

УДК 811:821.82-84

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ БАЗИСНЫХ ЭМОЦИЙ ЛЮБВИ И НЕНАВИСТИ В АМЕРИКАНСКОЙ ПАРЕМИОЛОГИИ

Яковлева С.Л.

Марийский государственный университет, Йошкар-Ола, e-mail: zavkaf1@gmail.com

Номинанты эмоций – яркий феномен культуры, знаки единого вербального пространства американского социума. Среди паремий, репрезентирующих положительные эмоции, больше всего паремий о любви (50%), а репрезентирующих отрицательные – о страхе (37%) и гнев (33%). Анализ американских паремиологических единиц обнаруживает высокую частотность номинации любви и ненависти. Данные базисные эмоции в американском сознании неразрывно связаны между собой. По частотности употребления номинация любви значительно превышает номинацию ненависти. Любовь наделяется американским сознанием многочисленными антропоморфными, зооморфными, натурморфными признаками. Весьма продуктивными являются также метафорические модели, содержащие образы войны и мира, политики, закона, свободы и независимости, дома, домашнего очага. Для номинации ненависти характерны в основном натурморфные и антропоморфные признаки. Архетипами номинации любви являются разлука, деньги и дом / очаг; ненависти – боль, огонь и хлеб. Оценка в указанных паремиях носит сенсорный, психологический, этический, утилитарный и телеологический характер.

Ключевые слова: паремии английского языка, эмоции любви и ненависти, метафорическая модель, фрейм

REPRESENTATION OF BASIC EMOTIONS OF LOVE AND HATE IN AMERICAN PROVERBS AND SAYINGS

Yakovleva S.L.

Mari State University, Yoshkar-Ola, e-mail: zavkaf1@gmail.com

This paper describes the representation of basic emotions of love and hate in American proverbs and sayings which are the markers of cultural and verbal continuum of American society. The research is based on the unique and complete dictionaries of American proverbs published by Oxford University Press. Paroemiological units about love dominate in those representing positive emotions (50%), about fear and anger (33%) – in the ones representing negative emotions. In American consciousness the emotions of love and hate are closely interconnected but the nomination of love is prevailing. These basic emotions have anthropomorphic, zoomorphic and naturemorphic features. The metaphorical models of war, peace, politics, law, independence and home are also productive. The archetypes of the nomination of love are absence, money and home, of hate – pain, fire and bread. A great number of paroemiological units about hate, unlike those about love, have instructive character. The appraisal, verbalized in the proverbs under study, has sensory, psychological, ethical, utilitarian and teleological character.

Keywords: American proverbs and sayings, emotions of love and hate, metaphorical models, frame.

В паремиологическом фонде языка представлен многовековой социально-исторический опыт народа, ценности, репрезентирующие психологию этноса, в нем ярко выражен эмоциональный фрагмент человеческого сознания. Переживания и волнения, эмоции и чувства человека отражаются в пословицах и поговорках народа.

Материал анализа составляют 553 репрезентирующие мир эмоций, американские паремии, отобранные методом сплошной выборки из словарей *A Dictionary of American Proverbs* [2] и *The Facts on File Dictionary of Proverbs* [4]. Верификация материала осуществляется на основе 36400 американских паремий. Исследование выявило, что доля паремий, репрезентирующих чувства и эмоции, составляет 1,52%.

Базисные эмоции человека в американской паремиологии

Классификация базисных эмоций человека, содержащая систематический список субстантивно оформленных основных положительных (интерес, радость) и отрицательных (печаль, гнев, отвращение, страх)

эмоций была представлена К. Изардом [3]. Наиболее полная и детальная классификация эмоций принадлежит В. Парроту, в которой к базисным отнесены любовь, радость, удивление, гнев, печаль и страх [5]. В терминологическую систему эмоций входят как термины, так и слова обиходной лексики. В данном исследовании в паремиологических единицах английского языка рассматриваются выраженные в них базисные эмоции и чувства: любовь – ненависть, счастье, отвага/смелость – страх, зависть/ревность, гнев. Все ПЕ делятся на три группы: ПЕ, имеющие положительные, отрицательные и нейтральные коннотации. Детальному лингвокогнитивному анализу подвергнуты паремии, репрезентирующие эмоции любви и ненависти, в которых выделяются наиболее распространенные метафорические модели и фреймы.

Результаты анализа американского паремиологического фонда показали, что среди паремий, репрезентирующих положительные эмоции, больше всего паремий о любви (50%), а репрезентирующих отрицательные – о страхе (37%) и гнев (33%).

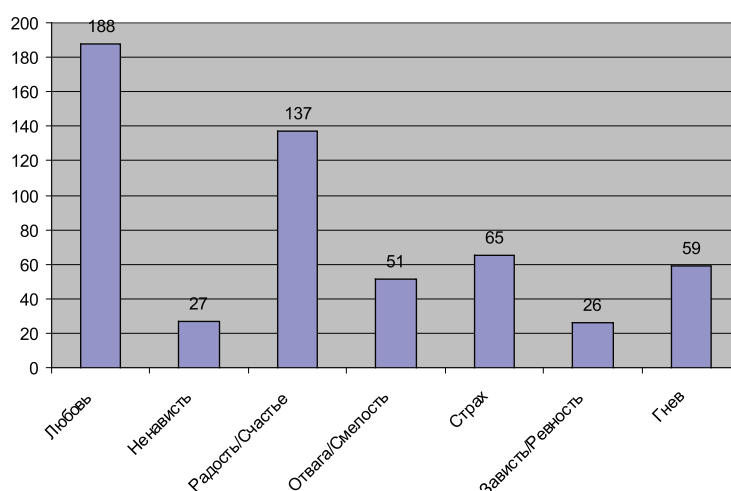


Рис. 1. Репрезентация положительных и отрицательных эмоций в американских ПЕ

Рис. 1 показывает, что ПЕ, репрезентирующие положительные и отрицательные эмоции, распределены неравномерно. Среди всех паремий абсолютным лидером являются пословицы и поговорки о любви – 34%, благодаря которым паремий, репрезентирующих положительные эмоции (68%), значительно больше, чем отрицательных (32%). Среди паремий, репрезентирующих базисные положительные эмоции (любовь, радость/счастье, отвагу/смелость), преобладают пословицы и поговорки, имеющие положительную коннотацию (46,5%), за ними следуют паремии, имеющие отрицательную коннотацию (31,5%), нейтральную коннотацию имеют 22% паремий.

Среди паремий, репрезентирующих отрицательные эмоции (страх, зависть/ревность, гнев, ненависть), преобладают

пословицы и поговорки, имеющие отрицательную коннотацию (63%), положительную коннотацию имеют (22%), нейтральную коннотацию – 15%).

Рис. 2 показывает, что количество паремий, имеющих нейтральные коннотации, примерно одинаково в пословицах и поговорках, репрезентирующих как положительные, так и отрицательные эмоции. С другой стороны, количество паремий, имеющих положительные и отрицательные коннотации, значительно отличается. Среди ПЕ, репрезентирующих отрицательные эмоции, разница между паремиями, имеющими положительные и отрицательные коннотации, почти в три раза больше, чем среди ПЕ, репрезентирующих положительные эмоции (в полтора раза).

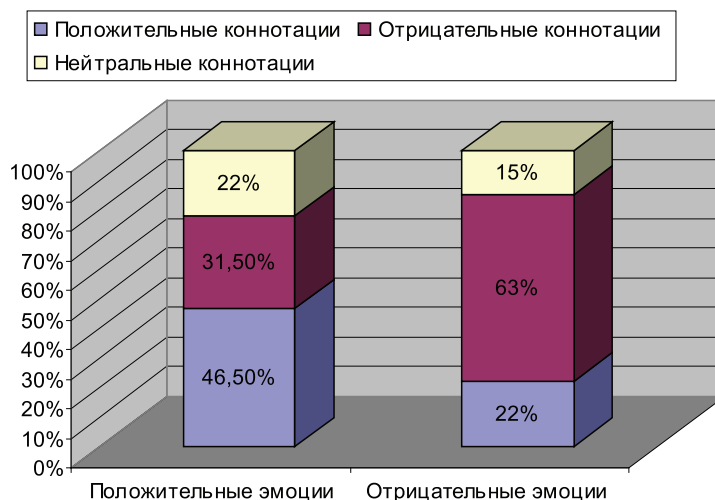


Рис. 2. Репрезентация коннотации в американских паремиях

Базисная эмоция «любовь» в американской паремиологии

Среди паремий, репрезентирующих эмоцию любви, можно выделить паремиологические единицы (ПЕ), имеющие положительные коннотации: *A career never takes the place of a home where love reigns / Great love from little things may grow / Men who love much will work much / The heart that loves is always young / To love is to live and to live is to love / When there is life there is love, You haven't lived if you haven't loved, etc.* Значительная часть ПЕ имеет отрицательные коннотации: *Anger and love give bad counsel / Fear is stronger than love / Love does much, but money does more / Love is better than fame – and money is best of all / Love lasts seven seconds; the fantasia lasts seven minutes; unhappiness lasts all one's life, etc.* ПЕ с номинантом «любовь» могут иметь нейтральную коннотацию:

All is fair in love and war / Choose your love, then love your choice / First love, last love, best love / Love and a cough cannot be hid, etc.

Для американского сознания, отраженного в паремиологическом фонде, характерен органистический способ мышления. В паремиях, репрезентирующих мир эмоций, активно используются метафоры, восходящие к понятийным полям «мир природы», «мир животных», «человеческое тело». Метафорические модели, содержащие образы войны и мира, абстрактные понятия, связанные с нравственными качествами человека, предметы быта, война, право, болезнь и смерть также являются весьма продуктивными.

Наибольшей продуктивностью отмечены натурморфные метафоры, когда перенос осуществляется на наименования природных и погодных явлений: *seasons, rain, ice, snow*; единичных объектов: *sun*; водных объектов: *ocean*.

Любовь как метафорическая модель «Мир животных» обнаруживает такие фреймы, как наименования животных (*bird, dog, puppy*), частей тела животных (*wings*). Она наделяется американским сознанием и многочисленными антропоморфными признаками. В модели «Любовь как человеческий организм» присутствуют фреймы с компонентом «Части тела, внешний вид человека»: *heart, ears, stomach, fat*; фрейм «Здоровье, болезни, лечение»: *illness, pain, fever, death, remedy*. «Дом, очаг, домашнее хозяйство» представлены наименованиями: *home, window, door, well, fire*. «Еда»: *eggs, tea, salt*. Весьма продуктивной является военная метафора, когда любовь рассматри-

вается как война, победа, мир: (*war, peace, victory*). В паремиях присутствуют номинанты с элементами преступности и наказания: *prison*; связь любви и права, закона, свободы и независимости, института брака: *law, marriage, obedience, fetters*.

Любовь часто сравнивается с другими чувствами или противопоставляется им: с ненавистью: *Love is akin to hate / Love is blind, as well as (so is) hatred / Love and hate are the two closest emotions / The greatest hate comes from the greatest love*; со страхом: *Fear is stronger than love / He who loves much fears much*; с гневом: *Anger and love give bad counsel / Love's anger is fuel to love*; с жалостью: *Pity is akin to love*; с ревностью, причем противоположными по смыслу паремиями: *Love knows no jealousy / Without jealousy, there is no love*.

В контрастивном плане любовь противопоставляется следующим понятиям и объектам, представленным в порядке убывания: любовь vs разлука (22%), любовь vs деньги (15%), старая любовь vs новая любовь (13%), любовь vs брак (11%), любовь vs ненависть (9%), любовь vs дружба, любовь мужчины vs любовь женщины, любовь vs жизнь, любовь vs голод / пресыщение (по 7%), любовь vs карьера, любовь vs азартные игры (по 4%) (рис. 3).

Кроме того, любовь связана с такими метафорическими моделями, как «любовь – мир чувств» с фреймами, содержащими номинанты страха, доверия, зависимости, подозрения, свободы, обиды, ревности, боли; «любовь – мир рационального» с фреймом «рассудок», «любовь – мир политики» с фреймом «скандалы».

При осмыслении базисной эмоции любви ведущими архетипами в американском сознании являются архетипы разлуки, денег и дома / очага.

Оценка базисной эмоции любви, вербализованная в американских паремиях, подчеркивает:

1) возможность преодоления различных преград (любовь все побеждает), что выступает доминирующей оценкой;

2) созидательный характер любви;

3) странное, непонятное чувство (любовь слепа);

4) любовь к себе и своему дому, окружению;

5) любовь – это труд;

6) любовь – это ответственность;

7) любовь должна быть взаимной;

8) любовь – это радость / без любви плохо;

9) любовь прощает недостатки;

10) мерило любви – дети;

11) любить слишком сильно, выставлять свои чувства напоказ – плохо;

12) лучше любить, чем быть любимым;
 13) хорошо получить любовь, не затрачивая сил;
 14) любовь – это физическое обладание человеком;

15) от любви нельзя защититься;
 16) новая любовь утешает, лечит;
 17) избыточная масса тела отталкивает любовь.

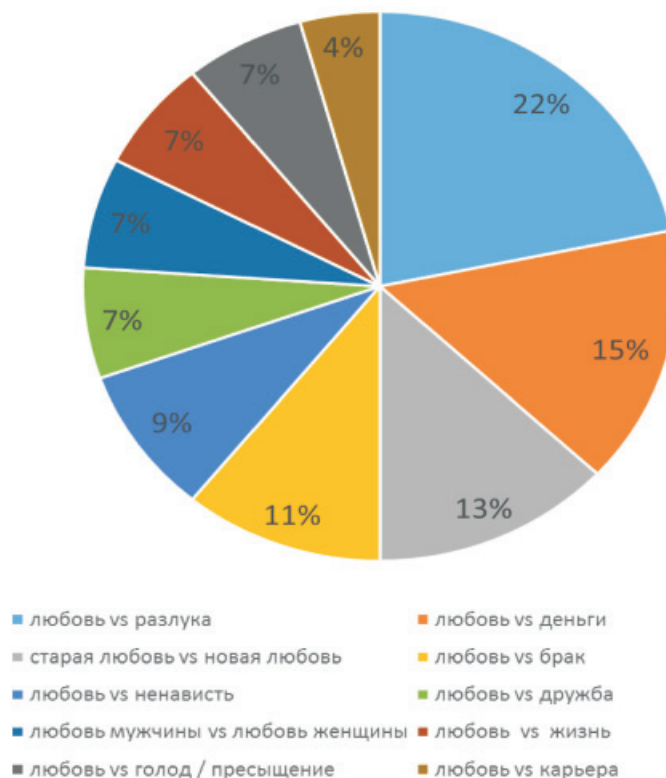


Рис. 3. Соотнесенность эмоции любви с другими понятиями в американских ПЕ

Базисная эмоция «ненависть» в американской паремиологии

В американских паремиологических единицах, репрезентирующих базовые эмоции, в антонимической группе «любовь-ненависть» в количественном отношении абсолютное большинство принадлежит эмоциям любви: их больше почти в семь раз.

Толкование эмоции ненависти осуществляется путем обращения к таким понятийным сферам, как человеческий организм, фрейм «части тела»: *lips*, фрейм «болезни, здоровье»: *hurt, medicine*; продукты питания: *bread*, природа, окружающий мир: *fire, light*. В метафорических моделях антропоморфные признаки незначительно превышают натурморфные признаки. Основными архетипами являются боль и огонь.

Среди паремий, репрезентирующих ненависть, можно выделить 3 ПЕ из 27, имеющих положительные коннотации: *Hate likely turns to love / Hate not at the first harm / You may hate the things a person does, but never hate the person*. 19 ПЕ имеют отрицательные коннотации: *Hate from hate is sure to*

grow / Hate is a burning fire that may consume the one who hates / Hatred is blind, as well as love / Hatred stirs up strife (but love covers all sins / He that does ill hates the light / There is no medicine for hate, etc. Остальные ПЕ имеют нейтральные коннотации: *Hate twins to love / If you hate a man, let him live / Love and hate are the two closest emotions / Love is akin to hate / Love many; hate few; learn to paddle your own canoe.*

Источниками ненависти могут служить: любовь (*The greatest hate comes from the greatest love*), ненависть (*Hate from hate is sure to grow*), страх (*He that fears you present will hate you absent*) и зависть (*Men always hate most what they envy most*). Против ненависти, как и против любви, нет лекарства: Ср.: *There is no medicine for hate / No herb will cure love.*

В контрастивном плане ненависть противопоставляется любви: 55,5% от всех ПЕ. Данный факт свидетельствует о том, что в американском сознании эта антонимическая пара неразрывно связана друг с другом. В остальных паремиях ненависть

противопоставляется вражде, лжи, страху, зависти, боли, трусости/смелости и смеху в равном процентном отношении (по 6,5 %).

Анализ ПЕ с номинантом ненависти показывает, что они носят ярко выраженный побудительный, инструктивный характер: *If you hate a man, eat his bread; if you love him, do the same / Hate not at the first harm / If you hate a man, let him live / Love many; hate few; learn to paddle your own canoe / You may hate the things a person does, but never hate the person.*

Оценка базисной эмоции ненависти, вербализованная в американских паремиях, подчеркивает, что:

1) ненависть уничтожает человека (это доминирующая характеристика); причем неважно, что человек ненавидит, важно само состояние, сама эмоция;

2) для американского сознания имеет значение, в первый раз была нанесена обида или нет. Как известно, англоязычная культура категоризирует мир по принципу «знакомо / незнакомо», впервые ли употребляется предмет, что находит выражение в языке, например, в грамматическом плане, в употреблении определенного или неопределенного артиклей;

3) ненависть к родственникам – самая горькая;

4) ненавидеть следует поступки, совершаемые человеком, но не самого человека.

Закключение

Номинанты эмоций – яркий феномен культуры, знаки единого вербального пространства американского социума. Среди паремий, репрезентирующих положительные эмоции, больше всего паремий о любви (50%), а репрезентирующих отрицательные – о страхе (37%) и гневе (33%).

Анализ американских паремиологических единиц обнаруживает высокую частотность номинации любви и ненависти. Данные базисные эмоции в американском сознании неразрывно связаны между собой. По частотности употребления номинация любви значительно превышает номинацию ненависти.

Любовь наделяется американским сознанием многочисленными антропоморфными, зооморфными, натурморфными признаками. Весьма продуктивными являются

также метафорические модели, содержащие образы войны и мира, политики, закона, свободы и независимости, дома, домашнего очага. Для номинации ненависти характерны в основном натурморфные и антропоморфные признаки. Архетипами номинации любви являются разлука, деньги и дом / очаг; ненависти – боль, огонь и хлеб.

Оценка, вербализованная в американских паремиях, репрезентирующих эмоции любви и ненависти, носит, в соответствии с классификацией Н.Д. Арутюновой [1], сенсорный, психологический, этический, утилитарный и телеологический характер.

Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988.
2. A Dictionary of American Proverbs. Ed. by W. Mider, S.A. Kingsbury, K.B. Harder. – Oxford University Press. NY, Oxford, 1996.
3. Izard C.E. Emotion Theory and Research: Highlights, Unanswered Questions, and Emerging Issues. Psychology Department, University of Delaware, Newark, Delaware 19716–2577.
4. Manser M.H. The Facts on File Dictionary of Proverbs. – 2nd revised edition. – N.Y.: Facts On File, Inc., 2007 – 500 p.
5. Parrot W. Emotions in Social Psychology. – Psychology Press, 2001.

References

1. Arutyunova N.D. Tipy yazykovykh znacheniy. Otsenka. Sobytie. Fact. M.: Nauka, 1988.
2. A Dictionary of American Proverbs. Ed. by W. Mider, S.A. Kingsbury, K.B. Harder. Oxford University Press. NY, Oxford, 1996.
3. Izard, C.E. Emotion Theory and Research: Highlights, Unanswered Questions, and Emerging Issues. Psychology Department, University of Delaware, Newark, Delaware 19716–2577.
4. Manser M.H. The Facts on File Dictionary of Proverbs. 2nd revised edition. – N.Y.: Facts On File, Inc., 2007 500 p.
5. Parrot W. Emotions in Social Psychology. Psychology Press, 2001.

Рецензенты:

Абукаева Л.А., д.ф.н., профессор кафедры русского и общего языкознания, ФБГОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола;

Глухова Н.Н., д.ф.н., профессор, и.о. заведующего кафедрой общего и финно-угорского языкознания, ФБГОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола.

Работа поступила в редакцию 19.07.2013.