

ПОСЛОВИЦА КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ФУНКЦИИ, АКТУАЛЬНОСТЬ

Юлия АБРАМОВА (Кременчуг, Украина)

У статті обґрунтовано доцільність вивчення англійських гендерних стереотипів на матеріалі англійських прислів'їв. Визначено ступінь актуальності прислів'їв, їх відповідності сучасній дійсності.

The article deals with the English proverbs as the material for the English gender stereotypes studies. The level of proverbs value for the contemporary investigations is defined, their correspondence to the modern cultural and social situation is shown.

Современная лингвистика часто концентрирует свое внимание на гендерных исследованиях. Нам представляется актуальным изучить гендерные стереотипы английского народа на материале английских пословиц с эксплицитно выраженным гендерным компонентом. Однако, такой объект исследования, как пословица, может вызвать сомнения на предмет соответствия полученных результатов современной действительности. Для обоснования правильности выбора объекта, при написании статьи были поставлены следующие задачи: определить ценность пословиц для научных исследований, их актуальность, доказать достоверность информации, заключенной в пословицах.

Вот уже на протяжении многих веков пословицы как вид паремий являются предметом наблюдения ученых–лингвистов. Они систематизируются, анализируются, описываются и толкуются в словарях. *Паремнография* возникла еще в глубокой древности. Еще Аристотелю приписывали первые записи пословиц. Записями паремий занимались греческие, александрийские и римские ученые. В 1500 Эразм Роттердамский издает свод античных пословиц "Adagia"; в последующие века ученые продолжают дело собирания и изучения античных пословиц, большинство из которых перешло во многие современные языки мира. Самым известным и наиболее полным английским словарем пословиц является The Oxford Dictionary of English Proverbs под редакцией В.Смита. Среди словарей русских пословиц выделяется работа Иллюстрова "Жизнь русского народа в его пословицах и поговорках". Выдающийся украинский фольклорист, этнограф, литературовед Михаил Пазяк всю свою жизнь посвятил сбору, исследованию и изданию малых жанров украинской народной прозы: народных пословиц, поговорок, сравнений. Паремии являются объектом изучения во многих статьях, диссертациях, монографиях. Редко к какому явлению языка и речи так часто обращаются во всевозможных научных работах лингвисты и литературоведы, как к пословицам. А они остаются неиссякаемым источником для все новых исследований.

Чем же объясняется такое положение пословиц, ведь, несмотря на огромное количество научных работ по паремологии, ни в одном словаре (украинском, русском, английском) нет даже однозначного определения, что такое пословица? Проанализировав существующие словари английских и русских пословиц О.Г. Дубровская пишет, что, к сожалению, до сих пор пословица английского языка (впрочем, как и русского) не имеет четкого определения. На ее взгляд, это обуславливается, прежде всего, тем, что само явление "пословица" настолько сложно как в семантическом, так и структурном, и функциональном отношениях, что определить его раз и навсегда представляется практически невозможным. Отсюда и наличие большого количества дефиниций, раскрывающих понятие "пословица" под тем или иным углом зрения. Нет ни одного словаря английских и русских пословиц, где не предпринимались бы попытки определить смысловое содержание данного языкового явления [2]. С этим утверждением нельзя не согласиться, приведем некоторые примеры. Джоанна Уилсон в предисловии к оксфордскому словарю английских пословиц дает пишет следующее: «"Мудрые создают пословицы, а глупые повторяют их." – гласит одна из английских пословиц, но, к сожалению, нет ни одной пословицы, в которой бы содержалось определение самой пословицы. Редакторы многих изданий и переизданий словарей пытались ответить на вопрос «Что есть пословица?», но безрезультатно. Г.Л. Апперсон считал пословицу народной мудростью, сконцентрированной в слове, а М.П. Тилли вообще оказался бессилем перед поставленным вопросом и положился на своих предшественников (редакторов) в параметрах отбора материала для составления словаря пословиц» [11]. Далее

Джоанна Уилсон заключает, что дать определение пословице – задача безнадежная, впрочем как и судить о ее возрасте. Пословицы употребляются на протяжении веков, вероятно с тех пор, когда признанная мудрость распространялась от поколения в поколение в песнях и сказаниях. Популярность пословиц или же наоборот полный отказ от них свидетельствуют о разных исторических периодах и связанных с ними переменами в поведении, развитии образования, изменчивости морали. В XVI и XVII веках пословицы не сходили с уст как выражение народной мудрости, ими не брезговали многие писатели и ораторы [11]. Следует тут упомянуть, что именно этому периоду принадлежит наибольшее количество зафиксированных письменных источников английских пословиц. В предисловии к словарю шотландских пословиц Колин Уолкер указывает на то, что определение пословицы – вопрос нелегкий, многие ученые бьются над ним со времен Древней Греции и до наших дней. Однако, считается, что пословица – это краткое, сжатое изречение, которое содержит народные знания, предлагает советы, демонстрирует мораль [12]. В Малом энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона дано на наш взгляд самое четкое толкование: «Пословица, сжатое общеупотребительное изречение, составляющее достояние целого народа или значительной части его, заключающее в себе общее суждение или наставление на какой-нибудь случай жизни» [5]. Важно обратить внимание на то, что пословица названа изречением, которое заключает в себе общее суждение или наставление. Согласно Большой советской энциклопедии пословица – это «краткое, ритмически организованное, устойчивое в речи, образное изречение народа. Предмет высказывания рассматривается в свете общепризнанной истины, выраженной пословицей» [1]. Здесь определение «изречение» расширяется, появляется «элемент речи, высказывание». Из дефиниции, предлагаемой Литературной энциклопедией в 11 томах (1929-1939), выделим следующее: «Лаконизм, краткость, удобопроизносимость пословицы как единого целого в размере единого высказывания – вот что определяет синтаксическую сторону пословицы. Пословица – это утверждение, вывод, совет, наказ – в форме ходячего афоризма» [4]. Владимир Даль толкует пословицу как «краткое изречение, поученье, более в виде притчи, иносказанья, или в виде житейского приговора; пословица есть собь языка, народной речи, не сочиняется, а рождается сама; это ходячий ум народа; она сама о себе говорит: *Пословица не даром молвится*» [9]. Михаил Пазяк называет паремии народной мудростью, составной частью духовного богатства нашего народа [6]. Итак, обобщая все определения, можно заметить, что во всех, приведенных здесь толкованиях, прослеживаются следующие характеристики пословицы: в пословице заключена многовековая мудрость народов; пословица является изречением, высказыванием, чаще всего в форме совета или наказа. Такой вывод позволяет применять к исследованию пословиц подходы функциональной лингвистики, изучать их в свете современной теории дискурса.

Можно ли сопоставлять пословицу с реальной жизнью, претендовать на ее точную интерпретацию, ведь В.И. Даль называет ее также притчей, иносказанием? Венгерская лингвистка Дьюла Пацоллай провела интересное исследование, в котором она доказала, что в определенных условиях любая пословица напрямую связана с действительностью. В начале автор приводит пословицы из разных языков, которые говорят сами за себя: *Каждая пословица – правда. (Every proverb is truth. – англ), Пословица – правдивое слово. (Sprichwort – Wahrwort. – нем), Старые пословицы – дети правды. (Old proverbs are the children of truth. – англ)*. Многие пословицы заверяют, что они никогда не обманывают: *Пословица никогда не лжет. (Maqal el-matel si men kedb. – араб)*, аналогичные пословицы приведены из каталонского (*No hi ha refrany que menti.*), эстонского (*Vanasona ei valeta.*), французского (*Proverbe ne peut mentir.*), венгерского (*Közmondás nem hazug szólás.*) языков. Однако то, что утверждают пословицы, еще не доказывает их полное соответствие действительности. Это соответствие зависит от некоторых факторов: употребление пословицы в нужном контексте в определенной ситуации, знание этимологии, точная интерпретация метафоры (в случае метафорической пословицы), знание народных обычаев. Пословица – это больше, чем просто текст размером с предложение, в ней всегда заключен особый смысл, поэтому пословицу нужно истолковывать только в широком контексте истории и культуры данного народа. Игнорирование перечисленных факторов приводит к

искажению смысла. В своей работе Д. Пацоллай разделяет пословицы на три группы в зависимости от степени отклонения от действительности: $O = 0$, $0 < O < 100\%$, $O = 100\%$ (где O – степень отклонения) [10]. Рассмотрим эти три группы, взяв для примеров гендерномаркированные пословицы.

Первая группа, где $O = 0$, это изречения, констатирующие реальные факты. В нашем случае это заметки, сделанные во время наблюдений за жизнью и общением мужчин и женщин. *All are not maidens that wear bare hair.* – было записано еще в 1641 году, однако данное высказывание более соответствует современным нравам. *The more women look in their glass, the less they look to their house.* – четкое наблюдение за домашним бытом. *A woman's answer is never to seek.* – точное психологическое заключение. *Blind man's wife needs no painting.* – эта пословица на первый взгляд может показаться бессмысленной, тут нужно обратиться к культуре. Пословица зафиксирована в 17 веке, тогда еще ценилось целомудрие, женщины прихорашивались только для своих мужей и женихов, им не требовалось краситься перед работой, да и многие из них были в то время домохозяйками. Для нас эта пословица звучит странно, а вот современные англичанки наносят макияж только когда идут куда-то на выход, таким образом для их культуры это изречение и сейчас остается актуальным. Метафоричные пословицы тоже попадают в первую группу. Любая метафора при правильном проецировании на плоскость реальности полностью с ней совпадает. Например: *Silence is a woman's best garment.* Естественно, что молчание на себя не оденешь, но каждый согласится, что скромная девушка привлекательней болтуни, более схожей на базарную бабу. К этой же группе Пацоллай относит противоречивые пословицы, например: *A good husband makes a good wife.* и *A good wife makes a good husband.* – в этом случае срабатывает математическое правило: от перестановки мест слагаемых сумма не меняется, где слагаемые высказывания *муж* и *жена*, а сумма – соответствие действительности. Можно сказать, что эти две пословицы дополняют одна другую. Или вот еще: *If the husband be not at home there is nobody.* и *A man without a wife is but half a man.* – опять пример взаимодополнения. Такие пословицы исторически обусловлены и раскрывают нам духовные традиции народа.

Ко второй группе относятся пословицы, которые в некоторых обстоятельствах расходятся с жизненной правдой. *The calmest husbands make the stormiest wives.* – правильность этого высказывания зависит от конкретной семьи, но в большинстве случаев оно верно. Следующее изречение можно услышать от повидавшего виды зрелого мужчины, и совсем неестественно оно прозвучит из уст юноши: *There is no such thing as good small beck, good brown bread, or a good old woman.*

И наконец группа, в которой $O = 100\%$. Сюда относится небольшое количество пословиц, выражающих приметы или суеверия. Так как такие явления никакой логикой необъяснимы, а только невежеством или хорошим чувством юмора, то и соответствующие им пословицы не сходятся с реальностью: *He that would have good luck in horses, must kiss the parson's wife.* Согласно данным Д. Пацоллай в эту группу входит наименьшее число из всех проанализированных ею пословиц из разных языков.

Следует еще раз подчеркнуть, что пословицы – это народная мудрость, поэтому логичным оказывается результат исследования Пацоллай: большинство пословиц попадают в первую группу, чем подтверждается достоверность информации, содержащейся в паремиях.

Из всего вышесказанного можно заметить, что мы акцентируем на определении пословицы как изречения, высказывания, и соответственно рассматриваем каждую отобранную нами единицу паремиологии как высказывание со всеми соответствующими ему функциями. Подтверждение тому, что нами избран верный путь, мы находим в работах известных лингвистов. Так В.Н. Телия в своей монографии «Русская фразеология» пишет, что пословицы представляют собой микротексты, в которые заложены все типы информации, характерные для отображения ситуации в тексте, но представленные во фразеологизмах в виде «свертки», готовой к употреблению как текст в тексте. Рема такого микротекста – это все коннотативные аспекты его значения, сигнализирующие о ценностной ориентации субъекта речи, об эмоционально-оценочном отношении, о культурно-национальной рефлексии субъекта, сознательно или на уровне бессознательного

соотносящего образное содержание пословицы с эталонами и стереотипами культурно-национального мировидения и миропонимания. Под коннотацией в целом понимается любой прагматически ориентированный компонент плана содержания языковых сущностей, который дополняет денотативное и грамматическое их содержание на основе сведений, соотносимых с прагматическими факторами разного рода. Субъективно-модальная природа коннотации – ее связь с говорящим (или интерпретатором) придает ей прагматический статус, а рационально и эмоционально-оценочный и социально-речевой ее характер создают ту окраску, которая традиционно осознается как оценочная или экспрессивная функция языковой сущности. Любое высказывание, содержащее языковую сущность, в содержание которой входит коннотативный комплекс, – это сообщение не только о мире «Действительное», но и об отношении говорящего к этому миру. Все высказывания, в которых выражается такого рода субъективная модальность, нацелены на оценочное или эмотивное воздействие на адресата речи [8]. Отсюда заключаем, что пословица – это высказывание наделенное оценочной и эмотивной функциями. Далее обратимся к Е.А. Селивановой, которая утверждает, если воспринимать функцию как свойство языковых знаков передавать определенную информацию в акте коммуникации, то ее концептуальная сущность выходит за пределы языковой системы и становится элементом сознания, актуализируясь как составляющая речевой ситуации. Внеязыковая природа функции в последнее время становится предметом рассмотрения в функциональной лингвистике. Функция является основным понятием функционального языкознания. Еще В. Гумбольдт сформулировал главную цель науки о языке как попытку перейти в изучении языка от "эргона" к "энергии", то есть от исследования системно-языковых явлений к анализу речевой деятельности. Первые шаги к лингвистике-энергии сделаны в психолингвистике, функциональном языкознании, лингвистике текста с переходом их ориентации к теории коммуникации, дискурсу, речевых актов. Как кажется, наиболее весомую роль в таком переходе выполняет именно функциональная лингвистика как наука о языке в действии. Деятельностный характер функционализма предопределяет значительную интегрированность, комплексность исследования языковых явлений, поскольку "язык в действии" предусматривает приложение факторов широкого диапазона (психологических, ментальных, прагматических и тому подобное) [7: 88]. Минимальным контекстом, в котором реализуются функции языковых единиц, является высказывание. Это дает основания утверждать, что высказывание – основной предмет для анализа в функциональной грамматике [3: 48]. Следовательно пословица не только не устарела как объект изучения, но, являясь по своей сути высказыванием, заняла достойное место в исследованиях такого современного направления, как функциональная лингвистика.

Пословицы были, есть и будут объектом научных работ для многих ученых. Способствует этому, на наш взгляд, отсутствие конкретной дефиниции, поэтому каждый выбирает для себя из множества определений отдельные элементы, которые более всех остальных удовлетворяют его исследованию. Для каждого периода времени актуально что-то свое, поэтому еще будут по-новому интерпретировать уже существующие определения, будут предлагать свои новые толкования. Вторым секретом «научной жизнеспособности» паремий является заключенная в них многовековая мудрость народов. Чтобы ответить на вопросы социальной, культурной жизни к чему же еще обращаться, как не к духовному наследию? Пословицы – неотъемлемая часть этого наследия, а также языка, который в свою очередь выступает самым правдивым зеркалом любой культуры.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Большая советская энциклопедия <http://encycl.yandex.ru/dict/bse/article/00061/80800.htm?text>
2. Дубровская О.Г. О некоторых отличительных чертах английской пословицы (в сопоставлении с русской пословицей) <http://www.utmn.ru/frgf/No18/list.htm>
3. Костич Л.М. Основні засади функціональної граматики. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2004. – 79 с.
4. Литературная энциклопедия <http://encycl.yandex.ru/dict/litenc/article/le9/le9-1722.htm?text>
5. Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона <http://encycl.yandex.ru/dict/brokminor/article/32/32779.html>
6. Пазяк М.М. Українські прислів'я та приказки: Проблеми пареміології та пареміографії.–К.: Наукова думка, 1984.–204 с.
7. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики. – К.: Видавництво Українського фітосоціологічного центру, 1999. – 148 с.
8. Телия В.Н. Русская фразеология. – М., 1996. – 285с.

9. Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля <http://encycl.yandex.ru/dict/dal/article/dal/03147/34800.htm?text>
10. Paczolay, Gyula. Proverbs and Reality <http://www.mek.iif.hu/porta/szint/tarsad/nyelvtud/proverbs/html/proverbs.htm>
11. Smith W.G. The Oxford Dictionary of English Proverbs. – Oxford: The University Press, 1980. – 930p.
12. Walker C. Scottish Proverbs. – Glasgow: Omnia Books Limited, 2000. – 335p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Юлія Абрамова – доцент кафедри перекладу Кременчуцького державного політехнічного університету ім. Михайла Остроградського.

Наукові інтереси: лінгвокультурологія, пареміологія, прагмалінгвістика.

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РЕСПОНДЕНТА У ТЕКСТАХ-ІНТЕРВ'Ю СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

Ганна АПАЛАТ (Кіровоград, Україна)

У статті розглянуто комунікативну стратегію респондента в текстах-інтерв'ю сучасної англomовної преси (стратегію інформування), виокремлено неконфліктні та конфліктні комунікативні тактики та проаналізовано мовні засоби реалізації комунікативних тактик респондента.

The article focuses on the communicative strategy of the interviewee in the texts of interview in modern English press (the strategy of informing). The interviewee's tactics turn out to be cooperative and conflictive. The means of the language expression of the tactics are also analysed.

Інтерес до вивчення певного типу тексту зумовлює необхідність виявити й описати його структурні, семантичні, прагматичні особливості та дискурсні характеристики. **Актуальність** теми визначається спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення тексту та дискурсу в комунікативно-прагматичному аспектах. **Предметом** аналізу статті є комунікативні стратегії і тактики респондента в текстах-інтерв'ю сучасної англomовної преси. **Мета** статті розкрити специфіку взаємодії учасників комунікації в діалогічних текстах-інтерв'ю та описати комунікативні стратегії й тактики респондента.

Матеріалом дослідження слугували діалогічні тексти-інтерв'ю, надруковані в 90-х роках ХХ століття у Financial Times, The Guardian, The Wall Street Journal Europe, Newsweek, People, Time.

У текстах-інтерв'ю учасники комунікації переслідують свої явні (вербальні) і приховані комунікативні цілі, застосовуючи певні види комунікативних тактик, які є складовою частиною комунікативної стратегії мовця. Стратегія включає в себе планування побудови процесу мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію плану, тобто лінію бесіди. Стратегія – це весь комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення певної комунікативної мети.

Тактика мовленнєвого спілкування описує конкретні мовленнєві дії, що мають на меті досягнення впливу на іншого комуніканта на деякому етапі комунікації. Спрямованість різноманітних тактичних прийомів на досягнення певної комунікативної мети вибудовується у певну стратегію [2: 115; 5: 35; 7: 163; 8: 96; 9: 107-108; 10: 99].

Як правило, виділяють неконфліктні та конфліктні стратегії учасників комунікації. Під **неконфліктними** стратегіями розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, якими володіє мовець для досягнення глобальної стратегічної мети через кооперацію зі співрозмовником. Тактичні ходи і прийоми даної стратегії орієнтовані на співробітництво зі співрозмовником і мають на меті спільне (обом комунікантами) розв'язання завдань обміну інформацією або мовленнєвого впливу.

Під **конфліктними** стратегіями розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, які використовує мовець для досягнення своєї глобальної стратегічної мети через конфлікт із співрозмовником [1: 76; 11: 92-100].

У текстах-інтерв'ю респондент як правило підтримується стратегії інформування, яка може бути конфліктною або неконфліктною.

Неконфліктна стратегія інформування респондента пов'язана з бажанням респондента надати інформацію або повідомити про свої погляди з проблеми, що цікавить інтерв'юера. Для реалізації цієї стратегії інтерв'юер обирає такі тактики:

Тактика прямої відповіді на запитання, яка може поєднуватися із жартом, наприклад:

Time: Will you ever get married again?