

Соколова Марина Валерьевна

ГЕНДЕРНАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ АНИМАЛИСТИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В МАРИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматриваются семантические характеристики гендерно-маркированных анималистических фразеологизмов марийского языка. Анализируются способы языковой репрезентации характерных черт, свойственных мужчинам и женщинам, в рамках марийской лингвокультуры. Дополнительным средством выявления гендерных образов, вербализуемых фразеологизмами, выступают результаты ассоциативного эксперимента, а также лексические средства марийского языка.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/8-1/48.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. I. С. 180-183. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/8-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

13. Скнарев Д. С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе и кросскультурный фактор // Фундаментальные исследования. 2013. № 10. Ч. 13. С. 3016-3021.
14. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedu.ru/expdic/37264/> (дата обращения: 27.05.2014).
15. Уфимцева А. А. Лексическое значение: принцип семиологического описания лексики. М.: Едиториал УРСС, 2002. 240 с.
16. Шиловская Е. Н. Сравнительно-сопоставительный анализ частотности варьирования метафор в немецкой, английской и российской рекламе автомобилей [Электронный ресурс] // Лингвокультурология. 2008. № 2. URL: http://journals.uspu.ru/attachments/article/280/Лингвокультурология%20_2_2008_ст.%2024.pdf (дата обращения: 25.02.2014).

LINGUISTIC MEANS FOR THE CREATION OF AN IMAGE OF A PRODUCT IN THE ADVERTISING DISCOURSE (BY THE MATERIAL OF THE ADVERTISING OF DOMESTIC AUTOS)

Sknarev Dmitrii Sergeevich, Ph. D. in Philology
National Research South Ural State University
sknar@list.ru

The article reveals the essence of the conception of “commercial image” specifying and concretizing the mentioned phenomenon. The author identifies the system of images of the advertising discourse distinguishing its visual and verbal representation in the consciousness of consumers. The paper pays special attention to the specifics of automobile advertising and its varieties. It’s remarkable that the advertising of domestic autos (not previously represented in the scientific investigations) for the first time becomes the subject of author’s attention, which testifies for the urgency of the implemented research. The author identifies the most productive linguistic means creating a verbal image of a domestic auto in the advertising discourse (by the material of the texts published in the printed media and outdoor advertising).

Key words and phrases: language of advertising; system of images of the advertising discourse; commercial image; image of a domestic auto; automobile advertising; advertising discourse; linguistic means; commercial text.

УДК 811.511.151

Филологические науки

В статье рассматриваются семантические характеристики гендерно-маркированных анималистических фразеологизмов марийского языка. Анализируются способы языковой репрезентации характерных черт, свойственных мужчинам и женщинам, в рамках марийской лингвокультуры. Дополнительным средством выявления гендерных образов, вербализуемых фразеологизмами, выступают результаты ассоциативного эксперимента, а также лексические средства марийского языка.

Ключевые слова и фразы: лингвокультурология; гендер; фразеология; зооним; ассоциативный эксперимент.

Соколова Марина Валерьевна

Марийский государственный университет
marinuk.sokolova@yandex.ru

ГЕНДЕРНАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ АНИМАЛИСТИЧЕСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В МАРИЙСКОМ ЯЗЫКЕ[©]

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 14-04-00043.

Цель статьи – характеристика особенностей языковой репрезентации фрагментов лингвокультурных концептов *pörjen* «мужчина» и *удырамаш* «женщина» гендерно-маркированными анималистическими фразеологизмами марийского языка. Задачи исследования предусматривают семантический анализ анималистических фразеологических единиц (ФЕ), вербализующих гендерно-обусловленные явления в рамках марийской лингвокультуры. При характеристике семантики анималистических фразеологизмов используются результаты ассоциативного эксперимента, что позволяет выделить макрокомпонентные значения фразеологизмов, актуализируемые в контексте речи.

Актуальность исследования определяется целым рядом причин, вызванных социокультурными изменениями в обществе в контексте современных условий глобализации. Быстрые изменения, происходящие в нашей многонациональной стране и отражающиеся в общественных процессах и явлениях, предусматривают определение новых направлений в исследовании гендерной идентичности личности, реализации и соответствующей языковой репрезентации ее социальных ролей [4; 5]. Исследования в рамках выбранной проблематики являются малоизученными в регионах проживания народа мари. Необходимость рассмотрения гендерных аспектов речевого общения в рамках определенной лингвокультуры предусматривает выявление проблем этнической и гендерной самоидентификации представителями марийского этноса. Анализ

на материале фразеологии выбранного языка позволяет выделить стереотипы и представления о женщинах и мужчинах в рамках существующих норм марийской культуры.

В качестве материала исследования использованы фразеологические единицы, отобранные из художественных произведений и лексикографических источников марийского языка. В данном случае рассматриваются примеры использования гендерно-маркированных ФЕ с компонентами-зоонимами, которые называют черты характера и действия, свойственные мужчинам и женщинам.

Понятие гендера вмещает в себя социально-культурные, психологические процессы, порождаемые обществом, а также выбор ролей, речевых стратегий, которые отбираются человеком, в то время как понятие пола указывает на врожденное биологическое свойство человека [2, с. 12]. Характерные особенности, действия и интересы ассоциируются с обладателями того или иного биологического пола, что позволяет выделить их гендерные роли в обществе [16, р. 15].

Прямое указание на половые различия наблюдается в ФЕ марийского языка, в которых используются такие компоненты, как *ава* «мать, самка» (*ава пий* «распутница» и т.д.) и *узо* «самец» (*узо пий* «развратник, кобель» и т.д.). Анализ контекстуального использования ФЕ показал, что самыми распространенными по использованию являются ФЕ с компонентами-зоонимами, репрезентирующими такие понятия, как *яжарлык* «развратность; распутство» (*узо пий, ава пий, кўрт пий* (диалектное), *йорга пий*, «распутница», *пий сўан* «собачья свадьба») и *вурседылмаш / келишдымаш* «ссора» (*пий ден пырысла илаш* «жить как собака с кошкой» (ссориться)), *пий ден пырыс почым шўшкаш* «совать собачий и кошачий хвосты» (ссорить).

В словаре синонимов марийского языка представлен ряд лексем и словосочетаний, которые применяются для номинации распутного человека (*яжар, аташ, яргак, курва* «распутник (-ца)», *пўтыремвоч* «вертихвостка», *ава пий, йорга пий*, «распутница, потаскуха» [8, с. 533-534]). Социально-семейный статус, роль распутницы (-ка) репрезентируются также такими лексемами, как *енгавате, иярчык*, (диалектное) «любовница» и *пёржмарий* «любовник».

Для установления семантической связи между внутренней формой выбранных фразеологизмов и реализуемыми ими значениями был проведен психолингвистический эксперимент с 70 носителями марийского языка (студентами вузов и учащимися школ), состоящий из нескольких этапов, направленных на выявление множественных словесных ассоциаций на отдельно взятые зоонимы и целый ряд фразеологизмов, в которых используются названия животных. Результаты ассоциативного эксперимента позволяют выделить ассоциативно связанные значения ФЕ. Анализ вербальных ассоциатов показал, что отдельно взятый зооним *пий* «собака» (106 ассоциаций) по полярности «положительный / негативный» может оцениваться как положительно, так и отрицательно (*осал* «злой», *йолташ* «друг», *орол* «охранник» и т.д.), тогда как фразеологизмы с *пий* «собака, пес» (336 ассоциатов) практически всегда обладают отрицательно-эмотивной оценкой (*узо пий* «кобель; распутник», *орышо пий* «бешеная собака»). Лексема *пий* является самой распространенной по использованию в марийских анималистических фразеологизмах всех типов (17%), что доказывает сравнительный анализ контекстуального использования фразеологизмов в художественных произведениях, где количество употребленных ФЕ с данным компонентом также является преобладающим (30% от числа 200 рассмотренных ФЕ). Полученные ассоциативно-связанные значения ФЕ позволяют также выявить возрастные характеристики *узо пий* «распутника» – *пёръен* «мужчина», *рвезе* «парень», *айдеме, ен* «человек», *мужик, бабник* (заимствования из русского) и его функциональные свойства – *ўдыр-влакым утыж дене йоратыше* «слишком сильно любящий девушек», *шужо ўдыр ден келиш* «встречается со многими девушками», *ўдыр-влакым ваишталтылаш йоратыше* «любящий менять девушек», *перныл коитшио*, «слоняется», *гуляши йоратыше, гуляен коитшио* «гуляющий», *шотдымо* «бестолковый», *ик семын илен моштыдымо айдеме* «не умеющий жить однообразно», *йоргаланен коитшио* «флиртующий», *ватыж улмо вачын, вес ўдырамаш дек коитеш* «встречается с другими женщинами, несмотря на наличие жены». Данные ассоциаты показывают нестабильность, неразборчивость в отношениях с женщинами, измены, что указывает на отрицательную оценку распутства. Меньшее количество ассоциаций было получено на фразеологизм *ава пий* «распутница», на возрастные характеристики которой указывают полученные ассоциаты *ўдыр* «девушка», *ўдырамаш* «женщина», нейтральное слово *айдеме* «человек», а на свойства характера – *йорга, шала* «беспутная, распутная; пренебрегающая общепринятыми нормами», *гуляен коитшио* «гулящая», *коитшио айдеме* «гуляющий человек (в значении –встречающийся с кем-л.)».

В контексте художественных произведений *узо пий* противопоставляется *шотан* «толковому (мужчине)». Так, распутник может употреблять спиртные напитки (*йўшў лийын* [11, с. 138]), флиртовать (*вычыматен шогылтеш* [14, с. 64]), преследовать других женщин (*почеш коитеш; орола*), делать все ради них (*ўдырамашлан кўра чыла ышта* [1, с. 73]), вступать в беспорядочные сексуальные связи (*йўд мучко сай пашам ыштыл пёрдалын* «всю ночь занимался хорошеньким делом» [10, с. 95]) и разрушать финансовое благополучие (*суртетым чыла куклышт* «погубить все хозяйство» [1, с. 241]). Дополнительная характеристика распутника отражается в ФЕ *Суртышто энгавате улмо годым пийым огыт кучо* «Когда в доме любовница, собак не держат» [6, с. 22].

Контекстуальная актуализация ФЕ *ава пий* «распутница» показывает, что она может наставлять рога (*Эчукетлан тўкым шындылат да шындылат? «Наставляешь и наставляешь рога твоему Эчуку?»* [12, с. 127]), разрушать чужие жизни и вступать в беспорядочные сексуальные связи (*Тыгак шонышым: эргым пытара!.. Ава пий! Кўтлен, йытше теме, коеш... «Хм-м, так и думала: уничтожит моего сына!.. Видимо, доигралась, совокупившись»* [15, с. 190-191]). Глупость женщины, граничащая с распутством, выражается в контексте

фразеологизмом *пий сун* «собачья свадьба»: *Мом тый умылет, миссис «Пий сун»!* «Что ты понимаешь, миссис – Собачья свадьба?!» [9, с. 138].

На проявление плотской любви указывает коммуникативная ФЕ *Йоратыше кок сьсна кочмо годым волеи ваиллийт* «Две влюбленные свиньи встречаются во время еды в колоде для водопоя» (любить друг друга, как животные) [7, с. 99]. Ссора же между мужчиной и женщиной актуализируется в контексте фразеологизмами *пий ден пырыс гай (пырысла) илаш / кояш / лияш* «жить / выглядеть / быть как собака с кошкой» и *пий ден пырыс почым шүшкаш* «совать собачий и кошачий хвосты» (*Тошто ег манмыла, «пий ден пырыс почым» шүшкыныт. Водыр ден Лычийым йорыеш тораи шонен, Изитай тўрлө йөнүм кычалын* «Как говорят предки, – енули собачий и кошачий хвосты»). Изитай искал много способов для того, чтобы отдалить Федора и Лычий» [13, с. 115]).

Уровень недоверия мужчины по отношению к женщине, отнесение ее к менее важным по социальной значимости членам общества выражаются в таких коммуникативных ФЕ, как *Торта кокласе алашатлан ұшане, помыш ватетлан ит ұшане* «Доверяй мерину меж оглоблей, не верь жене в своих объятьях»; *Сұаныш қайш иметым ит пу, пайремлан ватетым шкетшым ит колто* «Не отдавай лошадь для поездки на свадьбу, не пускай жену на праздник одну» [6, с. 19]. Выражение *Шуанвондат – чодыра, сьонат – вольк, ұдырамашат – айдеме* «И шиповник – лес, и свинья – скотина, и женщина – человек» [7, с. 298] указывает на некую долю снисхождения к женщине, согласие с тем, что она не является «недочеловеком».

Необходимо отметить, что все рассматриваемые ФЕ, зафиксированные в контексте художественных произведений, используются лишь писателями-мужчинами. В рамках свойственного им маскулинного типа текстопорождения мужское коммуникативное поведение отличается конкурентными стратегиями, коммуникативным лидерством, императивными речевыми актами, авторитарностью, а стилистика – негативной эмоционально-оценочной лексикой и инвективами. Подобный стиль текстопорождения становится вербальным стереотипом, лежащим в основе гендерной идентификации самого автора [3, с. 8]. Анималистические фразеологизмы, являясь устойчивыми в употреблении единицами языка, репрезентируют стереотипизированные (стереотипы о социальных ролях и характере), общепринятые представления и оценочные суждения о женщинах и мужчинах (гендерные образы в культуре) [17, р. 105], а лингвокультурный контекст выступает как сфера выражения культурно-обусловленных ассоциаций [18, р. 34-35].

Таким образом, гендерно-маркированные ФЕ с компонентами-зоонимами выступают как средство оценки, осуждения определенных черт характера и поведения (распутства, измены, ссоры), выражения своего отношения к представителям противоположного пола, что в последующем позволяет представить культурно-маркированные и стереотипизированные образы женщин и мужчин. При этом женщина воспринимается как представительница «слабого пола» и противопоставляется «сильному полу»; она зависима от мужчины, не всегда заслуживает доверия, обладает низкими умственными способностями, ветреным и вспыльчивым характером. Мужчина же представляется настойчивым в достижении цели, склонным к полигамии и, соответственно, к частым изменам, что негативно оценивается женщинами. Выявленные примеры использования марийских ФЕ с компонентами-зоонимами доказывают, что поведение женщины традиционно подвергается более жесткой критике, в то время как мужчина пользуется большими привилегиями и обладает относительной свободой в отношениях с противоположным полом.

Список литературы

1. Александров-Арсак А. Юмын капка ончылно: Роман-диалогий. Йошкар-Ола: Марий книга изд-во, 2008. 512 с.
2. Александрова Е. С. Гендерный анализ новостного текста // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. Аспирантские тетради. СПб., 2007. С. 11-16.
3. Александрова Е. С. Гендерная маркированность англоязычного новостного текста (на материале современной британской прессы): автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2007. 19 с.
4. Гусева М. А. Гендерные и социолингвистические характеристики языковой личности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2008. № 1 (1): в 2-х ч. Ч. II. С. 25-30.
5. Деткова В. А. Отражение женской ментальности в русских и английских поговорках семантической группы «семейные отношения» как иллюстрация национального характера // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 4 (34): в 3-х ч. Ч. III. С. 53-56.
6. Китиков А. Е. Калыкмут. Йошкар-Ола: Марий книга изд-во, 1981. 120 с.
7. Китиков А. Е. Марий калыкмут мутер. Йошкар-Ола: Марий книга изд-во, 1991. 336 с.
8. Мустаев Е. Н. Словарь синонимов марийского языка. Йошкар-Ола: Марийское книжное изд-во, 2000. 544 с.
9. Никитин С. Илика ден Шианай // Ончыко. 2012. № 9. С. 93-155.
10. Сапаев В. Кудырчан йур годым. Йошкар-Ола: МКИ, 1979. 349 с.
11. Соловьев Ю. Волгенче // Ончыко. 2012. № 1. С. 105-142.
12. Филиппов В. Колюк // Ончыко. 2012. № 3. С. 126-155.
13. Элексейн Я. Тоймак тукым: повесть-влак. Йошкар-Ола: Марий книга изд-во, 1987. 304 с.
14. Эсеней П. Пьеса-влак. Йошкар-Ола: Марий книга изд-во, 1982. 200 с.
15. Юксерн В. Кас ұжара: легенда, ойлымаш, повесть, роман. Йошкар-Ола: Марий книга изд-во, 1983. 366 с.
16. Crawford M. Talking Difference. On Gender and Language. London: SAGE Publications, 1995. 207 p.
17. Nenola-Kallio A. Folklore and Gender: an Attempt at a Revision // Contemporary Folklore and Culture Change / ed. by I.-R. Järvinen. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 1986. P. 104-114.
18. Symbol as Sense. New Approaches to the Analysis of Meaning / ed. by M. LeCron Foster, S. L. Brandes. N. Y.: Academic Press, 1980. 416 p.

GENDER MARKEDNESS OF THE ANIMALISTIC PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE MARI LANGUAGE

Sokolova Marina Valer'evna

Mari State University

marinuk.sokolova@yandex.ru

The article examines the semantic characteristics of the gender-marked animalistic phraseological units of the Mari language. The author analyzes the methods for linguistic representation of the distinctive features typical for men and women within the framework of the Mari linguoculture. The results of the associative experiment and the lexical means of the Mari language serve as an additional method for identification of gender images verbalized by phraseological units.

Key words and phrases: linguoculturology; gender; phraseology; zoonym; associative experiment.

УДК 811.512.156

Филологические науки

В статье проанализированы скрепы – средства связи между фразами и абзацами – со служебным именем кадында _вместе с_. Подчеркнуты их функции: межфразовая и сверхфразовая. На основе проведенного исследования автор пришел к выводу о том, что рассматриваемые скрепы типа ол кадын _между тем_, _к тому же_, _при этом_, ол кадында _к тому же_, _при этом_, _между тем_, _вместе с тем_, _наряду с этим_, ооң кадын _вместе с тем_ устанавливают между фразами временные, присоединительные, уступительные отношения.

Ключевые слова и фразы: скрепа; показатели связи; функция; тувинский язык; служебное имя; фраза; средство связи.

Соян Айланмаа Мылдыргыновна, к. филол. н.

Тувинский государственный университет

soyan-a@mail.ru

О СКРЕПАХ СО СЛУЖЕБНЫМ ИМЕНЕМ КАДЫНДА „ВМЕСТЕ С“ В ТУВИНСКОМ ЯЗЫКЕ[©]

Аналитические средства связи между фразами и частями текста в абсолютном большинстве многокомпонентны и содержат в своем составе местоимения, служебные слова, послелогии, вспомогательные глаголы, отдельные слова, принадлежащие знаменательным частям речи.

Цель данной статьи – выявление аналитических скреп со служебным именем кадында _вместе с_, разграничение их функций, определение типа синтаксических отношений, устанавливаемых между фразами с участием данных показателей связи.

Тувинский язык относится к младописьменным языкам. В настоящее время он имеет довольно солидный корпус текстов разной стилистической принадлежности. И в нем хорошо отслеживаются пути создания аналитических средств связи между фразами. Поэтому изучение данных скреп является актуальным в свете современных научных исследований.

В тувиноведении первые сведения о местоименных средствах выражения синтаксических связей в тувинском языке содержатся в статьях профессора Ш. Ч. Сага. Следует сказать, что работы были посвящены исключительно внутрифразовым средствам связи, имеющим в своем составе местоимения. Позже появились специальные статьи Л. А. Шаминой, где выявлены аналитические скрепы, образованные на базе местоимений и представляющие специфические синтаксические построения и выражаемые ими отношения.

В тюркологии служебные имена в качестве синтаксических средств связи известны давно. Они рассматриваются практически во всех работах, посвященных им [8; 15].

В сочетании с указательными местоимениями служебные имена выступают в качестве межфразовых средств связи. Для их обозначения вслед за М. И. Черемисиной и Т. А. Колосовой употребляем термин «скрепа», т.е. «средство связи предикативных единиц в сложном предложении... членов простого предложения... фрагментов текста: предложений, разделенных точками, групп предложений, абзацев» [1, с. 12].

В тувинском языке нами выявлены следующие скрепы со служебным именем кадында _вместе с_:

1) двухкомпонентные: ол кадын _между тем_, _к тому же_, _при этом_, ол кадында _к тому же_, _при этом_, _между тем_, _вместе с тем_, _наряду с этим_; ооң кадын _вместе с тем_, ооң кадындан (в диалектных формах – ооң кадыннан) _вместе с тем_; ыя када _между тем_, ыя кадында _между тем_, _в тот момент_;

2) трехкомпонентная: ынчап турганының кадындан _однако_, _но_, _вдобавок к этому_, _между прочим_, _несмотря на это_.

В полипредикативных конструкциях служебное имя кадына _кроме_ присоединяется к зависимому сказуемому в форме причастия и имеет включающее значение и исключительное [14, с. 135].

В составе аналитических скреп вышеназванное служебное имя сочетается с указательными местоимениями ол _тогда_, ыя _вот_, вот этот_. В грамматике тувинского языка местоимение ыя не попало в список указательных