

УДК [811.133.1+811.161.1]:82+124.5

DOI: 10.37482/2227-6564-V051

*НЕЛЮБОВА Наталия Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов (Москва). Автор 57 научных публикаций, в т. ч. одной коллективной монографии**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6538-8267>

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ НОСИТЕЛЕЙ ФРАНЦУЗСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ И ИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ В ПОСЛОВИЦАХ (на материале словарей)

В статье предложен лингвоаксиологический анализ французского и русского пословичного фонда, основанный на выявлении ценностных ориентиров и построении их иерархии путем изучения названий тематических объединений аутентичных паремиологических словарей и их количественного превосходства. Определение ценностных ориентиров позволяет обнаружить как общие черты этносов, что представляет интерес в эпоху глобализации и взаимного влияния языков и культур, так и специфические, способствующие сохранению национальной идентичности. Новизна исследования относительно предыдущих изысканий автора заключается в использовании двух дополнительных лексикографических источников (одного французского и одного русского). Изученный материал четырех словарей включает более 30 000 пословичных единиц. В результате проведенного анализа было выявлено наличие большого количества общих тем (они могут занимать разное положение в ценностной иерархии рассматриваемых этносов) не только в словарях в пределах одного языка, но и во всех четырех источниках. Названия рубрик и их количественный состав позволяют отнести французскую культуру к индивидуалистскому типу, а русскую – к коллективистскому. При построении иерархии важно обращаться к большему количеству словарей и обнаружению в них общих пословичных единиц во избежание влияния субъективного фактора, имеющего место при наименовании и формировании рубрик, а также индивидуального подхода исследователя к вопросу соотношения названий рубрик и соответствующих им ценностей. Расширение словарного фонда, как и изучение оценочности в пословицах с целью выявления в рамках различных тем ценностного и антиценностного компонентов, может послужить перспективой дальнейшего анализа.

Ключевые слова: пословица, паремиологические словари, иерархия ценностей, антиценность, индивидуалистская культура, коллективистская культура.

*Адрес: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10-2; e-mail: nat.nelubova@mail.ru

Для цитирования: Нелюбова Н.Ю. Особенности ценностных ориентиров носителей французского и русского языков и их представление в пословицах (на материале словарей) // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2020. № 5. С. 79–88. DOI: 10.37482/2227-6564-V051

В рамках современной антропоцентрической парадигмы в языкознании особый интерес представляет изучение не только универсального компонента той или иной лингвокультуры, актуального для существования в глобализованном мире, но и индивидуально-специфического, позволяющего этносу сохранить свою идентичность. Средоточием «этнокультурной информации в языке является паремиология и в первую очередь пословицы, которые, как известно, характеризуются устойчивостью формы, емкостью содержания, метафоричностью образов, древностью происхождения. Ни в одной из форм языкового творчества народа с такой силой и так многогранно не проявляется его ум, так точно не отражается его история, быт, мировоззрение, как в пословицах» [1, с. 211]. Таким образом, как справедливо подчеркивают Н.В. Новоспаская и др., «концептуальное представление в разных картинах мира опирается на народно-культурные исторические традиции, вербализация которых основывается на образах, использующих реалии традиционного быта, и фиксирует национальный характер паремий» [2, с. 318].

Аксиологический аспект изучения пословиц нашел отражение в трудах О.Б. Абакумовой, А.Ф. Алефиренко, Л.К. Байрамовой, М.А. Бредиса, Т.Е. Владимировой, Е.И. Зиновьевой, Е.В. Ивановой, О.В. Ломакиной, В.М. Мокиенко, Н.Ю. Нелюбовой, Т.Г. Никитиной, Е.В. Ничипорчик, Л.Б. Савенковой, Е.И. Селиверстовой, Н.Н. Семененко и др. Истинность, правота пословицы никем не оспариваются, поэтому ее смысл признается имеющим безоговорочный авторитет [3, с. 42]. Согласимся с тем, что изучать семантику и прагматику пословиц следует прежде всего в их непосредственном функционировании, т. к. вне конкретной ситуации использования пословицы допускают множество интерпретаций. Данный факт, «однако, не исключает возможностей анализа их содержательного плана в неактуализованном режиме для выявления тех культурных ценностей, которые хранит в себе паремиологический фонд каждого национального языка» [4, с. 6].

Определяя ценность как «относительно устойчивое положительное отношение к объекту, проявляющееся в результате познания его значимых свойств, и сам объект отношения, принятый человеком в качестве ориентира в поведении и деятельности» [5, с. 16], необходимо помнить и о том, что ценности могут «вызывать у людей разные, зачастую противоположные чувства, что говорит об их двойственности, амбивалентности. Люди имеют разные интересы, поэтому часто хорошее для одних может быть плохим для других и наоборот. Эта амбивалентность оценок находит свое отражение и в пословицах» [6, с. 74].

Пословичный фонд позволяет идентифицировать систему ценностных констант этноса в их зарождении, развитии и современном состоянии, а тематическая рубрикация в паремиологических словарях от названия рубрик до их состава дает представление о ценностных ориентирах, что объясняется соответствием тематического потенциала пословиц доминантам не только традиционной, но и современной жизни [7]. Исследование ценностей на основе анализа тематических классификаций словарей паремий различных языков детально представлено в трудах Л.Б. Савенковой [8] и Е.В. Ничипорчик [5, 9].

Методика, предложенная в настоящей статье, была подробно описана и апробирована нами ранее в процессе сопоставительного исследования иерархии ценностей носителей русского, французского и английского языков [6, с. 107; 10; 11]. Данная методика включает следующие этапы: выбор аутентичных словарей русских, французских и английских пословиц по принципу наличия в них тематической классификации или тематического указателя; изучение тематики основных рубрик выбранных словарей, которые прямо или косвенно отражают основные этнокультурные ценности; подсчет количества пословиц в рамках каждой темы, показывающего степень важности выделенной темы (потенциально связанной с определенной ценностью или антиценностью); расположение тем в порядке убывания

количества пословиц, что позволяет выстроить общую картину иерархии тем, а следовательно, и ценностей; выявление на основе полученной картины основных ценностных ориентиров представителей каждой из трех сопоставляемых лингвокультур; сопоставительная характеристика ценностных приоритетов носителей русского, французского и английского языков, обнаруженных на основе анализа тематики пословиц [6, с. 107; 10; 11].

Цель статьи – с использованием апробированной методики на основе анализа названий и состава тематических рубрик французских и русских пословиц в паремиологических словарях выстроить относительную иерархию ценностных предпочтений представителей рассматриваемых этносов.

Источником материала послужили содержащие тематические классификации пословиц французские и русские паремиографические источники. Иерархия тем, выстроенная на основе материала словаря французских пословиц и поговорок под редакцией Ф. Монрено, А. Пьеррона и Ф. Сюззони [12], а также сборника русских пословиц В.М. Мокиенко и Т.Г. Никитиной «Народная мудрость» [7] с учетом количественного фактора, была подробно представлена нами в ряде предыдущих работ [10, 11]. В настоящей статье анализ будет дополнен материалами электронного словаря французских пословиц [13] и Словаря-тезауруса русских пословиц, поговорок и метких выражений В.И. Зимина [14].

Анализ словарей французских пословиц

Приведем ниже ценности и соответствующие названия рубрик словаря пословиц и поговорок под редакцией Ф. Монрено, А. Пьеррона и Ф. Сюззони, в которых они нашли отражение в порядке убывания количества единиц и составили таким образом следующую картину ценностной иерархии:

1) **человек** (602 ед.): «L'homme/Человек» – 214 ед. (*Les yeux sont le miroir de l'âme / Глаза – зеркало души*), «Les animaux domestiques/ Домашние животные» – 237 ед. (*Quand le chat n'est pas là, les souris dansent / Без kota мы-*

шам раздолье), «Le bestiaire/Животный мир» – 151 ед. (*Il faut hurler avec les loups / С волками жить – по-волчьи выть*);

2) **вера в Бога и сверхъестественные силы** (221 ед.): «La religion/Религия» – 111 ед. (*l'homme propose et Dieu dispose / Человек предполагает, а Бог располагает*), «La nature/Природа» – 110 ед. (*Le soleil luit pour tout le monde / Солнце светит для всех*);

3) **дом и семья** (199 ед.): «La vie domestique/ Домашняя жизнь» – 116 ед. (*Il faut laver son linge sale en famille / Сор из избы не выносят*), «Les objets usuels/Предметы быта» – 83 ед. (*C'est le couvercle qui sait ce qu'il y a dans la marmite / Только крышка знает, что в кастрюле – частые метафоры при обозначении родственных связей*);

4) **деньги и денежные отношения** (189 ед.): «Les échanges et les biens/Обмен и блага» (*Qui paie mal paie deux fois / Скупой платит дважды*);

5) **труд, опыт, знания** (163 ед.): «Le travail de la terre/Земледелие» – 93 ед. (*Il faut semer qui veut moissonner / Не посеешь – не пожнешь*), «Métiers et monde du travail/Ремесла и труд» – 47 ед. (*A l'oeuvre on connaît l'artisan / Мастера по работе видно*), «Activités intellectuelles/Умственная деятельность» – 23 ед. (*Expérience est mère de science / Опыт – лучшая наука*);

6) **социальный статус** (105 ед.): «Conditions et milieux sociaux/Социальные условия и слои» (*Noblesse oblige / Положение обязывает*);

7) **гастрономия** (99 ед.): «La nourriture, la table/Еда и стол» (*L'appétit vient en mangeant / Аннетум приходит во время еды*);

8) **общение** (92 ед.): «La communication/ Общение» (*En demandant on va à Rome / Язык до Киева доведет*);

9) **правосудие** (62 ед.): «Le droit et la justice/ Право и правосудие» (*Force passe droit / Где царит сила, там закон бессилен*);

10) **путешествия** (57 ед.): «Voyages/Путешествия» (*Qui va doucement va sûrement / Туше едешь – дальше будешь*);

11) **мир, смелость, предусмотрительность** (49 ед.): «La guerre et les armes/Война и оружие» (*Mieux vaut paix que victoire / Лучшее мир, чем победа*);

12) **дружба**: одноименная подрубрика, включающая 28 ед. из 99 в рубрике «Relations humaines/Человеческие взаимоотношения» (*Amis valent mieux qu'argent / Друг денег дороже*);

13) **счастье**: одноименная подрубрика, включающая 22 ед. из 66 в рубрике «Morale et vision du monde/Мораль и миропонимание» (*Pour vivre heureux vivons cachés / Хочешь жить счастливо, живи скрытно*);

14) **любовь**: одноименная подрубрика, включающая 16 ед. из 99 в рубрике «Relations humaines/Человеческие взаимоотношения» (*On revient toujours à ses premières amours / Первая любовь не забывается*).

Анализ тем 21 рубрики (2141 пословица) и выделенных внутри них подрубрик позволил выявить, что основой ценностных ориентаций носителей французского языка является **человек**, о чем свидетельствует наличие одноименной рубрики, которая включает 10 % всех единиц. Рубрики, связанные с животным миром (18 %), косвенно указывают на важность всех аспектов человеческой жизни, а посредством зоометафоры выражаются привычки, положительные и отрицательные характеристики человека.

Учитывая фактор субъективности, всегда присутствующий при наименовании словарных тематических рубрик и их наполнении, мы решили обратиться к данным электронного словаря, в котором пословицы также распределены по темам. Необходимо отметить, что в указанном словаре приведены не только французские пословицы. На этом этапе исследования для нас важен факт выбора авторами словаря именно данных пословиц в рамках рассматриваемых тем. При подсчете были учтены 5 основных рубрик, выделенных авторами (2000 пословичных единиц). Приведем их в порядке убывания количественного показателя:

1) «Condition humaine/Человеческое бытие» (523 ед.): *Rien ne sèche plus vite que les larmes / Ничто не сохнет быстрее слез*;

2) «Relations humaines/Человеческие отношения» (489 ед.): *Au besoin, on connaît ses amis / Друзья познаются в беде*;

3) «Nature humaine/Человеческая природа» (401 ед.): *On lui donne le doigt et il vous prend le bras / Дай ему палец, а он всю руку откусит*;

4) «Savoir/Знание» (307 ед.): *Nul n'est prophète en son pays / Нет пророка в своем отечестве*;

5) «Société/Общество» (283 ед.): *Qui n'est pas avec nous, est contre nous / Кто не с нами, тот против нас*.

Приведенная картина еще более явно, чем данные предыдущего словаря, показывает четкую ориентированность французского пословичного фонда на человека: в названиях 3 рубрик из 5 присутствует прилагательное *humain/человеческий*, причем наиболее многочисленная рубрика включает пословицы о состоянии человека. Рубрика «Общество» находится на последнем месте. Согласно количественным показателям, более важными являются не общественные, а скорее личные отношения – отношения между людьми внутри небольших сообществ: между друзьями, любимыми, в семье и т. д., хотя в рубрике 2 находим подрубрику «Rapports sociaux/Социальные отношения», что свидетельствует и об определенной степени важности для носителей французского языка социальных отношений и социального положения в обществе. Таким образом, в самом общем виде ценностная шкала выглядит так:

1) человек (рубрики 1, 3 – 924 ед., т. е. почти половина всех пословиц);

2) человеческие отношения (рубрика 2 – 489 ед.);

3) знание (рубрика 4 – 397 ед.);

4) общество (рубрика 5 – 283 ед.).

Анализ подрубрик дает возможность выявить следующую иерархическую расстановку тем:

1) деньги, богатство (суммарно – 147 пословиц); 2) жизнь (119); 3) внешность человека (97); 4) дружба (97); 5) мудрость (89); 6) работа, труд (79); 7) социальные отношения (78); 8) советы (74); 9) правда (69); 10) опыт (65); 11) счастье (61); 12) осторожность (60); 13) любовь (59); 14) решительность, упорство и мораль сей истории (по 56); 15) речь, слово (55); 16) судьба (54); 17) достоинства – недостатки (52);

18) слова и поступки (47); 19) право, правосудие (39); 20) невежество (37); 21) семья (36); 22) умеренность (32). На наш взгляд, рубрики «Жизнь», «Внешность человека», «Мудрость», «Осторожность», «Решительность», «Достоинства и недостатки», «Невежество», «Умеренность» имеют непосредственное отношение к ценности человека и его определенных качеств. Следовательно, даже при допустимой условности и приблизительности подсчетов и трактовки соотношения названий рубрик с ценностями на первом месте ценностной шкалы оказывается сам **человек**. Далее следуют **деньги, богатство; дружба; работа; социальные отношения; правда; опыт; счастье; любовь; слово; судьба; право и правосудие; семья**.

Как следует из представленного выше материала, выявленные ценности в двух словарях практически полностью совпадают, но могут занимать различное место в ценностной иерархии.

Подсчитав среднее число единиц в рамках общих рубрик двух словарей, получаем следующее распределение ценностей на шкале: **человек; деньги, богатство; вера в Бога, судьбу, сверхъестественные силы; работа, труд; семья; дружба; право, правосудие; счастье; любовь**. Таким образом, французский материал подтверждает четко выраженную антропоцентричность пословиц. Непосредственное отношение большинства пословиц к человеку подчеркивает и В.И. Зимин: «Одни речения характеризуют его с какой-л. стороны, другие поучают, наставляют, третьи критикуют и т. д.» [14, с. 1]. Иерархия ценностных ориентиров носителей французского языка, полученная в результате анализа пословиц, отличается от данных социологического опроса, проведенного в 1999 году, по результатам которого современные французы отмечают первоочередное значение **семьи**, за которой следуют **работа, друзья, досуг. Политика и религия** занимают последние позиции. В восприятии семейных ценностей более важными, чем семья как институт, признаются чувства и отношения. В семье имеет место тенденция к **индивидуализации**, которая пони-

мается как персонализация ценностей и принципов внутри семьи [15], что совпадает с нашими выводами об индивидуалистской направленности ценностей носителей французского языка, полученными на основе анализа пословиц. Интересен также факт относительной общности системы ценностей французов в возрасте от 18 до 50–60 лет, которую можно определить понятием индивидуализации, подразумевающей в данном случае, что каждый человек свободен в выборе основных жизненных ориентиров. Еще 30–40 лет назад разница в ценностных ориентирах молодежи и более старших поколений была существенной [16].

Анализ словарей русских пословиц

Наиболее четко соответствие названий рубрик ценностям выражено в словаре русских пословиц В.М. Мокиенко и Т.Г. Никитиной, что полностью подтверждается отмеченной авторами в предисловии мыслью о том, что темы, выделенные в справочнике, отражают «концептосферы нашей современной русской жизни» [7, с. 11]. Показательно для нас и то, что «тематические циклы организованы и названы бинарно, т. е. большинство из них описывается в виде антонимических или взаимно дополняющих пар» [7, с. 15]. Такие пары Г.Л. Пермяков, объединявший пословицы в логикотематические группы, назвал инвариантными тематическими парами. «Подлинной темой какой-либо пословицы или поговорки является не то или иное слово, не та или иная мысль и даже не та или иная область человеческой деятельности, а некая инвариантная пара противопоставленных сущностей, к которой сводится смысл употребляемых в данной пословице образов» [17, с. 107], что представляет собой иллюстрацию амбивалентности пословиц. В пределах каждой рубрики часть пословиц выражает положительную оценку, часть – отрицательную или нейтральную. Тематические пары можно найти и в словарях пословиц других языков, в частности английского [18].

Проведенный анализ позволил выстроить

следующую иерархию ценностей в соответствии с темами и количественной представленностью пословиц в рамках каждой из них:

1) **брак и семья (1683 ед.):** «Брак и семья» – 1236 ед. (*Вся семья вместе, так и душа на месте*), «Мужчина и женщина» – 347 ед. (*Мужик без жены, что гусь без воды*);

2) **время:** «Время и возраст» – 1104 ед. (*Время не воротит*);

3) **богатство:** «Богатство и бедность» – 848 ед. (*Сильному да богатому всяк вторит*);

4) **ум:** «Ум и глупость» – 786 ед. (*По одежде встречаются, по уму провожают*);

5) **вера:** «Вера и религия» – 776 ед. (*Бог терпел и нам велел*);

6) **добродетельность:** «Добродетели и пороки» – 745 ед. (*Добродетель не в словах, а в честных делах*);

7) **работа, труд:** «Труд и безделье» – 683 ед. (*Где труд, там и счастье*);

8) **счастье (641 ед.):** «Счастье и горе» – 513 ед. (*Всяк кузнец своего счастья*), «Радость и печаль» – 128 ед. (*Нет радости вечной, нет печали бесконечной*);

9) **правда:** «Правда и ложь» – 544 ед. (*Без правды жить легче, да помирать тяжело*);

10) **жизнь:** «Жизнь и смерть» – 418 ед. (*Жизнь прожить – не поле перейти*);

11) **дружба:** «Дружба и вражда» – 415 ед. (*Добрый друг лучше ста родственников*);

12) **честь, слава, мир, дисциплина (338 ед.):** «Война и мир» – 230 ед. (*Где отвага, там и победа*), «Доблесть и слава» – 108 ед. (*Старая слава новую любит*);

13) **знание:** «Знание и невежество» – 239 ед. (*Не стыдно не знать – стыдно не учиться*);

14) **красота:** «Красота и несовершенство» – 222 ед. (*Красота завянет, а ум не обманет*);

15) **добро:** «Добро и зло» – 215 ед. (*Добро не умрет, а зло пропадет*);

16) **гостеприимство:** «Гость и хозяин» – 205 ед. (*Встречай хлебом-солью, провожай добрым словом*);

17) **любовь:** «Любовь, ревность и ненависть» – 187 ед. (*Где любовь да совет, там и горя нет*);

18) **здоровье:** «Здоровье и болезни» – 184 ед.

(*Здоровье – лучшее богатство*);

19) **власть:** «Государство и власть» – 152 ед. (*Сверх власти не пойдешь*);

20) **желания:** «Страсти и желания» – 78 ед. (*Человеку свойственно мечтать*);

21) **сила:** «Сила и слабость» – 44 ед. (*Кто крепок плечом, тому ноша нипочем*).

Анализ 24 рубрик словаря (10 410 пословиц) обнаруживает приоритетную важность семьи. Человек выступает как часть сообщества, а не как индивидуальность. Представление тем в виде диад демонстрирует, что противоположности в своем единстве могут переходить одна в другую, духовные искания и метания, свойственные русскому человеку, могут привести к трансформации ценности в антиценность и наоборот [11].

Несколько иную картину показывает анализ словаря В.И. Зиминой, что лишней раз подтверждает субъективный фактор, влияющий на формирование рубрик и их номинацию в словарях, т. к. любая классификация всегда зависит от задач, которые ставит перед собой автор [19]. В данном словаре кроме пословиц представлены различные устойчивые языковые единицы, что не препятствует реализации задач нашего исследования на данном этапе, т. к. все они отражают культурную и аксиологическую информацию. В ходе анализа наименований рубрик и подрубрик названного словаря была выявлена следующая ценностная иерархия:

1) **человек (3149 ед.):** «Человек» – 2645 ед. (*Всяк молодец на свой образец*), «Годы и люди» – 261 ед. (*Не тот живет больше, чей век дольше*), «Глаза и уши» – 243 ед. (*Не верь брату родному, а верь своему глазу кривому*);

2) **слово (2555 ед.):** «Язык и речь» – 271 ед. (*Кстати смолчать – что хорошее слово сказать*), «Слово о словах» – 2134 ед. (*Слово – солома: загорится – не зальешь*), «Написано пером» – 150 ед. (*Написано пером – не вырубшь топором*);

3) **труд (2268 ед.):** «Труд» – 2075 ед. (*Счастье и труд рядом идут*), «Крестьянский труд» – 193 ед. (*Пахарю земля – мать, лодырю – мачеха*);

4) **еда, пища, трапеза, трезвость (790 ед.):**

«Еда» – 420 ед. (*He шуба греет, а хлеб*), «Вино» – 370 ед. (*He сочти, Бог, за пьянство, сочти за лекарство*);

5) **ум**: «Ум – глупость» – 754 ед. (*Голова без ума, что фонарь без свечки*);

6) **семья, брак** (744 ед.): многочисленные подрубрики внутри рубрики «Свои люди» («Жених и невеста», «Сватовство», «Свадьба», «Цепи Гименея», «О супружеской верности и ревности», «Семья», «Родня») охватывают тему «Семья и семейные отношения» и насчитывают 465 ед. (*Семья вместе – душа на месте*), также автором выделена отдельная рубрика «Дети» – 279 ед. (*Сын – отцу помощник*);

7) **счастье**: «Счастье» – 730 ед. (*На чужом горе счастье не построишь*);

8) **совесть**: «Преступление и наказание» – 709 ед. (*Кто поросенка украл, у того визг в ушах*);

9) **жизнь** (650 ед.): «Жизнь» – 405 ед. (*Поживешь дольше – увидишь больше*), «Смерть» – 245 ед. (*Придет час – не будет и нас*);

10) **время**: «Время» – 611 ед. (*Время не оставишь*);

11) **богатство**: «Достаток» – 599 ед. (*Запас карман не тянет*), причем пословицы, относящиеся к теме «Дом» (120 ед.), представлены в виде подрубрик именно в данной рубрике (*Хорошая хозяйка домой несет, а плохая – из дома*); подрубрика «Деньги» включает 100 ед. (*Береги денежку про черный день*);

12) **воля** (593 ед.): «Воля» – 244 ед. (*Хозяин – барин*), «Две воли» – 349 ед. (*Два медведя в одной берлоге не уживутся*);

13) **власть**: «Чин» – 331 ед. (*Жалует царь, да не жалует псарь*);

14) **мир, дисциплина**: «Про солдатское житье-бытье» – 307 ед. (*Приказ свят: без дисциплины не солдат*);

15) **дети**: «Дети» – 279 ед. (*Умел родить, умей и в люди вывести*); наличие такой рубрики и ее репрезентативность позволяют говорить о детях как отдельной ценности;

16) **гостеприимство**: «Свои люди» – подрубрика «Гость» – 270 ед. (*Гостя сперва накорми, а потом вестей спроси*);

17) **здоровье**: «Здоровье» – 262 ед. (*Здоровью цены нет*), данная рубрика связана с ценностью человеческой жизни и может быть рассмотрена как отдельная ценность;

18) **путешествия**: «Пути-дороги» – 237 ед. (*За семь верст киселя хлебать*);

19) **любовь**: «Свои люди» – подрубрика «Любовь» – 186 ед., в которых упоминается и тема семьи (*Деньга – прах, одежда – тоже, а любовь всего дороже*);

20) **дружба**: «Свои люди» – подрубрика «Дружба» – 184 ед. (*Человек без друзей – что дерево без корней*).

Представленные выше примеры показывают, что в материале двух русских словарей присутствует достаточно большое количество аналогичных тем, отражающих следующие ценности: **брак и семья, время, богатство, ум, труд, счастье, жизнь, дружба, мир, дисциплина, гостеприимство, любовь, здоровье, власть**, однако, как и во французских словарях, их иерархия выглядит по-разному. Сопоставление данных двух источников позволило получить следующую ценностную иерархию: **труд, семья и брак, время, ум, богатство, счастье, жизнь, мир, дружба, власть, гостеприимство, здоровье, любовь**. Несмотря на наличие в словаре В.И. Зиминой рубрики «Человек», насчитывающей очень большое количество единиц, на наш взгляд, нельзя говорить о подобной ценности в русской лингвокультуре даже в пределах представленного здесь материала ввиду отсутствия данной рубрики в сборнике пословиц В.М. Мокиенко и Т.Г. Никитиной, а также содержательной наполненности рубрик и подрубрик словарей. В большинстве случаев человек выступает участником отношений или членом того или иного сообщества, основным из которых является **семья**, которая оказывается одной из главных ценностных доминант представителей русской лингвокультуры. Этот факт еще раз подтверждает, что «семья представляет собой универсальную общечеловеческую ценность, отражающую специфику национальной культуры, зависящую от исторических, географических и политических усло-

вий, и выступает стержневым элементом нравственных принципов общества» [20, с. 29]. То же самое можно сказать и о труде, теме которого посвящено еще большее количество пословиц.

Проведенное исследование французского и русского пословичного фонда, представленного в четырех паремиографических источниках, позволило выявить ориентированность представителей французской лингвокультуры на человека, его жизнь, качества, состояние, что дает возможность охарактеризовать ее как культуру индивидуалистского типа. Благодаря данным словарей русского языка, несмотря на наличие в одном из них рубрики «Человек», можно говорить о русской культуре как о коллективистской, т. к. в русских пословицах речь идет о человеке не как личности, а как части сообществ, основным из которых оказывается семья.

Рубрики и подрубрики французских и русских словарей в значительной степени совпадают и отражают похожие и в основном универсальные ценности, однако их место на ценностной шкале по материалам разных словарей может быть разным. К универсальным ценностям, выявленным в результате анализа названий тематических рубрик двух французских

и двух русских паремиологических словарей, относятся **богатство (деньги), работа (труд), семья, дружба, счастье, любовь**. В таком порядке данные ценности расположены на полученной нами ценностной шкале представителей французской лингвокультуры. В русском языковом сознании на первом месте стоит **труд**, далее следуют **семья, богатство, счастье, дружба, любовь**. Указанные ценности в их пословичной реализации могут трансформироваться в антиценности, противоположности в своем единстве могут переходить одна в другую и наоборот.

Проведенный анализ показал возможность применения используемой методики для определения ценностных приоритетов различных этносов. Однако иерархия полученных ориентиров с учетом количественного фактора может быть построена со значительной степенью приближенности. Последняя объясняется субъективным фактором, имеющим место при составлении паремиологических словарей, формулировок названий рубрик и отнесенности пословиц к той или иной рубрике, а также индивидуальным подходом каждого исследователя к трактовке соотношения наименований рубрик, подрубрик и выраженных в них ценностей.

Список литературы

1. Русские паремии: новые формы, новые смыслы, новые аспекты изучения: коллектив. моногр. / науч. ред. Т.Г. Никитина. Псков: ПГПУ, 2008. 256 с.
2. *Новоспаская Н.В., Раадранириана А.М.М., Лазарева О.В.* Образ женщины в русской, французской, испанской и малагасийской лингвокультурах на материале паремий // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10, № 2. С. 301–322. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-301-322
3. *Селиверстова Е.И.* Пространство русской пословицы: постоянство и изменчивость / науч. ред. В.М. Мокиенко. М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. 296 с.
4. *Абакумова О.Б.* Пословичные концепты в паремическом дискурсе: дис. ... д-ра филол. наук. Орел, 2013. 375 с.
5. *Ничипорчик Е.В.* Отражение ценностных ориентаций в паремиях: лингвокогнитивный, сопоставительный и социопсихолингвистический аспекты: дис. ... д-ра филол. наук. Минск, 2016.
6. *Антонова Е.Н., Бредис М.А., Владимирова Т.Е., Гишкаева Л.Н., Иванов Е.Е., Зиновьева Е.И., Комова Д.Д., Ломакина О.В., Макарова А.С., Мокиенко В.М., Нелюбова Н.Ю., Николаева Е.К., Селиверстова Е.И., Семеновко Н.Н., Фаткулина Ф.Г., Хайрулина Р.Х., Цао Ц.* Паремиология без границ: моногр. / под ред. М.А. Бредиса, О.В. Ломакиной. М.: РУДН, 2020. 244 с.
7. *Мокиенко В.М., Никитина Т.Г.* Народная мудрость: русские пословицы. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2011. 416 с.
8. *Савенкова Л.Б.* Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты. Ростов н/Д.: Изд-во Ростов. ун-та, 2002. 240 с.
9. *Ничипорчик Е.В.* Отражение ценностных ориентаций в паремиях. Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2015. 358 с.
10. *Нелюбова Н.Ю.* Отражение этнокультурных ценностей в пословицах франкоязычных стран // Вестн.

Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10, № 2. С. 323–335. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-323-335

11. Нелюбова Н.Ю. Проблема выявления ценностных ориентиров этноса на основе изучения их языковой репрезентации средствами паремиологии (на материале французского и русского языков) // IV Фирсовские чтения. Язык в современных дискурсивных практиках: материалы докл. и сообщ. Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 22–23 октября 2019 года. М.: РУДН, С. 154–161.

12. Montreynaud F., Pierron A., Suzzoni F. Dictionnaire de proverbes et dictons. Paris: Le Robert, 2010. 759 p.

13. Linternaute. URL: <http://www.linternaute.fr/proverbe/theme/> (дата обращения: 20.02.2020).

14. Зимин В.И. Словарь-тезаурус русских пословиц, поговорок и метких выражений. М.: АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2020. 736 с.

15. Bréchon P. Les valeurs des Français. Evolution de 1980 à 2000. Paris: Armand Colin, 2000, 280 p.

16. Galland O., Roudet B. Une jeunesse différente? Les valeurs des jeunes Français depuis 30 ans. Paris: La documentation Française, 2014. 280 p.

17. Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии. М.: Наука, 1988. 236 с.

18. The Oxford Dictionary of Proverbs / ed. by J. Speake. Oxford: Oxford University Press, 2008. 388 p.

19. Zouogbo J.-P.C. Le proverbe entre langues et cultures: Une étude de linguistique confrontative allemand/français/bété. Berne: Lang, 2008. 361 p.

20. Шумко Е.А. Экспликация культурных ценностей в лексико-фразеологических системах родственных языков: дис. ... д-ра филол. наук. Мытищи, 2019. 716 с.

References

1. Nikitina T.G. (ed.). *Russkie paremii: novye formy, novye smysly, novye aspekty izucheniya* [Russian Proverbs: New Forms, New Meanings, New Aspects of Study]. Pskov, 2008. 256 p.

2. Novospasskaya N.V., Raadraniriana A.M.M., Lazareva O.V. Obraz zhenshchiny v russkoy, frantsuzskoy, ispanskoy i malagasiyskoy lingvokul'turakh na materiale paremiy [Image of a Woman in Russian, French, Spanish and Malagasian Linguocultures on the Material of Proverbs]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Ser.: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika*, 2019, vol. 10, no. 2, pp. 301–322. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-301-322

3. Seliverstova E.I. *Prostranstvo russkoy posloviy: postoyanstvo i izmenchivost'* [The Space of the Russian Proverb: Constancy and Variability]. Moscow, 2017. 296 p.

4. Abakumova O.B. *Poslovichnye kontsepty v paremicheskom diskurse* [Proverbial Concepts in Proverbial Discourse: Diss.]. Orel, 2013. 375 p.

5. Nichiporchik E.V. *Otrazhenie tsennostnykh orientatsiy v paremiyakh: lingvokognitivnyy, sopostavitel'nyy i sotsiopsikholingvisticheskiy aspekty* [Value Orientations as Reflected in Proverbs: Linguocognitive, Comparative and Sociopsycholinguistic Aspects: Diss.]. Minsk, 2016.

6. Antonova E.N., Bredis M.A., Vladimirova T.E., Gishkaeva L.N., Ivanov E.E., Zinov'eva E.I., Komova D.D., Lomakina O.V., Makarova A.S., Mokienko V.M., Nelyubova N.Yu., Nikolaeva E.K., Seliverstova E.I., Semenenko N.N., Fatkulina F.G., Khayrulina R.Kh., Tsao Ts. *Paremiologiya bez granits* [Proverbology Without Borders]. Moscow, 2020. 244 p.

7. Mokienko V.M., Nikitina T.G. *Narodnaya mudrost': russkie posloviy* [Folk Wisdom: Russian Proverbs]. Moscow, 2011. 416 p.

8. Savenkova L.B. *Russkaya paremiologiya: semanticheskiy i lingvokul'turologicheskiy aspekty* [Russian Proverbology: Semantic and Linguocultural Aspects]. Rostov-on-Don, 2002. 240 p.

9. Nichiporchik E.V. *Otrazhenie tsennostnykh orientatsiy v paremiyakh* [Value Orientations as Reflected in Proverbs]. Gomel, 2015. 358 p.

10. Nelyubova N.Yu. Otrazhenie etnokul'turnykh tsennostey v posloviyakh frankoyazychnykh stran [Representation of Ethno-Cultural Values in the Proverbs of French-Speaking Countries]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Ser.: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika*, 2019, vol. 10, no. 2, pp. 323–335. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-323-335

11. Nelyubova N.Yu. Problema vyyavleniya tsennostnykh orientirov etnosa na osnove izucheniya ikh yazykovoy reprezentatsii sredstvami paremiologii (na materiale frantsuzskogo i russkogo yazykov) [The Problem of Identifying Value Orientations of an Ethnic Group on the Basis of Studying Their Linguistic Representation by Means of Proverbs]

(Based on the French and Russian Languages)]. *IV Firsovskie chteniya. Yazyk v sovremennykh diskursivnykh praktikakh* [4th Firsova Readings. Language in Contemporary Discourse Practices]. Moscow, pp. 154–161.

12. Montreynaud F., Pierron A., Suzzoni F. *Dictionnaire de proverbes et dictions*. Paris, 2010. 759 p.
13. *Linternaute*. Available at: <http://www.linternaute.fr/proverbe/theme/> (accessed: 20 February 2020).
14. Zimin V.I. *Slovar'-tezaurus russkikh poslovits, pogovorok i metkikh vyrazheniy* [Dictionary and Thesaurus of Russian Proverbs, Sayings and Apt Expressions]. Moscow, 2020. 736 p.
15. Bréchon P. *Les valeurs des Français. Evolution de 1980 à 2000*. Paris, 2000, 280 p.
16. Galland O., Roudet B. *Une jeunesse différente? Les valeurs des jeunes Français depuis 30 ans*. Paris, 2014. 280 p.
17. Permyakov G.L. *Osnovy strukturnoy paremiologii* [Fundamentals of Structural Paroemiology]. Moscow, 1988. 236 p.
18. Speake J. *The Oxford Dictionary of Proverbs*. Oxford, 2008. 388 p.
19. Zouogbo J.-P.C. *Le proverbe entre langues et cultures: Une étude de linguistique confrontative allemand/français/bété*. Bern, 2008. 361 p.
20. Shimko E.A. *Eksplikatsiya kul'turnykh tsennostey v leksiko-frazeologicheskikh sistemakh rodstvennykh yazykov* [Explication of Cultural Values in Lexical and Phraseological Systems of Related Languages: Diss.]. Mytishchi, 2019. 716 p.

DOI: 10.37482/2227-6564-V051

Nataliya Yu. Nelyubova

Peoples' Friendship University of Russia;

ul. Miklukho-Maklaya 10-2, Moscow, 117198, Russian Federation;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6538-8267> e-mail: nat.nelubova@mail.ru

SPECIFICITY OF VALUE ORIENTATIONS OF NATIVE SPEAKERS OF FRENCH AND RUSSIAN AND THEIR REPRESENTATION IN PROVERBS (Based on Dictionaries)

This paper presents a linguo-axiological analysis of French and Russian proverbs based on identifying value orientations and creating their hierarchy by studying the names and quantitative dominance of various thematic groups in authentic paroemiological dictionaries. Identification of value orientations allows us to reveal both common features of ethnic groups, which are of interest in the era of globalization and mutual influence of languages and cultures, and specific ones, contributing to the preservation of national identity. The novelty of this research compared to the author's previous studies lies in the use of two additional lexicographic sources (one French and one Russian). The examined material of the four dictionaries includes more than 30,000 proverbial units. The analysis revealed the presence of a large number of common topics (which can occupy different positions in the value hierarchy of the ethnic groups under study) not only in dictionaries of the same language, but in all four sources. The names of the categories and their quantitative composition allow us to define French culture as individualist, while Russian culture, as collectivist. When constructing a hierarchy, it is important to turn to a larger number of dictionaries and identify common proverbial units in them to avoid the influence of the subjective factor, which is the case when naming and forming categories, as well as of the researcher's individual approach to the proportion of category names to their corresponding values. The expanding vocabulary and studies on evaluativity in proverbs aiming to identify value and anti-value components within various topics can be used for further research.

Keywords: *proverb, paroemiological dictionaries, hierarchy of values, anti-value, individualist culture, collectivist culture.*

Поступила: 21.03.2020

Принята: 03.08.2020

Received: 21 March 2020

Accepted: 3 August 2020

For citation: Nelyubova N.Yu. Specificity of Value Orientations of Native Speakers of French and Russian and Their Representation in Proverbs (Based on Dictionaries). *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2020, no. 5, pp. 79–88. DOI: 10.37482/2227-6564-V051