
УДК 81' 246. 2 : 81' 373. 72

ББК 81. 001. 91

Б 73

Богданова Е. А.

Аспирант кафедры французской филологии Адыгейского государственного университета, e-mail: elena-8306@mail.ru

О некоторых национальных особенностях коммуникативного поведения носителей русского, французского и адыгейского языков (на материале паремиологических единиц о добре и зле)

(Рецензирована)

Аннотация:

Рассматриваются особенности национального коммуникативного поведения носителей русского, французского и адыгейского языков на основе паремиологических единиц. Определяется роль паремиологического фонда при выявлении и описании концептосферы этноса. На примере пословиц, содержащих понятия о добре и зле, сравниваются особенности мировосприятия представителей исследуемых лингвокультурных сообществ.

Ключевые слова:

Коммуникативное поведение, паремия, лингвокультурное сообщество, концепт, концептосфера, ценность.

Bogdanova E. A.

Post-graduate student of French Philology Department, Adyghe State University, e-mail: elena-8306@mail.ru

On national features of communicative behavior of carriers of the Russian, French and Adyghe languages (as shown by paroemiological units about good and harm)

Abstract:

The paper examines features of national communicative behavior of carriers of the Russian, French and Adyghe languages on the basis of paroemiological units. The role of paroemiological fund is defined in revealing and describing the concept sphere of ethnos. Using an example of the proverbs containing concepts about good and harm, the author compares world-view of representatives of lingual-cultural communities under study.

Keywords:

Communicative behavior, paroemia, lingual-cultural community, concept, concept sphere, value.

В последние десятилетия исследования в сфере межкультурной коммуникации оказали значительное влияние на развитие лингвистики в контексте ан-

тропоцентрической парадигмы. Национальные особенности мировосприятия и общения вызывают активный интерес у лингвистов. В настоящее время разраба-

тываются методики сравнения коммуникативных правил и традиций разных народов, формируется наука о национальном коммуникативном поведении.

В современной лингвистической науке широко используется термин «коммуникативное поведение», под которым понимается совокупность норм и традиций общения народа. Национальное коммуникативное поведение может быть изучено на материале анализа языковых средств и, в частности, на основе паремииологических единиц исследуемых языков [1: 157 - 158]. Сопоставление паремий разных языков позволяет выявить национальные эталоны и стереотипы поведения, т.к. паремии являются лингвокультурными текстами, имеющими логическую конструкцию выражения и четкие границы употребления, представлены цельными знаками и обладают этнообразующей функцией, выражая народную идеологию, сформированную внутри культуры.

Паремии отличаются семантико-прагматической характеристикой образности, в сжатой форме выражают наиболее значимые понятия для носителей определенного языка и культуры. Образность паремий оказывает значительное лингвопсихологическое влияние в ходе коммуникации. В пословицах и поговорках отражается отношение человека к окружающему миру, особенности взаимоотношений между людьми. Философия народа, включающая в себя традиции и жизненные установки и сформированная на протяжении становления и развития обыденной национальной культуры, заключена в языковой форме в паремиях. Таким образом, паремии являются источником культурно значимой интерпретации.

Паремииологический фонд языка играет важную роль при формировании основы национальной концептосферы. Паремии представляют целостную картину мира определенного этноса, так как выражают характер всего народа в целом,

включая мировосприятие представителей различных сословий определенного лингвокультурного сообщества, и отражают «правила, нормы и стереотипы мышления», в них «закодирована определенная культура» [2: 107].

Особенности национального коммуникативного поведения любого этноса обусловлены системой ценностей лингвокультурного сообщества.

Ценность представлена в форме произведений материальной и духовной культуры. Социально значимая ценность в процессе индивидуальной деятельности становится частью личной системы ценностей и, следовательно, выступает источником мотивации поведения. [3: 97]. Таким образом, система ценностей определенного лингвокультурного сообщества является результатом духовного развития всего общества в целом.

Представляется сложным представить полную классификацию ценностей, т.к. существуют различные подходы к их классификации, основанные на различных принципах систематизации ценностей. Одной из наиболее обобщенных классификаций является разделение ценностей на абсолютные, релятивные и антиценности. Объектом нашего исследования являются паремииологические единицы, содержащие одну из базовых абсолютных ценностей – добро, и ее противоположное, полярное понятие - зло.

В каждом социуме представлены общечеловеческие, национальные, групповые и индивидуальные ценности. Добро можно отнести к важнейшей общечеловеческой житейской истине и норме нравственности. Тем не менее, добро более конкретно в каждой из исследуемых культур и имеет определенную национальную специфику. Являясь неотъемлемой частью культуры, ценности отражаются в языке народа. Существуют различные формы вербализации категории «ценности», но наиболее ярко она представлена в паремииологической системе языка.

Пословицы представляют часть структуры языковой личности, определяют отношения между элементами картины мира и тем самым отражают национальную картину мира, составляя ее когнитивную основу в виде концептов.

Отметим, что изучение лингвокультурных концептов является важным составляющим при исследовании особенностей национального коммуникативного поведения. Концептом становится то, что актуально и имеет ценность для определенной культуры. Различные культуры могут актуализировать разные стороны одного и того же концепта. Языковые средства в своей совокупности составляют содержание концепта. Таким образом, одно слово не может включать в себя всю сущность того или иного концепта [4: 40]. Концепт является ментальным образованием, имеющим лингвокультурную специфику. В концепте объединяются безличное, объективное понятие с этносемантическими чертами личности, закрепленными в системе семантики языка. Наиболее ярко этносемантические черты проявляются в семантике пословиц и поговорок, которые отражают когнитивный признак концепта.

В нашем исследовании мы рассматриваем в трех лингвокультурах паремии, содержащие ключевые словаре-репрезентанты концептов «добро» и «зло» и их синонимы, а также паремии, характеризующие описательно исследуемые концепты в русском, французском и адыгейском языках.

Таким образом, в паремиологическом поле концептов «добро» и «зло» выделяется несколько основных характеристик исследуемых понятий, которые определяют национальные особенности мировосприятия носителей исследуемых языков.

Во всех исследуемых языках добро и зло взаимосвязаны и служат характеристиками действий человека, то есть являются моральными понятиями: *Добра, что кла-да ищут, а худо под рукой. Доброму везде*

(или: всегда, всюду) добро. Добрый человек в добре проживет век. Заделали (Сделали) добро: переломили мужику ребро. Без худа добра не бывает. Во всяком хлебе не без мякины. Добрыми намерениями дорога в ад устлана. И добро худом бывает. И от меду мухи мрут. Во всяком хude не без добра. На свете с худом худо, а без худа и во-все худо [5]. Nul miel sans fiel (Нет меда без горечи). Tant bien que mal (С грехом пополам). A force de mal aller, tout ira bien (Нет худа без добра). Qui fait le mal craint la lumière (Темные дела света боятся). Jamais bon chien n'aboie à faux (Добрый пес на ветер не лает). Е зыхэлъым шлу хэлъ (Нет худа без добра) [6]. Ем лумыкагъэм шлур ышлэрэн (Ер зымышлэрэм шлур ышлэрэн) (Кто со злом не повстречался, тот добра не понимает (Зла не знавший добра не понимает)). Шу зыдэцылэм лае цыл (Где добро, там и зло) [7].

Добро порождает добро, а зло—зло: *Добра на худо не меняют. Добро не умрет, а зло пропадет. Добрый человек добру и учит. За худом пойдешь - не добро найдешь. Делай (или: Твори) добро, и тебе будет добро. Un bien fait n'est jamais perdu (За добро добром платят). Шу зышлэрэм шу фыщылъ (Кто делает добро, тому уготовлено добро). Зыгу шлум ынэгу шлу (У кого душа добрая, у того и лицо красивое). Бзэджэ тилагъэу шлу ущымыгугъ (Сделав худо не жди добра). Дэгъур дахэм ыпшгъ (Хороший выше (важнее) красивого).*

Зло в исследуемых культурах оценивается отрицательно и определяется как разрушительная сила и подчеркивается созидательная роль добра и его бескорыстие: *Добрые умирают, да дела их живут (или: не пропадают). За недобрым пойдешь, на худо (или: на беду) набредешь. Злой с лукавым водились, да оба в яму ввалились. Злому человеку не прибавит (или: не продлит) бог веку. И сам тонет и других топит. Кто за худым пойдет, тот добра не найдет. Кто лихо думает, с тем лихой (т. е. сатана) думает. Кто доброе творит, того зло не вре-*

dum. Le mal vient au cheval et s'en retourne à pied (Зло к нам летит, а от нас ползет). *De diable vient, a diable ira* (Чужое добро в прок нейдет). *Qui fait le mal craint la lumière* (Темные дела света боятся). *Jamais bon chien n'aboie à faux* (Добрый пес на ветер не лает). *Гъунэгъур шлумэ ифэмэ - бжъымэ къыптехэ* (Если сосед хороший, то его влияние благотворно). *Шу шлэри псым хадз* (Делай добро и кидай его в воду). *Ер зымышлэрэм шлур ышлэрэн* (Там где нет хороших стариков, там нет и хорошей молодежи). *Ошлум умыгъотырэр уаем бгъотыжъыцтэн* (Того, что в хорошую погоду не нашел, в плохую не сыщешь). *Гуцылэ дахэм тамэ къыбгугегаклэ, гуцылэ Iaем узэхегафэ* (От доброго слова взлетишь как на крыльях, от злого слова упадешь).

Понимание добра как материально-го блага более широко представлено во французской культуре, менее ярко выражено в русской. В адыгейском национальном фонде нами не обнаружены паремнологические единицы, содержащие понятие добра как материальной ценности: *Где хлебно и тепло, там и жить добро. Les bons comptes fonts les bons amis* (Счет дружбы не портит). *Mal d'autrui n'est que songe* (Чужое горе не болит). *Abondance de bien ne nuit pas* (Кашу маслом не испортишь, лишняя денежка карману не тяжесть). *Le mieux est l'ennemi du bien* (От добра добра не ищут). *Peu de bien peu de soucis* (Без денег сон крепче). *Все хорошо, что есть: чего нет, то худо. Где хлебно, да тепло, там и жить добро. Добро серебро, а золото лучше. Les bons comptes fonts les bons amis* (Счет дружбы не портит). *Biens mal acquis ne profite jamais* (Чужое добро в прок нейдет). *Ce qui est bon à prendre est bon à rendre* (Долг платежом красен). *Bien perdu, bien connu* (Что имеем не храним, потерявши плачем).

Отметим, что в исследуемых пословицах понятия добра и зла персонифици-

рованы или представлены образно: *И у осы мед есть. Пусты черта в дом, не вышибешь его и лбом (т. е. молитвой). Сердце вещун: чует и добро и худо. Учись добром, а худое и само придет. Где господь пшеницу сеет, там черт – плевелы. Змея умирает, а все зелье хватает. Иной пес и не лает, а кусает. Щучка умерла, да зубы живы* *Le mal a des ailes* (Зло скоро ходит). *Jamais bon chien n'aboie a faux* (Добрый пес на ветер не лает). *Le mal vient à cheval et s'en retourne à pied* (Зло появляется на лошади, а уходит пешком). *Le mal porte le venin en queue* (У зла жало налито ядом).

Выявленные особенности мировосприятия через оценочные категории добра и зла носителей русского, французского и адыгейского языков позволяют сопоставить некоторые особенности коммуникативного поведения носителей исследуемых языков. В сознании носителей русского языка добро представлено как высшая моральная ценность, картина мира носителей французского языка фиксирует главным образом материальное значение исследуемого понятия, а восприятие добра носителями адыгейского языка схоже с восприятием представителей русской культуры. Отличительной чертой адыгейской культуры является «воспитывающий» характер добра. Зло во всех исследуемых языках является универсальным понятием и является отрицательной характеристикой поступков человека.

Таким образом, паремии, являясь одним из языковых средств сохранения и выражения культуры этноса, реализуют металингвистическую функцию языка и этнообразующую функцию, связанную с кумулятивной функцией культуры, тем самым представляют ценный информативный материал при выявлении и описании национальных особенностей коммуникативного поведения представителей определенного лингвокультурного сообщества.

Примечания:

1. Стернин И.А. Контрастивная лингвистика. Проблемы теории и методики исследования. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 288 с.
2. Алефиренко Н.Ф., Семенов Н.Н. Фразеология и паремиология: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука. 344 с.
3. Кирьякова А.В. Ценность как социальная доминанта ориентации // Учебные записки Оренбургского государственного университета. Оренбург, 2002. Вып. 1. С. 96-100.
4. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 314 с.
5. Мартынова А.Н., Митрофанова В.В. Пословицы. Поговорки. Загадки. М.: Современник, 1986. 512 с.
6. Сырейщикова А.А. Сборник французских идиом, выражений, фразеологических оборотов и поговорок. М.: УЧПЕДГИЗ, 1952. 99 с.
7. Блягоз З.У. Жемчужины народной мудрости. Майкоп: Адыг. кн. изд-во, 1992-120 с.