

DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990

Research article

Gourmandise in the hierarchy of values: A case study of French and Belgian proverbs and sayings

Natalia U. NELYUBOVA¹, Polina S. SYOMINA¹
and Vitalija KAZLAUSKIENE²

¹ Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)

Moscow, Russia

² Vilnius University

Vilnius, Lithuania

Abstract

The paremiological stock of a language is an important source of axiological information that helps to identify the features of a culture, people's mentality, and their worldview. The paper is devoted to the study of gourmandise as a component of the French and Belgian worldviews reflected in the French language paremias. The aim of the research is to determine its place in the hierarchy of values of the native speakers of French and its Belgian variant. The research material includes 202 units obtained from "Dictionnaire de proverbes et dictons" (121 units) and from "Proverbes et dictons de Belgique francophonie" (81 units). The research methods include semantic, axiological, quantitative, and comparative analyses. The results of the study indicate that 5,9% of French and 6,6% of Belgian units of the total number presented in the dictionaries are devoted to food and gourmandize, which proves that they occupy an important place in the hierarchy of values in both cultures. More than half of the gastronomic proverbs and sayings have a positive connotation. Some types of food, such as bread, butter, and eggs, are symbolic for both ethnic groups. The analysis of gastronomic realities has revealed similar French and Belgian values (such as wealth, prosperity, happiness, health, pleasure, life) and antivalues (poverty, hunger, misery, disease, death, etc.). The obtained data contribute to the axiological studies of the worldview of the native speakers of various variants of the French language and can serve as a starting point for conducting similar research of other values, including those based on the material of other languages and cultures.

Keywords: *value, antivalue, correlated value, proverb, saying, gastronomic realities, French, Belgian*

For citation:

Nelyubova, Natalia U., Polina S. Syomina & Vitalija Kazlauskiene. 2020. Gourmandise in the hierarchy of values: A case study of French and Belgian proverbs and sayings. *Russian Journal of Linguistics* 24 (4). 969–990. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990

Гурманство в иерархии ценностей французов и бельгийцев (на материале пословиц и поговорок)

Н.Ю. НЕЛЮБОВА¹, П.С. СЁМИНА¹, В. И. КАЗЛАУСКЕНЕ²

¹ Российский университет дружбы народов
Москва, Россия

² Вильнюсский университет
Вильнюс, Литва

Аннотация

Паремиологический фонд языка является важным источником аксиологической информации, которая способствует выявлению особенностей культуры и менталитета народа, описанию его языковой картины мира. Статья посвящена изучению гурманства как составляющей языковой картины мира французов и бельгийцев, нашедшей отражение в паремиях французского языка. Цель статьи – на основе аксиологического анализа материала словарей пословиц и поговорок, представленного в рамках тематических рубрик, связанных с едой и гурманством, определить их место в иерархии ценностей носителей французского языка и его бельгийского варианта. Индивидуальная авторская картотека, насчитывающая 202 паремии французского языка, получена путем сплошной выборки из французского словаря пословиц и поговорок (121 единица) и из словаря пословиц и поговорок бельгийской франкофонии (81 единица). Собранный материал был проанализирован с применением семантического, аксиологического, количественного и сопоставительного анализа. Результаты проведенного исследования показали, что еда и гурманство занимают важное место в иерархии ценностей представителей обеих культур: данной теме посвящено 5,9% французских паремий и 6,6% бельгийских паремий, представленных в рассмотренных словарях. Более половины паремий гастрономической тематики содержат положительную оценку. Некоторые продукты питания, в частности хлеб, масло, яйца, являются символическими для обоих этносов. Через гастрономические реалии в паремиях были выявлены в основном сходные сопредельные ценности (богатство, достаток, счастье, здоровье, удовольствие, жизнь) и антиценности (бедность, голод; беда, несчастье; болезнь, смерть) французов и бельгийцев. Полученные данные дополняют аксиологические исследования языковой картины мира носителей различных вариантов французского языка и могут послужить отправной точкой для проведения аналогичных изысканий в области изучения других ценностей, в том числе на материале других лингвокультур.

Ключевые слова: *ценность, антиценность, сопредельная ценность, пословица, поговорка, гастрономические реалии, французский язык*

Для цитирования:

Нелюбова Н.Ю., Сёмина П.С., Казлаускене В. Гурманство в иерархии ценностей французов и бельгийцев (на материале пословиц и поговорок). *Russian Journal of Linguistics*. 2020. Т. 24. № 4. С. 969–990. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990

1. Введение

Современные лингвистические исследования характеризуются междисциплинарным подходом к изучению языка, поскольку имеют антропоцентрическую направленность, в связи с чем все большую актуальность приобретает

изучение связей языка и культуры и разработка таких направлений, как лингвокультурология и культурологическая лингвистика, основные положения которых нашли отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых (например, Карасик 2004, Козлова 2018, Маслова 2011, Bromhead & Zhengdao Ye 2020, Larina & Leontovich 2015, Sharifian 2017, Schnurr & Zayts 2017, Wierzbicka 1992 и др.). Язык является важной составляющей национальной идентичности и может иметь большую символическую ценность в переходные периоды и эпохи конфронтаций (Larina, Mustajoki, Protassova 2017: 9). К ним в некоторой степени можно отнести и современность, когда в условиях глобализации вопросы изучения и сохранения особенностей национальных культур приобретают все большее значение. Как справедливо отмечает М.А. Бредис, «люди всегда ощущают свою принадлежность к определенному этносу, вырабатывающему собственные ценности и принципы отношения к миру посредством родного языка» (Бредис 2019: 9). Ценностные ориентиры находят непосредственное отражение в языковой картине мира, имеющей как универсальные, так и уникальные черты, характеризующие различные нации.

В статье предложены результаты аксиологического анализа гурманства как составляющей языковой картины мира французов и франкоговорящих бельгийцев. Поскольку гурманство характерно в той или иной степени и для французов, и для бельгийцев, представляется интересным сопоставить степень ценности еды и процесса принятия пищи в сознании и языковой картине мира данных этносов, являющихся носителями вариантов одного и того же языка.

Цель данной статьи – на основе аксиологического анализа паремиографического материала, представленного в рамках тематических рубрик, связанных с едой и гурманством, определить их место в иерархии ценностей носителей французского языка и его бельгийского варианта.

2. Паремиологический фонд как источник аксиологической информации

Научные изыскания в области связей языка и культуры представляют многоаспектное поле деятельности для исследователей, в первую очередь позволяя выявить особенности языковой картины мира того или иного этноса. Обращение к языковой картине мира является одной из продуктивных стратегий для получения экстралингвистической информации (Чеснокова, Фернандес Санчес 2017: 50), в частности, информации о культуре, образе жизни и ценностях общества, а также информации об этнической идентичности, которая характеризуется соотносительностью личности с определенным этносом и принятием его доминирующих ценностей и норм (Larina, Ozyumenko, Kurteš 2017: 112).

Этическое и эстетическое объяснение понятия *ценность* восходит к работам античных философов: Аристотеля, Платона, Сенеки, Цицерона и древней восточной философии Конфуция, Лао-цзы и др. Философы сходились во мнении, что ценность представляет собой некий идеал, являющийся

вершиной среди всех других идей. Впоследствии ценность изучается философами эпохи Возрождения и в конце XIX века выделяется в отдельную область знания – аксиологию. Аксиология устанавливает отношение между сущим и должным, исследует мыслительные операции, связанные с ценностями, прослеживает историю формирования и разрабатывает проблему существования ценностей, их значимости, а также «субъектно-объектной природы оценочного и ценностного отношений» (Ивин 2006: 3). Аксиологические исследования, проведенные на материале различных языков, нашли отражение в многочисленных трудах (например, Арутюнова 1999, Байрамова, Бойчук 2012, Бредис 2019, Карасик 2004, Ларина 2015, 2016, 2020, Ничипорчик 2015, Савенкова 2002, Goddar, Taboada, Trnavac 2019, Wierzbicka 1992, 1997, 2002, 2006 и др.)

Ценности выполняет «координирующую (между человеком и миром объектов), стимулирующую (направляющую деятельность), дидактическую и регулирующую (прескриптивную) функцию в механизмах жизни» (Арутюнова 1999: 129). Ценности отражают представления о традициях и нормах поведения, о предпочтениях и особенностях быта, регулируют особенности человеческого поведения и взаимоотношений.

Базовые ценности являются прочной основой культуры, и их надежным хранителем выступает язык (Ларина, Озюменко 2016: 59). Эффективность взаимодействия между людьми не может быть обеспечена, если они не осознают оценочно-ценностного содержания языковых единиц, которые используют в процессе общения. В результате различий в оценочном знаке может возникнуть ценностный конфликт как между представителями разных культур, так и в рамках одной культуры. «Оценки и ценности, с одной стороны, достаточно устойчивы в определенном социокультурном пространстве, с другой стороны, эти значения текучи и изменчивы» (Богданова 2017: 730).

Оценочная лексика и в целом оценочность в языке представляют богатую почву для семантического анализа как в силу присущей им субъективности, так и большого количества различных оттенков значений (Goddar, Taboada, Trnavac 2019: 1). По мнению А. Вежбицкой, язык отражает действительность не напрямую, а через концептуализацию, интерпретацию мира человеком, в результате чего слова, характеризующие окружающий мир, могут быть в той же мере лингвоспецифичными, что и единицы, имеющие непосредственное отношение к традициям, ритуалам и верованиям (Wierzbicka 1992: 7) и к культуре в целом.

Еда и гастрономические пристрастия являются не только одним из важных культурных пластов, но и представляют собой важную научно-исследовательскую проблему, рассматриваемую в рамках ряда дисциплин. Изучение пищевых пристрастий различных эпох, в том числе античности (Павловская 2018) позволяет проследить эволюцию культуры человека. Сам «процесс принятия пищи – это не только базовая физиологическая потребность, но и важнейший культурно-бытовой ритуал, указывающий на принадлежность

индивидуума к той или иной этнической общности» (Чеснокова 2017: 50–51). Гастрономическим традициям французов и гурманству с точки зрения их отражения в языке посвящен ряд лингвистических исследований (Кургузенкова 2011, Логинова 2016 и др.). Разнообразные виды пищевых продуктов, традиции приготовления блюд, связанные с ними праздники и ритуалы имеют непосредственное отношение к основной системе ценностей народа (Борисова, Эбзеева 2019: 820; Leontovich 2016). О.С. Чеснокова обращает внимание на роль национальной кухни в «постижении и интерпретации культуры как системы, в которой сосуществуют прошлое, настоящее и будущее, ведущие непрерывный диалог» (Чеснокова 2006: 103). Как отмечает Ж.В. Кургузенкова (2011), еда и питье представляют для французов одно из наибольших удовольствий. Из напитков французы предпочитают вино. Большое количество языковых единиц, в частности фразеологических, иллюстрирует любовь французов к этому напитку, который они наделяют особыми свойствами: присваивают вину качественные характеристики человека (Кургузенкова 2011: 55). Трапеза для французов, ценителей высокой кухни, представляет собой «некий неорелигиозный ритуал». Их блюда популярны во всем мире, а одними из лучших вин считаются французские. Для бельгийцев характерны определенное преклонение перед едой и любовь к обильной трапезе, к простой и вкусно приготовленной пище.

Важная роль в контрастивно-семантических исследованиях отводится изучению языковых единиц, в которых максимально ярко и детально представлена концептуализация действительности носителем языка (Goddard, Wierzbicka 2008: 206). Хотя национальные черты находят проявление на всех языковых уровнях, наиболее очевидно они отражены в лексике, фразеологии, паремиологии. Именно паремиологический материал помогает выявить и систематизировать национально-культурные особенности языковой картины мира.

Термин *паремия* неоднозначен и рассматривается в лингвистике по-разному. Паремия – общее, родовое понятие для таких видов малых фольклорных форм, как пословица, поговорка, примета, поверье, загадка, гадание, пожелание, прибаутка, присловье и пр. Особенности паремий являются такие изоморфные черты, как «традиционность, устойчивость, всеобщность и обобщенность, коллективное сознание, образно-символическая основа содержательного плана, аксиологический характер и связь с наивной картиной мира» (Бочина 2010: 71). Именно так он понимается в данной статье.

Исследование ценностей на основе анализа тематических классификаций словарей паремий нашло подробное отражение в трудах Л.Б. Савенковой на материале русского языка (Савенкова 2002) и Е.В. Ничипорчик на материале русского, белорусского, итальянского и немецкого языков (Ничипорчик 2015). Исследование тематических рубрик французских, русских и английского словарей в ракурсе изучения ценностных приоритетов было нами проведено и изложено в предыдущих работах (см., например, Нелюбова,

Ершов, Хильтбруннер 2019, Нелюбова 2019, Бредис, Ломакина 2020: 106–137 и др.).

Паремиологические единицы, представленные в рубриках словарей, связанных с едой, позволяют выявить символические образы, значимые для представителей рассматриваемых лингвокультур. К тому же необходимо отметить отражение в языке в целом и в паремиях в частности ряда аспектов, связанных с удовлетворением потребности человека в еде: физиологических, социально-культурных, личностных, коммуникативных. Указанные выше компоненты находят выражение в том числе во французских и бельгийских паремиях, находящихся в центре нашего внимания. Их представленность и численное соотношение в словарях пословиц и поговорок позволяют судить о степени их ценности в языковом сознании обоих этносов.

3. Материал и методология исследования

Материалом исследования послужила авторская картотека паремий, включающая 202 единицы, извлеченные из словаря пословиц и поговорок французского языка (Montreynaud, Pierron, Suzzoni 2006), а также словаря пословиц и поговорок бельгийской франкофонии (Pirart, Maury 1989). В процессе изучения материала, проведенного с использованием описательно-аналитического, лингвокультурологического методов и метода сплошной выборки, был осуществлен количественный и семантический анализ паремиологического фонда, который показал, что наиболее значимыми для носителей языка являются те темы, на которые приходится больше всего паремиологических единиц в словаре.

Методика, использованная в данной статье при построении иерархии ценностей, была апробирована и детально описана нами ранее в процессе сопоставительного исследования, проведенного на материале русского, французского и английского языков (Бредис, Ломакина 2020: 107). Она включает ряд этапов. На первом этапе производится выбор аутентичных словарей с тематической организацией пословиц. Второй этап включает изучение наименований рубрик, прямо или косвенно отражающих основные этнокультурные ценности. На третьем этапе осуществляется подсчет количества пословиц в рамках каждой выбранной рубрики или рубрик, соответствующих определенной ценности. Четвертый этап предполагает расположение тем в порядке убывания количества пословичных единиц, что позволяет выстроить общую картину иерархии ценностей. На пятом этапе производится выявление и описание базовых ценностных ориентиров изучаемого этноса или этносов в их сопоставлении.

Необходимо уточнить, что в словаре французских паремий выделены также единицы, относящиеся к различным вариантам французского языка (подробнее см. Нелюбова 2019), которые в данной статье не рассматриваются, а в бельгийском сборнике подавляющее большинство составляют общезападные паремии, что объясняется, помимо языкового фактора,

непосредственной географической близостью стран, историческими событиями, социальными отношениями и политическими контактами. Для проведения настоящего исследования важно, что выбор данных паремиологических единиц и их тематики осуществлялся бельгийскими лексикографами, как и их отнесенность к бельгийской франкофонии.

Единицы паремиологического фонда обоих вариантов французского языка представлены в рамках тематической классификации, включающей большие рубрики, поделенные, в свою очередь, на подрубрики. Проводя подобное исследование, невозможно отрицать фактор субъективности, имеющий место при формировании рубрик в словарях и их номинации, так как любая классификация всегда зависит от задач, которые ставит перед собой лексикограф (Zouogbo 2009: 140). Действительно, часто классификация пословиц не является универсальной и соответствует лишь точке зрения определенного автора, более того, одна и та же единица может встречаться несколько раз в разных темах (Cadio, Visetti 2006: 317). Однако в процессе изучения ценностного аспекта пословиц данные факторы не препятствуют получению адекватных результатов, т.к. упоминание одной и той же паремии в разных рубриках свидетельствуют о степени важности той или иной ценности. В целом в рамках нашего исследования мы придерживаемся мнения, что названия рубрик, указанные в лексикографических источниках, соответствуют основным концептосферам, а тематический потенциал пословиц соответствует доминантам как традиционной, так и современной жизни (Мокиенко, Никитина 2011: 11). Таким образом, «количественное превосходство паремий, представленных в той или иной рубрике, говорит о месте определенной ценности в системе ценностных констант нации» (Комова, Ломакина 2019: 80).

На основе полученного материала могут быть рассмотрены отдельно взятые ценности путем анализа семантики, в том числе оценочной, пословичных единиц, представленных в выбранной тематической рубрике или рубриках. Среди них в отдельную, достаточно обширную по объему рубрику, выделяются темы, касающиеся гурманства, еды и напитков.

4. Анализ материала

Во французском словаре пословиц и поговорок (Montreynaud, Pierron, Suzzonni 2006), выбранном нами на первом этапе исследования, выделена 21 рубрика, в каждой из которых представлены подрубрики. Результаты 2–4 этапов показали, что иерархия тем, служащих названиями рубрик, представляющих пословицы Франции, в порядке убывания количественного показателя выглядит следующим образом (об иерархии рубрик, охватывающих все варианты французского языка, см. Нелюбова, Ершов, Хильтбруннер 2019, Нелюбова 2019).

Таблица 1

Тематика французских паремий (названия рубрик): количественные показатели

№	Название рубрик в словаре	Перевод на русский язык	Количество единиц
1.	Les animaux domestiques	Домашние животные	208
2.	L'homme: le corps, les actes, la vie	Человек: тело, поступки, жизнь	202
3.	Les échanges et les biens	Обмен и блага	182
4.	Le bestiaire	Животный мир	132
5.	La vie domestique	Домашняя жизнь	108
6.	La religion	Религия	106
7.	Conditions et milieux sociaux	Социальные условия и слои	105
8.	La nature	Природа	104
9.	Logique des actions	Логика поступков	96
10.	Relations humaines	Человеческие взаимоотношения	93
11.	La communication	Общение	91
12.	Le travail de la terre	Земледелие	89
13.	La nourriture, la table	Еда, стол	87
14.	Les objets usuels	Предметы быта	76
15.	Morale et vision du monde	Мораль и миропонимание	66
16.	Le droit et la justice	Право и правосудие	62
17.	Voyages	Путешествия	53
18.	La guerre et les armes	Война и оружие	47
19.	Métiers et monde du travail	Ремесла и труд	47
20.	Le drap et l'habit	Белье и одежда	41
21.	Activités intellectuelles	Умственная деятельность	23

Авторами бельгийского словаря все паремии разделены на 8 рубрик.

Таблица 2

Тематика бельгийских паремий (названия рубрик): количественные показатели

№	Название рубрик в словаре	Перевод на русский язык	Количество единиц
1.	Le temps	Погода / Время	330
2.	L'homme, qualités et défauts	Человек, его достоинства и недостатки	238
3.	L'argent	Деньги	187
4.	La nature	Природа	115
5.	La conversation	Беседа	96
6.	L'amour et l'amitié	Любовь и дружба	90
7.	La morale de cette histoire	Мораль сей истории	90
8.	La nourriture et la boisson	Еда и напитки	81

Как следует из приведенных выше данных, в рамках рубрики «La nourriture, la table» (еда, стол) в словаре французских паремий представлено 87 единиц из 2018. Однако более детальную картину восприятия еды и гурманства двумя этносами позволяет получить изучение подрубрик. В частности, в составе рубрики «Le travail de la terre» (земледелие) французского словаря выделена отдельная подрубрика «La vigne, les vendanges et le vin» (лоза, сбор винограда, вино), представленная 34 паремиями. То есть общее количество французских единиц гастрономической тематики составляет 121 из 2052. В рубрике «La nourriture et la boisson» (еда и напитки) в словаре бельгийских пословиц приведена 81 единица из 1227.

Приведем ниже данные о количественном соотношении подрубрик французского словаря, связанных с темой гурманства, еды и напитков.

Таблица 3

Тематика французских паремий (названия подрубрик): количественные показатели

№	Название тем подрубрик	Перевод	Количество
1.	Le pain	Хлеб	16
2.	Les aliments, la viande et le poisson	Продукты, мясо и рыба	13
3.	La table	Стол	10
4.	Le beurre et le lard	Сливочное масло и сало	10
5.	L'homme et le vin	Человек и вино	10
6.	Le vin et la santé	Вино и здоровье	9
7.	Les qualités du vin	Качества вина	8
8.	La vigne, les vendanges et le vin	Лоза, сбор винограда, вино (общий раздел)	7
9.	La faim	Голод	5
10.	La cuisine	Кухня	5
11.	Le miel	Мёд	5
12.	Les assaisonnements	Приправы	4
13.	Le goût et les goûts	Вкус и вкусы	4
14.	L'appétit	Аппетит	4
15.	La gourmandise	Гурманство, чревоугодие	4
16.	Le fromage	Сыр	4
17.	Autres aliments	Другие продукты	3

Анализ подрубрик французского словаря позволил вывить следующее.

В паремиях подчеркивается, что принятие пищи, в первую очередь – жизненная необходимость (см. ниже: пример 1), переизбыток оценивается отрицательно, что также зафиксировано в ряде единиц, выделенных в рамках подрубрики «La gourmandise» (гурманство, чревоугодие) (2–5):

- (1) *Il faut manger pour vivre et non vivre pour manger* (Нужно есть, чтобы жить, а не жить, чтобы есть);
- (2) *Trop à manger, peu d'appétit* (Чем больше еды, тем хуже аппетит);
- (3) *La gourmandise tue plus de gens que l'épée* (Чревоугодие губит больше людей, чем оружие (шпага));
- (4) *Les gourmands font leur fosse avec leurs dents* (Любители поесть роют себе могилу своими же зубами);
- (5) *Deux gloutons ne s'accordent point en une même assiette* (Два обжоры не поделят одну тарелку).

Неодобрение чревоугодия косвенно свидетельствует о важности *здоровья*, позволяя выделить его в качестве сопредельной ценности.

Исследованный материал позволил также выявить ряд примеров (6–9), отражающих различные жизненные ситуации, связанные с моментом приема пищи, называя их либо напрямую, либо метафорически:

- (6) *Bien jeûne le jour qui le soir a assez à manger* (Хорошо голодать днем, когда вечером есть, что поесть);
- (7) *Mal soupe qui tard dîne* (Плохо ужинает тот, кто поздно обедает);
- (8) *Le manger fait réveiller le boire* (Еда пробуждает жажду);
- (9) *Où nous avons dîné, nous souperons* (Где пообедали, там и поужинаем).

Подрубрика «La table» (стол) включает 11 единиц, которые описывают отношение к столу и еде в общем. Отдельно представлена подрубрика «La faim» (голод) (10–12):

- (10) *À qui a faim, tout est pain* (Для того, кто голоден, все покажется хлебом);
- (11) *Faim fait dîner, passe temps souper* (Обедают от голода, а ужинают от безделья);
- (12) *La faim étouffe l'orgueil* (Голод задушит и гордость) и др.

Паремии о вкусе (подрубрика «Le goût et les goûts») касаются не только вкусных блюд, но и тем одежды, внешности, то есть вкуса в целом (13–15):

- (13) *Des goûts et des couleurs on ne discute pas* (О вкусах не спорят);
- (14) *Morceau avalé n'a plus de goût* (Съеденный кусок вкуса больше не имеет);
- (15) *Mange à ton goût et habille-toi au goût des autres* (Ешь по своему вкусу, а одевайся по вкусу других).

Отдельная подрубрика «L'appétit» (аппетит) включает 4 единицы:

- (16) *L'appétit vient en mangeant* (Аппетит приходит во время еды);
- (17) *Il n'est sauce que d'appétit* (Лучший соус – это аппетит; Голод – лучший повар);
- (18) *Pain dérobé réveille l'appétit* (Украденный хлеб пробуждает аппетит; Запретный плод сладок).

Наш материал свидетельствует также о важности в языковом сознании французов отдельных продуктов питания, в первую очередь, хлеба (19–23). Одноименная рубрика «Le pain» является самой многочисленной и включает 16 единиц. Хлеб – не просто сытное дополнение к блюду, а полноценная пища, способная утолить голод, особенно там, где в определенные исторические периоды продукты питания стоили дорого (19–20):

- (19) *Il vaud mieux pain sans nappe que nappe sans pain* (Лучше хлеб без стола (скатерти), чем стол без хлеба);
- (20) *Les peines sont bonnes avec le pain* (С хлебом и горе не беда).

В сборнике французских паремий выделена целая подрубрика, объединяющая 18 единиц с лексемой «le pain» (хлеб). В некоторых паремиях хлеб является символом радости, праздника, достатка. Французы ставят его в один ценностный ряд с вином (21):

- (21) *Le pain et le vin sont le commencement d'un festin* (С хлеба и вина праздник начинается).

Постулируется уважительное, бережное и бережливое отношение к хлебу, который достается с большим трудом, а большой кусок хлеба и особенно белый хлеб ассоциируются с процветанием и успехом (22–23):

- (22) *Nul pain sans peine* (Без труда хлеба не видать);

(23) *Si tu manges ton pain blanc en premier, tu manges ton pain noir plus tard* (Сегодня густо, а завтра пусто; Пирог до того доведут, что и хлеба не дадут).

Кроме того, как показал наш анализ, значимыми и символичными для французов являются и другие продукты, которые вошли в состав паремий (24–28) и стали названиями отдельных подрубок (см. табл. 3):

(24) *Après la viande vient le fromage* (Сыр подают после мяса);

(25) *Nul miel sans fiel* (Нет меда без горечи);

(26) *Vieille viande fait bonne soupe* (Мясо старое, а суп вкусный);

(27) *La sauce fait passer le poisson* (С соусом и рыба вкуснее).

Лексемы – наименования блюд и продуктов питания использованы в материале словаря как в прямом, так и в переносном значении. Например, паремия о том, что после мяса едят сыр (24), отражает французскую традицию, согласно которой сыр, как правило разных сортов, подается после мяса, поскольку способствует пищеварению, нейтрализует вкус только что съеденного основного блюда. В паремии о мёде и горечи (25) говорится о том, что не бывает успеха без поражения, а паремия о масле (28) описывает жизненную ситуацию, в которой, играя с огнем, невозможно не обжечься:

(28) *Qui approche le beurre du feu ne l'empêche pas de fondre* (Если поднести масло к огню, оно растает).

Мёд, сливочное масло и сало являются символами достатка. Анализ функционирования компонентов – названий продуктов в нашем материале позволяет выявить и некоторые сопредельные ценности, в частности, *достаток (богатство)* и *радость (счастье)*. *Голод* и *нищета*, как и *горе* и *беды* выступают в паремиях как антиценности. Паремии с компонентом *вкус* позволяют выделить его в широком значении как отдельную сопредельную гастрономии ценность.

Анализ показал, что отдельное внимание во французских паремиях уделяется теме «вино». Метафорический образ вина, как и виноградника, используется для характеристики различных жизненных ситуаций и выражения народной мудрости (29–37). Например, следующая пословица (29) обозначает, что все в природе устроено наилучшим образом или подобное притягивает подобное:

(29) *Il ne pleut que sur la vendange* (Дождь идет только там, где есть виноградник – Где вода была, там и будет, где деньга была, там и накопится),

а паремиологическая единица (30):

(30) *De bois noué courent grandes vendanges* (Узловатое дерево дает хороший урожай)

– что неприметный человек может творить великие дела;

(31) *Toujours le vin sent son terroir* (Вино всегда имеет запах своей земли)

– по человеку всегда видно, откуда он и каков. Французы могут ценить вино больше, чем воду:

(32) *Les méchants sont les buveurs d'eau* (Злые люди предпочитают пить воду).

Как свидетельствует изученный материал, в основном пословицы о вине имеют положительную коннотацию, но иногда могут содержать и отрицательную оценку, связывая чрезмерное употребление вина или употребление плохого вина с проблемами здоровья (33–34):

(33) *Vin aigre nuit aux dents* (Кислое вино вредит зубам);

(34) *Chaque vin a sa lie* (Даже хорошее вино дает осадок).

Интересно, что в ряде паремий для выражения пользы того или иного продукта, например вина, используется в весьма ироничном смысле образ врача (35–36):

(35) *On voit plus de vieux ivrognes que de vieux médecins* (Можно встретить больше старых пьяниц, чем старых врачей; Пьяницы живут дольше врачей);

(36) *Soupe aux choux au médecin ôte cinq sous* (Лучше щи есть, чем доктору платить).

Паремии о пользе определенных продуктов питания также позволяют выявить уже указанную нами сопредельную ценность – *здоровье*, причем роль медицины в его поддержании весьма невелика, а образ доктора связан с человеком, который больше ценит деньги, а не здоровье пациента, не способен вылечить никого и в первую очередь самого себя, поэтому даже человек, страдающий пристрастием к алкоголю, может прожить дольше врача. *Болезнь* выступает как антиценность, а наступить она может от употребления некачественной или неправильно приготовленной пищи (37):

(37) *Veau mal cuit et poulet cru font les cimetières bossus* (От плохо приготовленного мяса можно и на кладбище попасть).

Последняя паремия демонстрирует сопредельную ценность *жизни* и антиценность *смерти*, к которой может привести болезнь от некачественной или неподходящей человеку пищи.

В целом достаточно похожая картина представлена в словаре бельгийских паремий. Различия наблюдаются в названиях некоторых подрубрик и принципе деления. Основная рубрика представлена как «*La nourriture et la boisson*» (питание и напитки) (81 единица), в рамках которой выделены всего лишь 4 подрубрики, то есть деление внутри рубрики не столь детализировано, как во французском материале.

Тематика бельгийских поговорок (названия подрубрик): количественные показатели

№	Название тем подрубрик	Перевод	Количество
1.	La gourmandise	Гурманство, чревоугодие	27
2.	Le goût	Вкус	25
3.	La boisson	Напитки	20
4.	Manières de table	Правила поведения за столом	9

Как и французы, бельгийцы – любители гастрономических удовольствий. Об этом свидетельствует численное превосходство подрубрики «La gourmandise» (гурманство, чревоугодие), представленной 27 единицами. Любовь к еде оценивается в основном положительно (38):

(38) *Bien boire et bien manger, c'est la moitié de la vie* (Хорошо есть и пить – половину жизни прожить/уже полдела),

даже если речь идет о чревоугодии, тяжелой и обильной пище. Некоторые поговорки данной подгруппы (39–42) касаются правил поведения за столом и одновременно содержат практические житейские советы:

(39) *Il ne faut pas laisser la nourriture dans le plat* (Не стоит оставлять пищу в тарелке);

(40) *Il ne faut pas laisser l'avoine dans le bac* (Не нужно оставлять овес в баке);

(41) *Une bonne tartine de beurre n'a jamais étranglé son maître* (Хороший бутерброд со сливочным маслом еще никому не навредил/никого не задушил);

(42) *Toute brebis qui bêle perd une bouchée* (Овца, которая блеет, свой кусок теряет – Кто за обедом много болтает, тот голодным бывает).

Такого рода поговорки объединены и в отдельную подрубрику «Manières de table» (правила поведения за столом) (43–45):

(43) *Il faut que tout le monde mange quand il est douze heures* (Нужно, чтобы в полдень все ели);

(44) *Après la panse, c'est la danse* (На полный желудок можно и потанцевать);

(45) *La propreté est une demi-nourriture* (Опрятность – это уже половина обеда).

Поговорки, ключевой темой которых является голод, представлены в подрубрике «La gourmandise (гурманство, чревоугодие)» (46–47):

(46) *Il ne faut pas sortir de table mourant de faim* (Не стоит выходить из-за стола, умирая от голода/если не наелся);

(47) *Quand la mangeoire est vide, la vache meugle* (Когда кормушка пуста, корова мычит).

Таким образом, в пословицах отмечается, что пища должна быть вкусной и плотной. Она может не только утолить голод, но и помочь отвлечься от тягостных мыслей. Всеми этому способствует хороший аппетит (48):

(48) *L'appétit est la meilleure de toutes les sauces* (Аппетит – лучший соус).

Подрубрика *Le goût* (вкус) также присутствует в картотеке бельгийских паремий и включает 25 единиц, большая часть которых построена на антитезе (49–50):

(49) *On fait une meilleure soupe dans une vieille marmite que dans une neuve*
(В старом котелке суп вкуснее, чем в новом);

(50) *Avec une crêpe ratée, on fait une bonne gaufre* (Из неудачного блина получается отличная вафля).

Материал показывает, что хороший *вкус*, который означает не только умение приготовить, подать и оценить блюдо, но и хорошо выглядеть, и даже разбираться в людях, представляет ценность для бельгийцев, как и для французов.

В бельгийских паремиях, в том числе для передачи различных метафорических смыслов, можно выявить упоминание следующих продуктов питания: *le beurre* (сливочное масло) (41); *le pain* (хлеб) (51); *l'oeuf* (яйцо) (52); *la tarte/le gâteau* (торт/пирог); *la sauce* (соус) (48, 53); *la soupe* (суп) (49) и др.:

(51) *Pain coupé n'a point de maître* (У отрезанного хлеба хозяина нет – Отрезанный ломоть может взять кто угодно);

(52) *Il ne faut pas gâter l'omelette pour un oeuf* (Не стоит портить весь омлет из-за одного испорченного яйца);

(53) *Bouche affamée ne cherche pas la sauce* (Голодному (рту) соус не нужен).

Упоминание хлеба и омлета в паремиях свидетельствует о значимости данных блюд и продуктов в рационе бельгийцев и об их символичности. Употребление данных лексем объяснимо тем, что они являются необходимыми продуктами для жизни человека. Сливочное масло ассоциируется с зажиточностью, богатством (на основе таких его признаков, как мягкость (отсюда легкость достижения успеха) и ценность), а яйцо воспринимается как обозначение очень малого количества чего-либо (как правило, денег). Все продукты питания отождествляются у бельгийцев, так или иначе, со степенью достатка. Таким образом и в бельгийских паремиях с гастрономическим компонентом легко выявляются сопредельные ценности и антиценности *достаток* и *богатство*, противоположные *бедности* и *голоду*.

Паремиографический материал показал, что в Бельгии не только сама еда, но и напитки являются важной составляющей гастрономических пристрастий. В сборнике бельгийских паремий 15 единиц подрубрики «*La boisson*» (напитки) содержат положительную оценку (54) и 5 – отрицательную, в частности, саркастическое отношение к чрезмерному употреблению алкоголя и состоянию человека, злоупотребляющего им (55):

(54) *Celui qui boit sans soif pourrait bien ne pas manger quand il aura faim*
(Тот, кто пьет без жажды, может не есть, когда голоден),

(55) *Les ivrognes et les pigeons sont les premiers levés* (Пьяницы и голуби просыпаются первыми).

В бельгийских паремиях гастрономической тематики, в отличие от французских, важен образ воды, которая символизирует жизнь, благо, то, что можно потерять и не всегда суметь обрести (56–58):

(56) *Il ne faut pas attendre qu'on ait soif pour tirer de l'eau du puits* (Не ждите, когда захочется пить, чтобы достать воды из колодца);

(57) *On n'a pas toujours l'eau comme on voudrait la boire* (Не всегда есть вода, когда хочется пить);

(58) *Quand on a bien soif, on boit dans les flaques d'eau* (Жажда заставит пить и из лужи).

Бельгийские паремии отражают в определенной степени культ вина (59–60):

(59) *Un verre de vin dans une vieille panse, c'est un étançon dans une vieille grange* (Рюмка вина в старом комодке как подпорка у старого амбара);

(60) *Bon vin n'a pas besoin d'enseigne* (Для хорошего вина марка не важна – Хороший товар сам себя хвалит).

Бельгийцы считают себя ценителями изысканных вин и предпочитают всегда иметь дома хотя бы немного этого напитка, однако пьянство подвергается осуждению (61–62):

(61) *On sait tout des enfants et des ivrognes* (Все узнается от детей и пьяниц);

(62) *Les ivrognes et les méchantes femmes meurent dans leur peau* (Пьяницы и злые женщины такими и умрут).

Данные паремии демонстрируют отрицательную оценку пьянства как порока. Сопредельная ценность *здоровья* выделяется как во французских, так и в бельгийских паремиях гастрономической тематики. Анализ бельгийских паремий позволяет выделить как сопредельную ценность *удовольствие*.

5. Результаты и выводы

В данной статье был рассмотрен французский и бельгийский паремиографический материал в аксиологическом аспекте. Результаты 1–4 этапа исследования позволили выявить приблизительную ценностную иерархию носителей французского языка Франции и Бельгии. Пятый (сопоставительный) этап показал, что еда и гурманство занимают важное место в иерархии ценностей двух этносов. В целом, хотя авторы словаря французских пословиц отмечают в комментарии, что паремии отражают скорее устаревшие гастрономические традиции (Montreynaud, Pierron, Suzzoni, 2006: 83), достаточно высокая частотность использования в них гастрономического компонента в качестве метафорического образа свидетельствует о значимости данной тематики и в современном ценностном пространстве французов и бельгийцев.

На тему гурманства, еды и напитков представлено 5,9% всех французских паремий и 6,6% бельгийских. Названия рубрик и подрубрик во французском материале во многом совпадают, однако во французском словаре имеет место более дробное и детальное представление данной проблематики, что подтверждается большим количеством подрубрик. Более половины паремий гастрономической тематики содержат положительную оценку. Французы почитают сам процесс принятия пищи, он является предметом наслаждения, но в то же время, и в первую очередь, он представляет собой жизненную необходимость. И французы, и бельгийцы являются ценителями вкусной еды, которая ассоциируется с жизненными радостями и удовольствиями. Отрицательную оценку содержат французские паремии о пагубном влиянии чрезмерного употребления пищи. В бельгийском материале выявлена только одна паремия, осуждающая переедание.

Некоторые продукты питания (хлеб, мясо, масло, яйца) являются символическими для обоих этносов. Во Франции, как и во многих других странах, особое отношение сложилось к хлебу. Образ хлеба символизирует достаток, радость и сытость. Мёд, сливочное масло и сало для французов, масло и яйца для бельгийцев также ассоциируются со степенью достатка. Специфическими продуктами, послужившими названиями подрубрик во французском словаре, стали сыр, мёд и сало, а в бельгийском – яйцо и торт / пирог, что объясняется некоторой разницей в кулинарных традициях и предпочтениях. Французская подрубрика «Приправы» соотносима с бельгийской «Соусы».

Схожее отношение выявлено также к напиткам, в частности, к вину. Наш материал подтвердил высказанные ранее идеи исследователей о том, что для Франции вино и все, что связано с употреблением этого напитка, служит отражением национального характера и культуры, представляет для французов культурную ценность, объект национальной гордости, а вина производятся практически в каждом регионе страны (Логонова 2017: 135). Ценностные предпочтения этносов объединяет проявляющийся в большей степени у французов культ вина, хотя некоторые французские и бельгийские паремии выражают негативное отношение к его чрезмерному употреблению. В бельгийских паремиях значимым является символ воды, где она рассматривается как источник жизненных сил с точки зрения ее способности утолять жажду. Наш материал подтверждает неоднократно высказанную мысль о том, что вода сама по себе – «онтологически сакрально и профанно ценностный объект, ценность которого возрастает особенно там, где ее катастрофически не хватает» (Малинович 2011: 89). Однако большая вода (потоп, наводнение) несет с собой беды. Так, символ воды в паремиях позволяет выявить одновременно сопредельную ценность *жизни* и антиценность *смерти*, подчеркивая единство противоположностей в пределах одной ценностной диады (Байрамова, Бойчук 2012).

В ходе анализа французских и бельгийских паремий гастрономической тематики были выявлены схожие сопредельные ценности и противопоставляемые им антиценности: *богатство, достаток/бедность, голод; счастье/*

беда, несчастье; здоровье, удовольствие, жизнь/болезнь, смерть. Вкус также может быть рассмотрен как ценность и включает в себя широкую трактовку в рамках рассмотренных рубрик: еду, одежду, манеры и другие аспекты жизни.

Таким образом, проведенное исследование показало, что гастрономический компонент имеет важное значение в мировосприятии французов и бельгийцев, органично вписывается в систему ценностей двух этносов, активно взаимодействуя с ее другими частями.

6. Заключение

Результаты анализа, предложенного в данной статье, еще раз подтвердили тот факт, что паремиологический фонд языка является важным и адекватным источником аксиологической информации. Тот или иной способ членения мира, получающий отражение в названиях рубрик и подрубрик паремиографических источников, позволяет выявить ценностные константы этноса, а их количественный состав свидетельствует о степени важности той или иной ценности в языковом сознании и позволяет с определенной степенью относительности выстроить ценностную иерархию. Одной из важнейших жизненных ценностей и своеобразным зеркалом развития культуры народа является гастрономический аспект жизни, связанный с едой, напитками и гурманством. Сопоставительный анализ словарей французских и бельгийских паремий позволил выявить особенности восприятия данной ценности представителями двух этносов, а также сопредельные ценности и антиценности, каждая из которых органично взаимодействует с другими частями ценностной системы.

Не претендуя на абсолютную завершенность проведенного анализа, отметим, что его результаты могут послужить отправной точкой для дальнейшего изучения соотношения знаний о человеке, языке и культуре не только в рамках лингвистики, но и смежных дисциплин. К его перспективам относится возможность исследования различных ценностей на материале ряда языков и их вариантов, а также функционирования паремий в речи.

Благодарности

Авторы выражают благодарность редколлегии журнала *Russian Journal of Linguistics* и анонимным рецензентам за ценные рекомендации, которые стали для нас отправной точкой в процессе доработки статьи.

© Natalia Nelyubova, Polina Syomina & Vitalija Kazlauskiene, 2020



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ/REFERENCES

- Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. Москва: «Языки русской культуры», 1999. 896 с. [Arutjunova, Nina D. 1999. *Language and human world*. Moscow: Languages of Russian culture. 896].
- Богданова Л.И. Оценки и ценности в зеркале словарей русского языка // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2017. Т. 21. No 4. С. 729–748. [Bogdanova, Lyudmila I. 2017. The reflection of evaluation in Russian Language dictionaries. *Russian Journal of Linguistics* 21 (4). 729–748] doi 10.22363/2312-9182-2017-21-4-729-748.
- Борисова А.А., Эбзеева Ю.Н. Гастрономическая лексика как одна из особенностей нигерийского варианта английского языка // *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. No 3. 820–836. [Borisova, Anna A. & Juliya N. Ebzeeva. 2019. Gastronomic Vocabulary as a Feature of Nigerian English. *Russian Journal of Linguistics* 23 (3). 820–836] DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-3-820-836. 2019: 820.
- Бочина Т.Г. Приёмы контраста в русской паремике // II Congreso Internacional «La lengua y literatura rusas en el espacio educativo internacional: estado actual y perspectivas». Granada, 8–10 de septiembre de 2010. Tomo I. Granada, 2010. 69–73. [Bochina, Tat'yana G. 2010. Methods of contrast in the Russian paremics. *II Congreso Internacional «La lengua y literatura rusas en el espacio educativo internacional: estado actual y perspectivas»*. Granada, 8-10 de septiembre de 2010. Tomo I. Granada. 69–73].
- Бредис М.А. Человек и деньги: Очерки о пословицах русских и не только. СПб.: Петербургское востоковедение, 2019. 296. [Bredis, Mikhail A. 2019. *Man and Money: Essays on Russian Proverbs and More*. SPb: Peterburg Oriental Studies. 296].
- Бредис М.А., Ломакина О.В. Паремология без границ: монография / Е.Н. Антонова, М.А. Бредис, Т.Е. Владимирова, Л.Н. Гишкаева, Е.Е. Иванов, Е.И. Зиновьева, Д.Д. Комова, О.В. Ломакина, А.С. Макарова, В.М. Мокиенко, Н.Ю. Нелюбова, Е.К. Николаева, Е.И. Селиверстова, Н.Н. Семененко, Ф.Г. Фаткуллина, Р.Х. Хайруллина, Ц. Цао; под ред. М.А. Бредиса, О.В. Ломакиной. Москва: РУДН, 2020. 244. [Bredis, Mikhail A. & Olga V. Lomakina (eds.). 2020. *Paremiologija bez granic: monograph*. Moscow: RUDN Publ. 244].
- Ивин А.А. Аксиология. Москва: Высшая школа, 2006. 390. [Ivin Aleksandr A. 2006. *Axiology*. Moscow: Vysshaja shkola Publ. 390].
- Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: ГНОЗИС, 2004. 389. [Karasik, Vladimir I. 2004. *Language circle: personality, concepts, discourse*. М.: GNOZIS. 389].
- Козлова Л.А. Этнокультурный потенциал залоговых форм и его дискурсная актуализация. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика 2018. Т. 22. No 4. 874–894. [Kozlova Lyudmila A. 2018. The Ethnocultural Potential of Voice Forms and its Discourse Actualization. *Russian Journal of Linguistics* 22 (4). 874–894] doi 10.22363/2312-9182-2018-22-4-874-894.
- Комова Д.Д., Ломакина О.В. Словарное и дискурсивное направления реконструкции паремiologicalической картины мира: опыт интерпретации (на материале русского языка) // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. 2019. № 3 (103). Ч. 1. 78–86. [Komova Dar'ya D. & Olga V. Lomakina. 2019. Vocabulary and discursive directions in the reconstruction of the paremiological picture of the world: the experience of interpretation (based on the material of the Russian language). *Vestnik of Yakovlev Chuvash State Pedagogical University* 78–86].
- Кургузенкова Ж.В. Идентификация основных черт французского национального характера путем анализа способов когнитивного моделирования во французской

- фразеологии // Вестник РУДН, серия Лингвистика, 2011. № 3. 52–56. [Kurguzenkova, Zhanna V. 2011. Identification of the main features of the French national character by analyzing the methods of cognitive modeling in French phraseology. *Russian Journal of Linguistics* 3. 52–56].
- Ларина Т.В., Озюменко В.И. Этническая идентичность и ее проявление в языке и коммуникации. *Cuadernos de Rusística Española*. 12. 2016, 57–68. [Larina, Tatiana V. & Vladimir I. Ozyumenko. 2016. Ethnic identity and its manifestation in language and communication. *Cuadernos de Rusística Española* 12. 57–68].
- Логинова П.Г. Лингвокультурный концепт «вино» в языковом сознании французов // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 2. С. 31–45. [Loginova, Polina G. 2016. Linguistic and cultural concept “wine” in the language mentality of the French people. *Russian Journal of Linguistics* 20 (2). 31–45].
- Малинович Ю.М. Иерархия ценностей внешнего мира и внутреннего мира человека // Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов: коллективная монография. Москва: ТЕЗАУРУС, 2011. 352. [Malinovich, Yurii M. 2011. *The hierarchy of values of the external world and the internal world of man. Linguistics and Axiology: Ethnosemiology of Value Meaning*. Moscow: THESAURUS. 352].
- Маслова В.А. Национальный характер сквозь призму языка: монография. Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2011. 76 с. [Maslova, Valentina A. 2011. *National character through the language: monograph*. Vitebsk: VSU Publ. 76].
- Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Народная мудрость. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2011. 416 с. [Mokienko, Valerii M. & Tatiana G. Nikitina. 2011. *Folk wisdom*. Moscow: CJSC “OLMA Media Group”. 416].
- Нелюбова Н.Ю., Хильтбруннер В.И., Ершов В.И. Отражение иерархии ценностей в пословичном фонде русского и французского языков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. No 1. С. 223–243. [Neljubova, Natalia Ju., Hil'tbrunner, Viktoriya I. & Viktor I. Ershov. 2019. The Reflection of the Hierarchy of Values in the Proverbial Fund of the Russian and French languages). *Russian Journal of Linguistics* 23 (1). 223–243] DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-223-243.
- Нелюбова Н.Ю. Отражение этнокультурных ценностей в пословицах франкоязычных стран // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10 (2). 323–335. [Nelyubova, Natalia Yu. 2019. Representation of ethno-cultural values in the proverbs of French-speaking countries. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics* 10 (2). 323–335] DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-2-323-335.
- Ничипорчик Е. В. Отражение ценностных ориентаций в поговорках. Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2015. 358 с. [Nichiporchik, Elena V. 2015. *The Reflection of value orientations in proverbs*. Gomel: Francisk Skorina Gomel State University Publ. 358].
- Павловская А.В. Искусство еды. Москва: Ломоносовъ. 2018. 352 с. [Pavlovskaya, Anna V. 2018. *Food art*. Moscow: Lomonosov. 352].
- Савенкова Л.Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты. Ростов н/Д: Изд. Рост. ун-та, 2002. 240 с. [Savenkova, Lyudmila B. 2002. *Russian paremiology: semantic and linguocultural aspects*. Rostov State University. 240].
- Чеснокова О.С. Испанский язык Мексики: Языковая картина мира. Москва: РУДН, 2006. 238 с. [Chesnokova, Olga S. 2006. *Russian Journal of Linguistics*. Moscow: RUDN Publ. 238].
- Чеснокова О.С., Фернандес Санчес Ю.В. Гастрономический тезаурус испанцев и басков через призму юмористического дискурса // Вестник Томского государственного университета 425. 2017. 50–58. [Chesnokova, Olga S. & Fernandes Sanches Ju. V. 2017.

- Gastronomic Thesaurus of Spanish and Basque in the light of humorous discourse. *Vestnik of Tomsk State University* 425. 50–58].
- Bromhead, Helen & Zhengdao Ye (eds.). 2020. *Meaning, Life and Culture: In Conversation with Anna Wierzbicka*. Canberra: Australian National University Press.
- Gladkova, Anna. 2015. Grammatical structures in cross-cultural comparisons. *Russian Journal of Linguistics* 4. 52–56.
- Goddard, Cliff & Anna Wierzbicka. 2008. *Universal human concepts as a basis for contrastive linguistic semantics*. Amsterdam: John Benjamins. 205–226.
- Goddard, Cliff, Maite Taboada & Radoslava Trnavac. 2019. The semantics of evaluational adjectives: Perspectives from Natural Semantic Metalanguage and Appraisal. *Functions of Language* 26(3). 1–39.
- Larina, Tatiana, Vladimir Ozyumenko & Svetlana Kurteš. 2017. I-identity vs WE-identity in language and discourse: Anglo-Slavonic perspectives. *Lodz Papers in Pragmatics* 13 (1). 109–128.
- Larina, Tatiana, Arto Mustajoki & Ekaterina Protassova. 2017. Dimensions of Russian culture and mind. In Katja Lehtisaari & Arto Mustajoki (eds.), *Philosophical and Cultural Interpretations of Russian Modernisation. Series: Studies in Contemporary Russia*. London/New-York: Routledge, 7–19.
- Larina, Tatiana & Olga Leontovich. 2015. Too many walls and not enough bridges: the importance of intercultural communication studies. *Russian Journal of Linguistics* 4. 9–16.
- Larina, Tatiana. 2015. Culture-specific communicative styles as a framework for interpreting linguistic and cultural idiosyncrasies. *International Review of Pragmatics* 7 (5). *Special issue: Communicative Styles and Genres*. 195–215.
- Larina, Tatiana. 2020. ‘Sense of privacy’ and ‘sense of elbow’: English vs Russian values and communicative styles. In Helen Bromhead & Zhengdao Ye (eds), *Meaning, Life and Culture: In Conversation with Anna Wierzbicka*. Canberra: Australian National University Press. 421–440.
- Leontovich, Olga. 2016. Garlic and love: gastronomic communication in an intercultural family. *International Conference on Communication in Multicultural Society, CMSC 2015, 6–8 December 2015. Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Moscow, Russian Federation. 236. 89–94.
- Schnurr, Stephanie & Olga Zayts. 2017. *Language and culture at work*. Routledge. 166.
- Sharifian, Farzard. 2017. *Cultural linguistics*. John Benjamins Publishing Company. 171.
- Visetti, Yves-Marie & Pierre Cadiot. 2006. *La question d’une classification des proverbes. Motifs et proverbes*. Paris, Presses Universitaires de France, collection ‘Formes sémiotiques’. 370.
- Wierzbicka, Anna. 1992. *Semantics, culture, and cognition: Universal human concepts in culture-specific configurations*. Oxford: Oxford University Press.
- Wierzbicka, Anna. 1997. *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. Oxford: OUP.
- Wierzbicka, Anna. 2002. Russian cultural scripts: The theory of cultural scripts and its applications. *Ethos* 30 (4). 401–432.
- Wierzbicka, Anna. 2006. *English: Meaning and Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Zouogbo, Jean-Philippe Claver. 2009. *Le proverbe entre langues et cultures*. Berne: Peter Lang.

Словари/Dictionaries

- Байрамова Л.К., Бойчук В.А. Аксиологический словарь фразеологизмов-библейзмов на русском, украинском, белорусском, болгарском, польском, чешском, английском, немецком, французском языках: [словарь ценностей и антиценностей]. Казань:

Центр инновационных технологий. 352 с. [Bajramova, Luiza K. & Vasilii A. Bojchuk. 2012. *Axiological Dictionary of phraseology-biblicisms in Russian, Ukrainian, Belarusian, Bulgarian, Polish, Czech, English, German, French: [Dictionary of values and anti-values]*. Kazan: The centre of innovation technology. 352].

Montreynaud F., Pierron A., Suzzonni F. 2006. *Dictionnaire de proverbes et dictons*. Paris: Le Robert. 491.

Pirart F., Maury P. 1989. *Proverbes et dictons de Belgique francophone*. Rivages. 180.

Article history:

Received: 17 July 2020

Revised: 20 October 2020

Accepted: 24 October 2020

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 17 июля 2020

Дата принятия к печати: 24 октября 2020

Сведения об авторах:

Наталья Юрьевна НЕЛЮБОВА – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета РУДН. Сфера научных интересов: сравнительное и типологическое языкознание, ценностные ориентиры различных народов и их отражение в языке, паремиология различных языков, исследования в области французского языка (фонетика, морфология, лексика, фразеология).

Контактная информация:

Российский университет дружбы народов (РУДН), ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, 117198, Россия

e-mail: neliubova-nyu@rudn.ru

ORCID ID: 0000-0002-6538-8267

Полина Сергеевна СЁМИНА – аспирантка 3 курса аспирантуры направления 45.06.01 «Языкознание и литературоведение» РУДН. Сфера научных интересов: изучение языковых особенностей бельгийского варианта французского языка, выявление ведущих концептов французов и бельгийцев на различном языковом материале.

Контактная информация:

Российский университет дружбы народов (РУДН), ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, 117198, Россия

e-mail: karpovapauline@gmail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4215-7204

Виталия КАЗЛАУСКЕНЕ – кандидат филологических наук, ассистент кафедры французского языка филологического факультета Вильнюсского университета. Сфера научных интересов: сравнительное языкознание, ценностные ориентиры различных народов и их отражение в языке, корпусная лингвистика, социолингвистика, исследования в области изучения французского языка как иностранного.

Контактная информация:

e-mail: vitalija.kazlauskiene@flf.vu.lt

ORCID ID: 0000-0003-0505-7770

Bionotes:

Natalia U. NELYUBOVA, is Doctor, Associate Professor, Foreign Languages Department, RUDN University, Moscow, Russia. *Research interests*: comparative and typological linguistics; cultural values and their reflection at language; proverbs and sayings in different languages; French phonetics, morphology, vocabulary and phraseology.

Contact information:

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 6 Mikluho-Maklaya str., Moscow, 117198, Russia.

e-mail: neliubova-nyu@rudn.ru

ORCID ID: 0000-0002-6538-8267

Polina S. SYOMINA, is a post-graduate student in Romance languages at RUDN University, Moscow, Russia. Her research interests are focused on Belgian variety of French and its linguacultural specificities.

Contact information:

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 6 Mikluho-Maklaya str., Moscow, 117198, Russia.

e-mail: karpovapauline@gmail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4215-7204

Vitalija KAZLAUSKIENE, holds PhD in teaching assistant at the Faculty of Philology, Vilnius University, Vilnius, Lithuania. Her research interests include comparative linguistics, cultural values and their reflection in language, corpus linguistics, sociolinguistics, French second language acquisition.

Contact information:

e-mail: vitalija.kazlauskiene@flf.vu.lt

ORCID ID: 0000-0003-0505-7770