

ФОЛЬКЛОРНИЙ КОМПЛІМЕНТ У МІЖКУЛЬТУРНИЙ КОМУНІКАЦІЇ (на матеріалі флористичної лексики та усталених народних порівнянь)

У статті зроблено лінгвокультурологічний аналіз флоронімів у фольклорних компліментах, досліджено деякі особливості їх використання у різних мовах, а також визначено функції окремих назв квіток у різних культурах, зокрема в європейській та східній. Особливу увагу приділено усталеним народним порівнянням з флористичним компонентом.

Ключові слова: фольклорний комплімент, усталене народне порівняння, флоронім, флористична лексика, міжкультурне спілкування.

Колесникова И.А Фольклорный комплимент в межкультурной коммуникации (на материале флористической лексики и устойчивых народных сравнений). *В статье представлен лингвокультурологический анализ флоронимов в фольклорных комплиментах, изучены некоторые особенности их использования в разных языках, а также определены функции отдельных названий цветов в разных культурах (европейской и восточной). Особое внимание уделено устойчивым народным сравнениям с флористическим компонентом.*

Ключевые слова: фольклорный комплимент, устойчивое народное сравнение, флороним, флористическая лексика, межкультурная коммуникация.

Колесникова И.А Фольклорный комплимент в межкультурной коммуникации (на материале флористической лексики и устойчивых народных сравнений). *Compliment – complex specific occurrence, which gather several vectors of communication, as well as personal, intercultural, linguoculturological and others.*

The actuality of investigation of folklore compliment with components-floronims, is caused by the necessity of having of the by ethnocultural information, by the communicants that uncovers the specifying of the complimentary communication between the representatives of the different cultures and specialities of functioning of these units in various languages. This will permit to avoid undesirable etiquette and ethnocultural mistakes, and will make a compliment an active and un-failing method of influencing the addressee, and also will give an opportunity to predict the reaction of the other culture vector at compliment, it is a product of the ethnical mentality.

The goal of the article is to learn the definition of concrete floronims and the particularities of their functioning in comparative clauses, and to mark the repertory of the names of the flowers, which are used in different languages, and to define floronims-tabu for complimentary expressions.

The task of the article:

- to classify the compliments with floristic component by functions which represent the name of the flower in various cultures;*
- to define the ethnostandards of similar compliments;*
- to find the marks of the compliments for different languages;*
- to highlight the variants of exclusive compliments containing floristic elements for separate cultural languages.*

The results of investigation:

- the functions of floronims in folklore compliments, that function in various languages are defined;*
- the crossing points of the symbols floronims in different cultures are found;*
- the international symbolism of floronims and exclusive symbols-names of flowers are demonstrated.*

Conclusion. The floristic component of folklore compliment is a part of national culture.

That's why the knowledge of its semantics' and nationally orientaited connotations are actual. Ignorance of this information can lead to misunderstanding between different ethnical groups, and in some occasions – up to intercultural conflicts, what is undesirable in conditions of a modern-global world.

Keywords: *folklore compliments, stable public comparison, floronym, floristic vocabulary, intercultural communication.*

Традиційно комплімент трактують як приємні, люб'язні слова, похвалу, лестощі. Він є своєрідним «місточком» для зближення комунікантів, а компліментарне мовлення вважають еталоном освіченості та ввічливої поведінки. Комплімент – продукт ораторського мистецтва, один з інструментів конструктивного вирішення конфліктів.

Нерідко комплімент кваліфікують як побутовий жанр, однак це не зовсім так. Він є обов'язковим складником дипломатичного етикету, зокрема дипломатичного листа; компонентом ділового та корпоративного спілкування, а також важливим елементом міжкультурної комунікації, оскільки, за влучним визначенням Ю. Лотмана, культура – це «символічний Всесвіт».

Як форма похвали, комплімент є дієвим і безвідмовним засобом впливу на адресата, тому що особистість завжди потребує позитивних емоцій та оптимально сприятливих умов для комунікації. Проте комплімент є складним специфічним явищем. Він акумулює декілька векторів комунікації, а саме: особистісний – ставлення адресанта і адресата до поняття «краса»; міжкультурний – є безпосереднім продуктом етнотикету тощо. Відомо, що представники різних культур, релігій сприймають компліментарний стиль спілкування неоднозначно. Так, реакція більшості європейців на нього буде позитивною, але у фінів він викличе здивування. Для японців, представників іншої культури, комплімент взагалі є неприйнятним. Отже, комплімент як складник етикету є феноменом і виразником національної культури, тому тексти компліментів потребують лінгвоетнічної адаптації для носіїв інших мов та ментальності.

Хоча вважається, що поняття «ментальність» увійшло в обіг у середині 50-х років ХХст. завдяки дослідженням французьких учених Ж. Люб'є і Р. Мандру, слід згадати, що ще у другій половині ХVІІІ ст. воно розроблялося Самійлом Величком, що знайшло втілення у його класифікації менталітету деяких народів, в основу чого автор поклав національну ідею. Так, у своєму «Літописі» Величок виділив основні риси менталітету українців (демократизм), поляків (аристократизм) та росіян (абсолютизм), що не втратило актуальності і зараз.

Етнічний менталітет, на думку Ф.С. Бацевича, – це категорія, що віддзеркалює внутрішню організацію і диференціацію ментальності, особливості розуму, душі, мислення, інваріант культури або групи культур, котрий, як правило, не усвідомлюється в межах цієї культури [1]. Ось чому важливою умовою адекватного крос-культурного спілкування є знання й прийняття інакшого стандарту висловлення похвали. Інваріант компліменту не є універсальним, оскільки він може поєднувати лише загальні етикетні моменти, які, перш за все, пов'язані із ввічливістю. Однак цікавим є саме те, що

відрізняє компліменти представників різних культур, зокрема інформація про зовнішність чи типові риси характеру людини, наприклад: *обличчя, як яйце, зерна гранату, гарбузове насіння, лебедина* (кит.); *непостійний, як кипляча рисова каша; боягузливий, як душа птаха* (кор.) [2]; молоду, красиву, бадьору, активну веселу дівчину німці порівнюють з комахами: *einflotter Kafer*. Особливо красивими вони вважають натуральну білявку, тому саме такою зображена Діва Марія на всіх іконах регіону, а більшість янголів і дітей мають світле волосся, порівн.: *blaue Augen* [3: 168]. Специфічними є і українські порівняння, наприклад: *гарна, мов печеричка* (шампіньон); *гарна, як квітка гайвка; молода, як у спасівку яглиця; страшний, як на кілку глек*; а також російські: *аккуратный, как немец; застенчивый, как барышня*; персидські: *акуратний, як циркуль, арфа сором'язливий, як сліпа дівчина* [4: 734]. Іноді спостерегаємо своєрідні перетини на рівні змісту подібних порівнянь, наприклад: *прекрасная, как майский день* (рос.) і *May Queen* (англ. – Королева травня, красуня).

Розглянемо компліменти, у складі яких є порівняння з флоронімами. Назва квітки і сама лексема «квітка» – найчастіший складник компліментів у різних мовах, порівн.: *лице свіже, як квітка, зірвана після дощу* (укр.); *красуня – чудовий лотос* (кит.). Специалізація флороніма не є універсальною в різних культурах так само, як і репертуар назв квіток для компліментів. Проаналізуємо «букет» лексем-флоронімів, що використовують для компліментарних висловлювань у різних мовах. Назва квітки може функціонувати як:

1) узагальнений символ краси: *as nice as a daily* (англ.); *belle comme une fleur* (франц.); *гарний як маків цвіт, як мак городній*;

2) ознака краси на даний момент: *військо іде, як мак цвіте*;

3) засіб градації рис людини: *ще мак сходить/ росте/ цвіте в голові* (молодий);

4) маркер швидкоплинності життя: *пішов мій вік, як маків цвіт*;

5) символ смерті: *маком сісти*. Таке трактування лексеми «мак» характерне для багатьох культур, порівн.: *«Маки, маки, красные маки, вечная память земли»* (рос.). В англійській культурі він теж уособлює смерть і вічний сон. Можемо констатувати асиметричність символізму флоронімів у різних культурах на прикладі слова *мак*. Так, у китайців *мак* як джерело опіуму уособлює розпад і зло, в українців – це символ кохання і смерті (вплітали *мак* у вінок ті дівчата, у яких родич загинув на війні), в англійців, крім названих вище значень, *мак* – це й символ забуття; для поляків та бельгійців – це національний символ (Red Poppy), а в персидській культурі *мак* – це символ життя, про що свідчать цитати з творів Омара Хайяма: *Жизнь расточай! За нею – полный мрак./ Где нивина, ни женщин, ни гуляк.../ Знай (но другим разбалтывать не стоит!)/ Осыпался и кончен красный мак!*

Українці використовували лексему *мак* не тільки у компліментах, а й в побажаннях та усталених народних етикетних формулах: *як нема світу світлішого над маківку, так нема роду ріднішого над матінку*. Подвійний семантичний вектор назви *мак* частково пояснюється міфологічною традицією;

6) символ пам'яті загиблих у військових конфліктах як сучасний

європейський інваріант. Ідею використання червоного маку у цій функції приписують Міоні Майкл, викладачці Університету Джорджії (листопад 1918 року). Приводом для цього стала поема Джона Маккрея «У полі Фландрії», де висвітлюються події Першої світової війни: «У полі Фландрії поміж хрестами/ Гойдає вітер мак рядами,/ Щоб знали, де ми є...» В Україні **мак** – символ шанування загиблих у Другій світовій війні.

Крім того, існують і окремі національні символи скорботи. У англійців ним є червоний **мак** і троянда, а у французів – волошка. Відомо, що у Франції **мак** – це й квітка янголів, тому ним прикрашають церкви та доріжки до них. Як бачимо, культурні символи для різних народів не завжди співпадають;

7) символ певної ознаки у різних культурах. Одним з найпоширеніших у порівняннях флоронімів є слово **лілея**: *as white as a lily* (англ.); *blanc comme un lis* (франц.); *біла, як лілея* (укр.). Конотації «біла, чиста» у флоронімі **лілія** теж пов'язані з міфологічною традицією. У християнстві цю квітку поєднували з Дівою Марією. Вона є національним символом Італії, Франції, з нею пов'язані історичні факти: Людовик VII зробив її символом королівської влади; цю квітку називають «райською» і дарують нареченій.

В українській мові ніжність і чистоту дівчини порівнюють з **ромашкою**: *чиста як ромашка*, а англійці у цій функції використовують **маргаритку**: *fresh as a daisy*, хоча нерідко конотацію «свіжа» передає і **троянда**: *as fresh as a rose*. **Ромашка** для українців – сакральна квітка: *ворожити на ромашці*. **Маргаритка** має й іншу назву – вічна красуня. Це квітка Пресвятої Діви Марії та лицарів. У німецькій народній назві **маргаритки** зафіксована цікава сема – міра кохання (*Maasliebchen*), її так само, як і **ромашку**, використовували при ворожбі. У поезії Альфонсіни Сторні «FumequieresBeansa» актуалізований народний іспанський символ: **маргаритка** – чистота і незайманість, порівн.: «... *щоб я зберігала незайманість ліній.../ щоб ні маргаритку не зала сестрою.../ Хочеш мене сніжну,/ Хочеш мене білу?/ Хочеш мене чисту?»* У французькій мові з назвою **маргаритка** пов'язане і дієслово *marguerite* (сивішати), що уособлюють її білі пелюстки.

У російській культурній традиції символом свіжості та чистоти дівчини є **конвалія**: *свежа, как ландыш*. В опері Римського-Корсакова «Снігуронька» вроду головної героїні порівнюють теж з **конвалією** – ніжна, тендітна краса; а в слов'янській міфології Снігуронька – печальна, білолиця красуня, сповнена нез'ясовної прохолодної чарівності. У фінів **конвалія** – національний символ країни. В українській культурі цей флоронім не є популярним, хоча з фольклору відомо, що цю квітку використовували під час запрошення до танцю: хлопець дарував дівчині букет **конвалій**. Обмін букетами навіть означав згоду на одруження. Якщо дівчина не давала такої згоди, то кидала букет на землю. Українським відповідником у порівняннях замість назви **конвалія** виступає лексема **ромашка**;

8) етнічний стандарт окремої частини обличчя або тіла людини: *обличчя подібне піону* (кит.), *goage comme une pivoine* (франц.). Назва **піон** пов'язана з легендарним лікарем Пеаном, який лікував богів і людей від ран. У східній

культури він є символом кохання і багатства. У Корей та Китаю це цар квітів, ознака аристократизму і весни, символ імператора. Освідчуючись у коханні, наречений дарує дівчині саме **пiон**. Омар Хаям теж порівнює жіночу красу із **пiоном**: *червона, як пiон*.

Найпопулярніший флоронім у східній культурі – **лотос**: *губи, як квітки лотоса; ніжки-лото* (кит., кор.), порівн. в українській мові: *губи повні і червоні, як калина*. На Сході ця рослина вважається священною. Вона символізує життя, здоров'я, славу, потомство.

Це символ учення Будди, проте ще з давніх часів **лотос** символізував місце зародження життя взагалі [7: 336]. Рабіндранат Тагор порівнює з **лотосом** схід сонця: *...солнце – лотос золотистый – раскрывает лепестки*. У греко-римській культурі **лотос** ототожнювали з Афродітою.

До етнічних порівнянь належать і приклади з флоронімом **нарцис**. Так, у Давній Персії з ним порівнювали форму ока красуні. Нарцис – одна з улюблених квіток китайців, що символізує пару закоханих та шлюб, так само, як і квітка персикового дерева. В англійській культурній традиції існує дві назви цієї квітки: *narcissus* (міфологічний символ егоїзму) та пасхальна весняна квітка *Easter lily*. **Нарцис** – національна квітка Уельсу.

Одним з українських етнічних стандартів можна вважати флоронім **рожа** (мальва): *врода, як повна рожа*. Про це свідчать і твори письменників-класиків, порівн.: *як панська рожа, що в саду цвіте* (Г. Квітка-Основ'яненко. Маруся);

9) евфемізм до лексики «повія». Нерідко флороніми та фітоніми у національних культурах використовують не тільки на позначення вродливості, а і як варіант енантіосемії (на позначення повії), наприклад: *artichoke, strawberry* (англ.), порівн.: *strawberry leaves* – переносне значення – герцогська гідність; *червоний мак, «золотий лотос»* (кит.). У Давньому Китаї незайману дівчину називали «*жовтою квіткою*», що як комплімент було популярним і в Турції, а повію китайці номінували «*квіткою з диму*». В українських народних піснях можна зустріти евфемізм до слова «повія» – фітонім *ящурка*;

10) емблема здоров'я, що в народі ототожнюється з красою: *кров з молоком; кров с молоком*, хоча існує і національно орієнтована калька, порівн.: *milk and roses*, у англійців функціонують дві ознаки здоров'я – біла, як молоко, і рум'яна, як троянда;

11) приклади перехрещення символів-флоронімів у різних культурах, тобто варіанти інтерлінгвальної символіки: *глаза, как васильки, лён* (рос.); *очі, як волошки, льон*. Спостерігаємо збіг флористичних метафор. **Волошка** – національний символ Німеччини та Естонії.

Однак для різних народів існують неоднакові «культурологічні рецепти». Так, для китайців **троянда** не є символом кохання, що є поширеною семантикою для європейців. У них це символ перемоги і квітка Пекіна. У російській традиції очі прийнято порівнювати з **незабудкою**: *глаза, как незабудки*, а в китайській – з квітами **персикового дерева**. В Японії **незабудка** асоціюється зі справжнім коханням, а англійці ототожнюють цю квітку з весняною королевою. Цікаву паралель можна провести між англійською

та українською назвами **незабудки**, порівн.: *люби-мене, люби-мене-не покинь* (укр.) та *forget-me-not* (англ.). Оригінальним є і український варіант флороніма **волошка** у значенні «румунка»: *брови, як у тій волошки; погана волошка* (Рахіра, героїня повісті «Земля» О. Кобилянської) – негативна характеристика жінки;

12) ексклюзивні символи-флороніми, які існують у всіх народів: **тубероза**. Цей приклад знаходимо в оповіданні «Незнайомка» Рабіндраната Тагора, представника бенгальської культури: *...дівчина подібна ніжній туберозі, що ледве розкрилась і своєю красою затьмарила куц. Тубероза* має різні назви, зокрема у Сінгапурі – *хінхiao* (те, на чому відпочиває нічний метелик); східноіндійська назва – раткірані (королева ночі). На Гавайях гірляндами з туберози прикрашають наречену, а в Індії – її сарі.

Чорнобривці – український національний символ, ознака жіночої та чоловічої краси: *козак чорнобривий; купив я вже черевички своїй чорнобривці* (у словнику Грінченка). Українці називали **чорнобривцями** і святкові чобітки (червоні халявки та чорні голівки). Індуси присвячували **чорнобривці** Крішні, а німці називали їх *студентською квіткою*.

До особливих українських назв квіток належать і такі, як **барвінок**: *хлопець молодий, як барвінок*; квіти **калини**: *дівчина чорнява та рум'яна, як калина*. Це символ української нареченої, порівн.: *...мов до шлюбу вбралася калина* і самої України. Сором'язливість, скромність дівчини англійці порівнюють з **трояндою** та **фіалкою**: *as modest as a rose, as a violet*. Китайці пов'язують з красою жінки квітки **дикої сливи** – *мейхуа*, яка символізує скромність, весну, щастя.

Улюбленим для компліментів у східній культурі є червоний **тюльпан**, з яким асоціюється червоний колір, порівн. в Омара Хайяма: *облито серце кров'ю, як тюльпан; щеки – огнений тюльпан; тюльпаноликая; я румянцем сравниться с тюльпаном могу*. Ця квітка – національний символ Угорщини та Голландії. Серед інших назв квіток, що асоціюються з красою, слід виділити **орхідею** – національний символ Сінгапуру, Колумбії, Венесуели. Китайці впевнені, що **орхідея** має найкращий аромат. Для них вона є символом дитинства, ніжності, скромності, а також це знак благородного вченого. Специфічним символом у різних культурах є **хризантема**: від жалобної квітки у деяких країнах Європи до символу душевного спокою для китайців, оскільки вона цвіте останньою. Це символ ученості. У Китаї є спеціальне свято **хризантеми**, яке співпадає зі святом літніх людей. **Хризантема** – один з національних символів Японії, що означає Батьківщину, благородство людської душі.

В європейській культурі найпоширеніший флоронім – **троянда**, оскільки вона асоціюється із Заходом, **лотос** – зі Сходом, а **хризантема** – з Дальнім Сходом. **Троянда** – символ Англії (*Tudor Rose*), її традиційна геральдична емблема. Вислів *English rose* англійці використовують як комплімент: *справжня англійська леді*. Для українського словосполучення *червоніти, як маків цвіт* існує англійський відповідник *blush like a rose*. У Давньому Римі вона була символом мовчання. У французькій культурі **троянда** – символ

сонця, ширих почуттів, зірки, богині любові і краси. Трояндовий сад у європейській культурі та літературі пов'язують з раєм. В Омара Хайяма *троянда* – уособлення красуні: *губи – рози лепестки; роза щёк; розоподобные губы и щёки*. Східний *лотос* називали *містичною трояндою*, переплітаючи дві великі культури. *Троянда* в Китаї означала незайманість дівчини і смерть; життя і смерть; небесну досконалість і земну пристрасть; час і вічність, тобто акумулювала семантику найважливіших антонімічних понять;

13) флороніми, пов'язані із жалобою та похованням, емоційним напруженням, не корелюють в різних культурах настільки, що одна і та сама квітка може використовуватися з протилежною метою, що може ускладнити і навіть порушити корпоративний або дипломатичний етикет. Так, в європейських країнах скорботними традиційно вважають усі квітки, що мають відтінок жовтого кольору, проте використовують й інші рослини. Для **німців** такими є *айстри*, *хризантеми* та *гвоздики*, хоча у Франції останні з часів Наполеона є символом перемоги, їх дарують чоловікам з часів хрестоносців, щоб воїни, які пішли воювати, скоріше повернулися. Червона *гвоздика* є національним символом Іспанії, де вона асоціюється з пристрасним коханням. У Росії *гвоздика* і досі залишається революційним символом. В Україні флоронім *гвоздика* несе подвійне семантичне навантаження: чоловіча квітка і знак скорботи. У Давньому Римі та Греції *троянда* виступала символом вічного життя, а китайці вважали її ознакою потойбічного світу. Усі квіти фіолетового кольору не підходять для звичайних букетів і подарунків у Центральній та Південній Африці. Японці перевагу надають білій *орхідеї*, що є для них містичною. Скорботними в Австралії, Канаді та Англії є *маки*. Європейці із цією метою нерідко використовують *ірис* – символи вічної пам'яті та надії на відродження. Деякі народи мають оригінальні символи жалоби, наприклад Таїланд, де таким є *календула*.

В окремих культурах символи життя, щастя, смерті і жалоби співпадають. Так, в Індії такою є квітка *франжіпані (плюмерія)*, яку приносять на поховання і водночас нею прикрашають наречену. Квітка була відома за часів ацтеків, а в майя *плюмерія* була символом еротичності. Частково подібну функцію виконує і *барвінок*, який нерідко в Україні висаджують на могилах. Ці символи є деякою мірою умовними і можуть з часом змінюватися, наприклад жовто-блакитні букети в сучасній Україні, що відзеркалюють кольори національного прапора.

Отже, культура специфіка флоронімів є складником національної культури та етикету, незнання якої може призвести до непорозумінь між різними етнічними групами, а іноді й до крос-культурних конфліктів, що є небажаним для спілкування у сучасному світі. Тому вивчення семантики флоронімів, а особливо національно орієнтованих конотацій цих лексем залишається актуальним у сучасному глобалізованому світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації/ Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Довіра, 2007. – 205 с. 2. Кулик А. Э. Национально-культурная специфика русских и корейских устных сравнений/ А.Э. Кулик // Русский язык за

рубежом, №5, 2012. — с.58-63. 3. **Коваль И. И.** Фразеологизмы, репрезентирующие концепт SCHONHEIT в немецкой лингвокультуре / И. И. Коваль // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. — Вып. 89. — Челябинск, 2014, №7 (336). — с. 165-168. 4. **Валипур А.** Сопоставительный анализ устных сравнений по теме моральных и деловых качеств человека в русском и персидском языках / А. Валипур, Ш. Ибрагимшарифи// Молодой ученый, 2014, №21. — с.732-736. 5. **Пак Сон Гу.** Фитонимы в русской и корейской фразеологии/ Пак Сон Гу // Язык. Сознание. Коммуникация. — М. : Диалог-МГУ, 2000. — Вып.12. — 148 с. 6. **Захарова Н.В.** Образ красавицы в культуре Китая/ Н.В. Захарова//Вестник Московского государственного лингвистического университета. — Вып.22 (682). М., 2013. — с. 76-84. 7. **Малявин В.В.** Китайская цивилизация: Мифологический словарь/ Владимир Вячеславович Малявин. — М. : Астрель, 2000. — 627 с.

Джерела:

1. **Большой** англо-русский фразеологический словарь/ Под ред. М.Д. Литвинова. — 4-ое изд., перераб. и доп. — М. : Русский яз.,1974. — 844с. 2. **Большой** словарь русских народных сравнений: большой объяснительный словарь/ В.М. Мокиенко. — М. : ОЛМА Медиа Групп, 2008. — 790 с. 3. **Словарь** русско-французских фразеологических эквивалентов/ Сост. Н.Е. Каика,Л.П. Кофанова. — Донецк : Юго-Восток, 2005. — 546 с. 4. **Юрченко О.С.** Словник стійких народних порівнянь/ О.С. Юрченко,А.О. Івченко. — Харків : Основа, 1993. — 176 с.

Колеснікова Ірина Анатоліївна — доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови та літератури Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана. Україна, 04136, Київ, вул. Котовського, 47, кв. 363.

E-mail: makar.chervechek@ukr.net

tel: +380950900137

Kolesnikova Iryna Anatoliyivna — Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Ukrainian Language and Literature, Vadym Getman Kyiv National Economic University. Ukraine, 04136, Kyiv, Kotovskogo Str., 47, apart. 363.