любопытной, вмешивающейся в чужие дела, любящей мелкие интриги и сплетни. Женщинам приписываются и низкие умственные способности, отсутствие логики, трусливость, нерешительность, пассивность, осторожность и стремление к безопасности. Принято думать, что все эти качества приводят к ограничениям в общественной жизни и к более низкому социальному статусу женщины по сравнению с мужчинами. Перечисленные стереотипы в большой степени присутствуют на всех языковых уровнях, в том числе и во фразеологии.

Русский фразеологизм *баба как баба* используется в тех случаях, когда говорят о грубой, невежественной, глупой женщине или трусливом, мелочном, скандальном мужчине. В хорватском фразеологизме *muška baba*, употребляющемся со значением «болтливый, слишком любопытный мужчина, склонный к распусканию сплетен», мужчина с презрением отождествляется со стереотипным образом женщины, склонной к болтливости, празднословию, вмешиванию в чужие дела, мелким интригам и сплетням. См., например:

Отдохнув и поразмыслив немного, решил, что зря он так испугался — подумаешь, баба как баба, все они дуры да страшные, повернулся и пошёл домой. (Y²); *On se svim silama trudi da izvuče što je više moguće o tom privatnom životu. Tipična muška baba, šta ćeš!* (G³)

При обращении к робкому, слабохарактерному мужчине в русском языке часто используется междометный фразеологизм *не будь бабой!* В нем также налицо гендерный стереотип, проявляющийся в оскорбительном и презрительном уподоблении мужчины женщине, так как от типичного мужчины ожидается сила, смелость, решительность и твердый характер. В хорватском языке в таком же значении употребляется фразеологизм одинакового лексического состава *ne budi baba!* На подобной образной основе и стереотипном представлении о типично женском поведении построен и русский фразеологизм *вести себя как баба*, используемый при описании поведения малодушного, трусливого и нерешительного мужчины в трудной ситуации. См., например:

Упиши neki tečaj, fakultet, napravi neki korak i ne budi baba! (G); *Эта ситуация там очень хорошо разыграна, как мальчик корчился от боли, как его подбадривал тренер фразочками типа «не будь бабой»* (Y).

Крайне любопытного человека (мужчину или женщину) описывает фразеологизм *любопытный как баба*, а стереотип о типично женской склонности к бурному проявлению эмоций видим в употреблении фразеологизма *голосить (выть) как баба <на кладбище>* при описании громко рыдающего и причитающего человека:

Особенно надрывалась Акбара. Она голосила, как баба на кладбище (Y).

Стереотипное представление о капризности беременных женщин отражается в устойчивом сравнении *как беременная баба* «о привередливом человеке, досаждающем всем своими прихотями и капризами», которое употребляется с неодобрением и особым пренебрежением по отношению к мужским референтам:

Это хороший танцор капризничает, как беременная баба (Y).

Сочетание гендерных стереотипов с возрастными результируется в представлении о злой, ворчливой, всегда раздраженной и чем-то недовольной пожилой женщине, что отражается в ряде фразеологизмов и устойчивых сравнений русского языка, употребляющихся с неодобрением и отрицательно-презрительной коннотацией: *как старая баба* «1. о сварливой, скандальной, всегда недовольной женщине (обычно молодой); 2. о сварливом, скандальном, ворчливом, всегда недовольном и неуживчивом мужчине», *ворчлив как старая баба* «о сварливом, ворчливом мужчине», *ворчат как старая баба* «ворчать, отпускать недружелюбные замечания, быть раздраженным и недовольным», *хныкать (ныть) как старая баба* «постоянно ворчать, жаловаться, быть недовольным». В хорватском языке подобные стереотипные представления наблюдаются в фразеологизме, относящемся к референтам обоих полов, *žaliti se (kukati) kao <stara> baba* со значением «постоянно проявлять свое неудовольствие, раздраженность». См., например:

Ты что, завидуешь как будто, и ворчишь как старая баба. Ты радоваться должен! (Y); *Najlakše je kukati ko' baba, prepustiti se tom neznanju i ništa ne pokušavati* (G).

Русский фразеологизм *выглядеть (одеваться) как старая баба* и хорватский *izgledati (odijevati se) kao <stara> baba* употребляются со значением «выглядеть (одеваться) непривлекательно, безвкусно и старомодно», и отражают представление о грубой, непривлекательной внешности пожилой женщины. См., например:

В своей зеленой огромной блузе-размахайке с погонами и оборками я выглядела как старая баба (Y); *Tradicionalist sam i konzervativna i da nije Lane, izgledala bih kao baba u tamnoplavim i sivim kostimima* (G).

Русским фразеологизмом *суеверный как старая баба* крайне суеверный мужчина или женщина уподобляются старухе, боящейся дурных предсказаний, привидений, чертей и т. п.:

Становлюсь суеверен, как старая баба, — раздраженно подумал он. — Это всего лишь туман и деревья! (Y).

Низкий социальный статус и маргинализация пожилых людей, в частности гендерно дискриминированных женщин, проявляется в представлении об их общественной бесполезности и низких рабочих способностях, которые приводят к обесцениванию их и всего того, чем они занимаются. Такое представление видно в хорватских фразеологизмах *trla baba lan da joj prođe dan* «бесплодный, тщетный труд, нет никакой пользы от чего-л.» и *to može (zna) svaka (i moja) baba*

² Y — пример, найденный поисковой системой Yandex (www.yandex.ru).

³ G — пример, найденный поисковой системой Google (www.google.hr).

«это может (знает) любой, даже человек ограниченных умственных способностей». Подобное представление о незначительности женского труда и занятий лежит в основе русского фразеологизма *сидеть как баба на чайнике* со значением «праздно, апатично, неподвижно высиживать (об. о женщине)». См., например:

(Это вовсе не означает, что человек, который выполняет эти обязанности, должен сидеть, как баба на чайнике, и никоим образом не реагировать на то, что происходит в городе, не предпринимать никаких управленческих действий. (Y); Što je to 10.000 potpisa za ulazak u predsjedničku kampanju? To može svaka baba! (G)).

Болтливость и склонность к празднословию отрицательно оцениваются в русском фразеологизме *болтливый как старая баба* со значением «1. непрерывно и праздно болтающий человек; 2. человек, не умеющий хранить тайн» и хорватском *govoriti (brbljati, klepetati i sl.) kao <stara> baba* со значением «празднословить». Особенно пренебрежительную коннотацию эти фразеологизмы получают в употреблении по отношению к мужскому референту:

Азиз-бей болтлив, как старая баба, и, конечно, не удержит при себе сказанное мной (Y); Mislite na to kako je divno biti s pravim, љutljivim, suzdržanim тьмакарет, а не s brbljavcem koji klepetе kao baba (G)).

Исключительно к женщине относится русский фразеологизм *баба яга* <ко-стяная нога> со значением «злая, сварливая, безобразная старая женщина». В качестве фразеологизма здесь использовано имя старой и безобразной старухи-колдуньи, известной в славянской, особенно восточнославянской мифологии, одного из главных отрицательных персонажей русского фольклора. Баба яга живёт в избушке на курьих ногах, питается человеческим мясом — в основном детьми, которых она заманивает в лес. Эпитет *костяная нога*, возможно, связан с древним представлением о том, что нечистая сила вместо ног имеет копыта. (Бирих, Мокиенко, Степанова 1998: 36) В этом фразеологизме сочетаются гендерный и возрастной стереотипы, так как в нем наблюдается стереотипное представление о пожилой женщине как существе крайне несимпатичном, злом, ворчливом. Злая старуха-колдунья из славянской мифологии в хорватском языке известна под именем *baba roga*. В современном хорватском языке связь этого имени с персонажем древней славянской мифологии и традиции не настолько прочна, как в русском языке, а с течением времени данное словосочетание стали писать слитно в форме существительного *babaroga*, обозначающего персонаж, которым путают непослушных детей. Однако, это слово может обозначать злую женщину, и злого мужчину, а если оно не относится к человеку, то им определяется любой вид угрозы. Иногда в употреблении имя древнего мифического персонажа находим и в форме словосочетания. См., например:

В СМИ меня часто называют бабой-ягой, и Дума никак не реагирует (Y); No, ne treba se bojati MMF-a, on niti je baba roga, a niti je ono što je bio prije 15 godina (G)).

В русском языке часто употребляется фразеологизм *базарная баба* со значением «грубый, склочный, скандальный, глупый или необразованный человек». В основе образа, мотивирующего фразеологическое значение, лежит метафора, уподобляющая грубого, крикливого человека женщине, занимающейся мелкой рыночной торговлей. Негативное отношение к образу такой женщины обусловлено представлением о торговках на базаре, которые должны обладать умением торговаться и кричать, чтобы привлечь внимание людей к своему товару. Отрицательной оценке способствует и знание о том, что торговлей на базаре традици-

онно занимаются простые, необразованные люди. Подразумевается, что лицо, к которому относится этот фразеологизм, отличается «неделикатными манерами, сварливым, вздорным и мелочным характером, ограниченными умственными способностями, а также что оно имеет склонность при отстаивании личных интересов к бурному проявлению эмоций (к ругани, крикам) и мелким интригам». (Телия 2006: 26) Все эти черты характера и способы социального поведения относятся к стереотипному представлению о качествах и формах поведения, традиционно приписываемых женщинам. Надо отметить, что речь идет о фразеологизме, которым преимущественно обозначаются мужчины, причем гендерный стереотип, лежащий в основе данного фразеологизма, наблюдается и в презрительной коннотации, с которой этот фразеологизм употребляется по отношению к мужскому референту. Для мужчины любое уподобление женщине является оскорбительным, а его достоинство добавочно унижает сравнение с чрезвычайно отрицательно оцениваемой представительницей противоположного пола. См., например:

Для меня Андрей Малахов, ведущий передачи «Пусть говорят», самая грязная базарная баба, которая собирает сплетни со всего мира (Y).

На основании такого же образа и гендерного стереотипа построен и фразеологизм *как базарная баба* [делать что] со значением «неподобающим образом, непристойно, глупо, неадекватно, несообразно какой-л. ситуации [делать что]», относящийся к референтам обоих полов:

Эта дура невоспитанная на всех передачах перебивает оппонентов как базарная баба, орет, хамит (Y).

Фразеологизм *рязанская баба* со значением «сварливый, крикливый, болтливый, необразованный или недалекий человек» может относиться к женским и мужским референтам. Однако особенно яркую отрицательную окраску в значение вносит обозначение этим фразеологизмом мужского референта. Уподобление вздорного, скандального человека женщине неделикатного характера и ограниченных умственных способностей соответствует гендерному стереотипу о типично женском характере, способностях и манере общаться, встречаемому и в раннее анализированных фразеологизмах. Компонент-прилагательное *рязанская* можно отнести к языковому приему описания ценностных предпочтений на основе сопоставления «своего» и «чужого», причем типичной можно считать тенденцию негативного осмысления «чужого» по сравнению со «своим». В русском языке наблюдаются такие «чужеземные» образы при номинации недотеп, неуклюжих людей, дураков. Интересно, что при номинации простаков и недотеп несколько меняется масштаб сопоставления. На их роль чаще избираются жители определенной области своей страны, в том числе непосредственные территориальные соседи или же представители «малых» народов, ее населяющих: *брянская коза* «глупый человек», *филя тобольский* «несообразительный, рассеянный человек», *лесья кунгурский* «ненормальный, психически больной человек», *вятский шлепень* «неуклюжий, неповоротливый человек» и др. (Березович 2005: 72). См., например:

Тем более ваша свекруха не рязанская баба из деревни, а вполне образованный человек (Y).

Наряду с субстантивным фразеологизмом *рязанская баба* в русском языке довольно часто употребляется и сравнительная конструкция *как рязанская баба* с глаголами типа *выглядеть, одеваться, рядиться* для обозначения женщины

непривлекательной внешности и старомодной манеры одеваться. Таким же способом построена и сравнительная конструкция *как у рязанской бабы*, употребляющаяся в сочетании с существительным *вид* для описания грубой, дородной и безвкусно одетой женщины, или с существительным *характер* для указания на сварливый и привередливый характер мужчины или женщины:

Да, есть такая склонность у славянских дам — разрядиться как баба рязанская (У).

Подведем итоги. Фразеологизмы русского и хорватского языков с компонентом «баба/baba» развивают похожие фразеологические значения, основанные на производных, вторичных значениях опорного компонента и гендерных стереотипах, свойственных русской и хорватской культурам. Можно заметить, что русский и хорватский языки, в частности их фразеология, не только отражают гендерные стереотипы, но воспроизводят и распространяют те же стереотипы и таким способом поддерживают гендерное неравенство в языке. Поэтому только исследование и осознание таких языковых стереотипов может привести к их преодолению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Березович, Е. Л. (2005) «Чужие земли» в русском народном языковом сознании: прагматический аспект, Вопросы ономастики, 2, С. 70–85.
- Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. И. (1998) *Словарь русской фразеологии (историко-этимологический справочник)*, Санкт-Петербург.
- Большой фразеологический словарь русского языка* (отв. ред. Телия В.Н.) (2006). Москва.
- Гусар, Е. Г. (2001) «Баба» в зеркале русского менталитета, Известия АГУ, 4 (22), С. 46–50.
- Кирилина, А. В. (1999) *Гендер – лингвистические аспекты*, Москва.

Anita Hrnjak

Rodni stereotipi u hrvatskim i ruskim frazemima s komponentom «баба/baba»

Frazemi ruskiog i hrvatskog jezika s komponentom „баба/baba“ razvijaju slična frazeološka značenja utemeljena na sekundarnim, izvedenim leksičkim značenjima njihove glavne komponente, ali i na rodnim stereotipima svojstvenima ruskoj i hrvatskoj kulturi. Oba jezika ne samo da odražavaju te stereotipe, već ih i obnavljaju i šire, te se na taj način podržava rodna nejednakost u jeziku. Stoga se samo proučavanjem i osvještavanjem takvih jezičnih stereotipa može postići njihovo nadvladavanje.

Елена Невзорова-Кмеч

Лодзинский университет (Лодзь, Польша)

Польские и русские антипословицы как отражение памяти и творчества человека

Родившись, человек познает окружающие его звуки, сопоставляет их с происходящими вокруг него явлениями действительности, воспроизводит набор звуков и в процессе постижения, узнавания языка произносит их осознанно и может их преобразовывать в связи с накопленным языковым опытом. Это «соб-

ственные находки говорящего, мысль которого обнаруживает в языковых действиях и языковой памяти какие-то соположения, аналогии, повторяющиеся приемы и модели — от параномастических и этимологических словесных сопоставлений до найденных и взятых на вооружение риторических приемов, интонаций, синтаксических оборотов» (Гаспаров 1996: 17). Примером такой рефлексии могут служить антипословицы, которые стали объектом активного изучения лингвистов в конце XX — начале XXI века.

Этот интерес не случаен, поскольку сейчас активизировался интерес лингвистов к живой (а также виртуальной) речи, а также сняты запреты на исследования в области субстандарта. В результате появилась возможность не только наблюдения за процессами, имеющими место в языке, но и их описания в научных трудах. Показательным в этой сфере является факт проведения в Щецине в 2001 году конференции «Новая фразеология в новой Европе», на которой особенно наглядно были представлены изменения и динамика языковых процессов, происходящих в XXI веке. Не без внимания тогда остались и паремии.

В течение последних лет исследования в этом направлении не теряют своей актуальности. Вопросы касаются не только их функционирования, преобразований, но и их этимологии и перевода на разные языки. Долгое время некоторые фразеологизмы и паремии считались национально специфичными, а порой делались выводы об их неповторимости и непереводаемости. Особое внимание к исследованиям национально-культурной специфики разных языков привело к утверждениям, которые развеяли выводы об «исключительности» указанных единиц, т. е. об их функционировании в рамках одного языка. Доказательством этому могут служить словари М. Ю. Котовой, Х. Вальтера и др. Антипословицы¹ в этом контексте не являются исключением.

Вопрос о антипословицах и их новизне затрагивал еще в 1996 г. В. Хлебда (Chlebda 1996). Лингвист, опираясь на теорию Шанского о стабильности состава фразеологизмов (в широком их понимании), в результате собственных наблюдений задаёт вопрос: «czy tworzenie „antyprzysłów», «autorских» innowacji, przetworzeń i «odchyleń od normy» frazeologicznej jest zjawiskiem incydentalnym, indywidualnym jedynie, czy też procesem o charakterze tendencji? Czy tworzeniem owych modyfikacji zajmują się tylko określone warstwy lub środowiska (pisarze? elity intelektualne? młodzież?) czy też cała społeczność mówiąca? Jaki jest systemowe językowy status «antyprzysłów» i czy mogą się one stać obiektem opisu leksykograficznego?» (Chlebda 1996: 16). Рассуждения по данным вопросам сводятся к утверждению о новообразовании и модифицировании старых ФЕ под влиянием различных факторов: возрастных, социальных, культурных (или субкультурных). В последние годы активно велось упорядочивание языкового материала, нахождение системности в происходящих явлениях, а как результат — их лексикографическая обработка. Такая работа была проведена Х. Вальтером и В. М. Мокиенко. Её результатом стал словарь «Антипословицы русского народа» (2005), где представлены примеры пословиц и крылатых выражений в их современном употреблении. На польском материале работы, сходные с вышеупомянутой, не были сделаны, хотя не раз в статьях ученых затрагивалась эта тема (что неслучайно, поскольку она

¹ Под антипословицей вслед за В. Мидером, Х. Вальтером, В. Мокиенко понимаются «пословицы, являющиеся смысловыми антиподами традиционных паремий» (Вальтер, Мокиенко 2005: 8)

