

ИНТЕГРАЦИЯ КИТАЙСКИХ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРК В АМЕРИКАНСКОЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО

Е. А. Яковлева

CHINESE PROVERBS INTEGRATION INTO AMERICAN LINGUOCULTURE

E. A. Yakovleva

На материале массмедийного дискурса рассмотрены процессы интеграции китайских паремий в американское лингвокультурное пространство. Установлено, что заимствование таких культурно-специфичных единиц, как пословицы и поговорки, связано с ассимиляцией фрагментов иной картины мира. Данные процессы сопровождаются творческой переработкой заимствования, в результате которого исходное изречение претерпевает определенные изменения в структуре и содержании. Проанализированный материал показывает, что заимствуются, как правило, те пословицы и поговорки, в которых заложенный метафорический образ доступен и понятен, а выражаемое суждение не противоречит принятому в обществе «взгляду на вещи».

Mass media discourse was analyzed to reveal the ways of Chinese proverbs integration into American linguoculture. The processes of foreign paroemias borrowing are tightly connected with the assimilation of different worldview fragments and accompanied by creative reprocessing of language material. As a result, initial saying undergoes certain changes both in form and meaning while entering another speech community. As a rule, the borrowing happens only if the image of foreign proverb is built on easily understood metaphor and its conveyed meaning corresponds with receiving culture perception of reality.

Ключевые слова: китайские пословицы, массмедийный дискурс, взаимодействие картин мира, лингвокультурное пространство, межкультурные контакты.

Keywords: Chinese proverbs, mass media discourse, worldviews interaction, linguocultural community, intercultural communication.

Конец XX – начало XXI в. охарактеризовался возросшим количеством межкультурных связей и контактов, что привело к взаимодействию и взаимопроникновению как языков контактирующих стран, так и их культур. В эпоху глобализации и интеграции многих сфер общественной жизни данные процессы приобретают еще более всеобъемлющий характер. Общеизвестным становится тот факт, что в настоящее время практически ни одна культура не развивается изолированно и обособленно от других культур, что неизбежно приводит к увеличению доли языковых заимствований. В этом отношении интересным для наблюдения становится влияние английского языка на другие языки мира, а также обратные процессы – увеличение числа заимствований в английском языке. Изучению проблемы иноязычных лексических заимствований в разных языках посвящено большое количество работ (Л. П. Крысин, Н. М. Шанский, Д. С. Лотте, М. К. Брагина, Т. М. Николаева, Л. А. Ильина и др.), что свидетельствует о неугасающем интересе исследователей к вопросу взаимовлияния и взаимопроникновения языков и культур. Однако до настоящего времени не проводилось детального изучения процессов заимствования таких единиц вторичной номинации, как пословицы и поговорки. Будучи единицами в высшей степени культурно специфичными, фразеологизмы, пословицы и поговорки всегда несут на себе информацию об эталонах, штампах и стереотипах мышления создавшего их народа. Заимствование таких единиц сопровождается интеграцией не только самого языкового знака в лингвокультурное пространство, но и ассимиляцией фрагмента иной картины мира.

Цель исследования – проследить процессы и результаты интеграции фрагментов китайской картины мира в американское лингвокультурное пространство. Исследование было проведено на материале функционирования китайских пословиц и поговорок в американском массмедийном дискурсе, куда в частности входят онлайн версии таких качественных американских изданий как, The New York Times, The Guardian, The Los Angeles Times, The Economist и т. д. Подобный выбор обусловлен тем фактом, что электронные версии печатных изданий с каждым годом набирают все большую популярность и становятся одним из основных способов распространения информации. Об этом свидетельствуют следующие статистические данные: за период с октября 2013 г. по октябрь 2014 г. количество читателей электронных версий газет в США увеличилось на 17 % и составило 166 млн человек [16]. Думается, что связано это в первую очередь с тем, что электронные версии являются более доступными, удобными в пользовании и насыщенными по содержанию, чем их печатные аналоги. По словам К. Лэпхэма, основное преимущество современных технологий заключается в их способности создавать условия не только для увеличения возможностей поиска и донесения информации, но также и в предоставлении более совершенного, ориентированного на аудиторию продукта недорого и за короткий срок [12].

Тексты СМИ становятся благодатным материалом для описания современного состояния языка, т. к. «в них быстрее, чем где бы то ни было, находят отражения и фиксируются многочисленные изменения языковой действительности, все те процессы, которые оказываются характерными для современного рече-

употребления» [4, с. 24]. Думается, что такая роль отводится именно тестам СМИ, т. к. они существуют повсеместно и служат не только цели донесения актуальной информации до населения, но и воздействия на общество, создания определенной атмосферы и идеологического фона. Объем текстов, производимых СМИ, продолжает неуклонно расти. При этом происходит расширение не только «вглубь», но и «вширь»: глобализация СМИ и создание единого информационного пространства позволяет говорить о понятии «мировой деревни», где встречаются и взаимодействуют между собой различные культуры. Коммуникация приобретает всеобъемлющий характер: общение при помощи средств массовой информации происходит как в рамках многонационального государства, так и в мировом масштабе. Подобные процессы неизбежно оказывают влияние на язык, в котором в результате взаимодействия с другими культурами появляются новые заимствованные формы и значения.

Помимо этого, современные СМИ, обладающие такими характеристиками как, глобальность, интерактивность и способность молниеносно отражать происходящие события, являются одним из основных средств создания картины мира. По словам Т. Г. Добросклонской, «в условиях информационного общества механизм создания картины мира почти целиком зависит от средств массовой информации» [4, с. 183].

В понятие картины мира включается вся сложность и многогранность самой жизни человека и всего того, что его окружает. По словам П. Гиберта, картина мира представляет собой фундаментальный и всеохватывающий взгляд на действительность, разделяемый людьми в общей культуре. Это их мысленная картина данной действительности, которая придает смысл миру вокруг них. Такая картина мира основана на основополагающих предположениях о сущности реальности, данностях жизни; она вносит в систему взглядов и верований уверенность в том, что все на самом деле так и обстоит в реальной жизни [10, с. 84]. Картина мира соотносится с фундаментальными экзистенциальными и нормативными постулатами общества, его ценностями и этикой, которые зачастую могут пониматься как неосознанные допущения и предположения, принятые в обществе [17, с. 114]. Являясь центральным элементом культуры, картина мира напрямую взаимосвязана с ее глубинными слоями – ценностными установками и системой верований.

Работу механизмов, формирующих представление человека об окружающей действительности, можно проследить в различных формах искусства и творчества, всего того, что создает человек в процессе своей жизнедеятельности. Однако, думается, что главенствующая роль здесь все же отводится именно языку. Язык представляет собой огромное зеркало, в котором отражается принятый в обществе взгляд на вещи. По словам Л. А. Араевой, «язык, являя результат дискурсивной мыслительной деятельности человека, оформляя мысль, имплицитно наряду с логической естественную категоризацию мира» [2, с. 139]. Грамматический строй языка, его лексическая система, фразеология являются способом интерпретации кар-

тины мира. При этом основную роль в отображении национальной специфики осмысления действительности играет идиоматика того или иного языка. Нельзя не согласиться с мнением Л. А. Араевой и О. Н. Евграфшиной о том, что «среди языковых средств, выступающих компонентами картины мира, пословицы и поговорки в наиболее доступной форме закрепляют опыт познания мира тем или иным народом» [3, с. 11]. Данные языковые единицы ярко передают обычаи и нравы создавшего их народа, предоставляют ценную информацию об особенностях восприятия явлений действительности. Их образность выстраивается на отражении реалий повседневной жизни, т. е. всего того, что окружает человека в процессе его жизнедеятельности: географические особенности, социальные условия, национальные ценности и т. д. Таким образом, процессы взаимодействия двух различных картин мира наиболее доказательно могут быть продемонстрированы на материале заимствования пословиц и поговорок иной лингвокультурой, т. к., в отличие от слов, данные языковые единицы выражают законченные суждения, отражающие мнение и взгляд на жизнь создавшего их народа.

Что касается китайских пословиц и поговорок, то можно сказать, что они зачастую функционируют как сжатые в несколько иероглифов философские учения. Происходит этому потому, что учения таких известных китайских философов, как Конфуций, Мэн-Цзы, Лао-Цзы, Сюнь-Цзы и др., давно перешли в разряд жизненных аксиом, обращение к которым является насущной практикой. Выдержки из философских трактатов уже давно приняли форму пословиц и поговорок благодаря их частому употреблению в речи: «некоторые из пословиц на самом деле являются заповедями, цитатами или же парафразами цитат так называемых китайских «классиков», на которые ссылаются так много сотен лет, что данные выражения употребляются как поговорки вне зависимости от того, известен ли говорящему их источник или нет» [18, с. 11]. Помимо этого, большинство китайских устойчивых выражений содержат аллюзию на известную притчу, предание или сказку, либо же оказываются тесно связанными с определенным историческим событием. Именно поэтому О. А. Корнилов говорит о том, что «в этом смысле историко-культурная этимологическая «подкладка» у китайской фразеологии намного толще, чем у русской» [5, с. 22].

В американской лингвокультуре такие пословицы, как правило, сопровождаются отсылкой к их происхождению:

"If you know the enemy and know yourself," China's Sun Tzu famously advised in the 6th century B.C., "you need not fear the results of a hundred battles." But we have plenty to fear, because five and a half years into this struggle we lack a thorough understanding of our enemies: their motivation and mind-set, their decision-making processes and command-and-control relationships, their organizational dynamics and their ideological appeal" [11]. Пословица 知彼知己, 百战不殆 (знай противника и знай себя, и ты будешь непобедим) является парафразами учения из трактата «Искусство войны», написанного известным китайским мыслителем Сун-Цзы. В контексте китайской культуры обра-

шение к данному трактату является постоянной практикой: выдержки из него постоянно цитируются военными теоретиками и политиками. В тексте американской статьи, посвященной теме борьбы с терроризмом, данная поговорка выполняет прагматическую функцию активизации внимания читателя и создает предпосылку для целенаправленного восприятия дальнейшей информации. По-видимому, автор статьи, употребляя иноязычную поговорку, руководствуется принципом ее древности, что делает последующее суждение более доказательным и аргументированным.

В целом думается, что поговорки, содержащие упоминание об их происхождении, функционируют в американском дискурсе как источники, из которых читатели узнают особенности культуры Китая:

«A Chinese proverb calls filial piety "the first among 100 virtues," and the ancient philosopher Confucius credited it as the bedrock of social harmony. Examples of family loyalty abound: A popular song urges grown children to visit their parents often. Communities celebrate Seniors' Day and hold "best children" contests, complete with cash prizes. One county even made filial piety a condition for the promotion of local officials» [8].

«In dealing with the scandal, China appears to be sticking to its old proverb: "Kill the chicken to scare the monkey" (make an example of one person to frighten others). While executing Zheng might send a message, it's not going to end China's endemic corruption or reassure consumers. What's needed is the sort of a transparent and thorough investigation that would be conducted in the USA, followed by reforms and safeguards that could prevent future abuse» [9].

Пословицы 百善孝为先 (из сотни добродетелей самая важная – сыновнее почтение) и 杀鸡吓猴 (убивая курицу, запугивать обезьян) дают представление об азиатском взгляде на жизнь. Действительно, основу конфуцианских учений о семье составляет положение об уважительном и почтительном отношении детей к своим родителям. В китайском языке даже существует отдельное слово для выражения идеи преданности и усердного служения родителям – 孝, которое можно отнести к лакунарной лексике на том основании, что во многих языках данный концепт не может быть передан одним словом, а описательный перевод не раскрывает всей глубины смысла этого понятия для китайцев. При этом значение самой поговорки остается прозрачным и понятным для носителя иной лингвокультуры, и поэтому при употреблении в речи не возникает необходимости в его толковании. Однако образность второй поговорки может вызывать определенные трудности при интерпретации смысла. Действительно, на первый взгляд остается совершенно непонятным сочетание образов курицы и обезьяны. На самом деле данная поговорка происходит из притчи о человеке, который разводил обезьян. Когда обезьяны перестали его слушаться, он решил преподнести им урок, отрезав перед ними голову курицы. Обезьяны поняли, какая участь ожидает их в случае неповиновения и с тех пор стали тихими и послушными. В русском языке данной поговорке соответствует изречение «бей своих, чтобы чужие боялись», а в английском – устойчивое выражение «take

an example of». Подобное сочетание образов и тем более прецедентный текст, стоящий за поговоркой, вряд ли будут понятны и знакомы представителям американской культуры, именно поэтому поговорка сопровождается в тексте статьи толкованием значения.

Некоторые устойчивые выражения благодаря частому употреблению в речи начинают не осознаваться как иностранные заимствования, поэтому употребляются без отсылки к их происхождению:

«The journey of a thousand miles begins with a single step. We hear that phrase and understand that the most difficult tasks are accomplished one step at a time, with resolve and long-term dedication. And I would add, with the help of each other» [15].

Пословица 千里之行，始於足下 (досл. поход в тысячу ли начинают с первого шага) является одним из самых часто употребляемых в речи устойчивых выражений, которое постепенно ассимилируется американской лингвокультурой. Об этом свидетельствуют многочисленные варианты перевода фразы «поход в тысячу ли». Как известно, ли является традиционной китайской мерой длины. В американском дискурсе встречаются следующие варианты замены данного концепта более понятными фразами: the journey of a thousand miles, the longest journey, every journey, any great journey и т. д. Подобные процессы говорят о том, что вхождение паремии в иное лингвокультурное пространство неизбежно сопровождается определенными изменениями в структуре самой паремии [6]. Таким образом, происходит творческая переработка заимствования: «трудно усомниться в творческом характере контактов народных культур. Речь идет не о простом усвоении. Заимствование сопряжено с переработкой воспринятого» [1, с. 393].

Подобная переработка явно прослеживается на материале употребления паремий, содержащих в себе ономастическую лексику:

«...In the past decade, local governments have begun removing the tops of mountains to fill in valleys to create land on which to build. This is reminiscent of an ancient Chinese fable, 'The Foolish Old Man who Removed the Mountains'. In the tale, a 90-year-old man convinces his disbelieving neighbour that he can dig away, stone by stone, two mountains that block the way from his house. Because he succeeds (albeit with the help of deities) the fable is often cited – including by Mao Zedong – to illustrate the power of perseverance. But in our view, China should heed the story's title: earth-moving on this scale without scientific support is folly» [13].

В данном случае автор статьи имеет в виду поговорку 愚公移山, с дословным переводом «Юй Гун передвинул горы» (обр. в знач. «горы свернуть; преодолеть все препятствия»). Совершенно очевидно, что из компонентов поговорки, куда входит и имя собственное, не выводится ее общий смысл. Помимо этого, поговорка содержит аллюзию на древнюю притчу, которая вряд ли известна среднестатистическому читателю сайта, что значительно затрудняет ее понимание. Именно поэтому автор текста прибегает к замене антропонима на более понятное не носителю китайского языка толкование, а также знакомит читателей с самой притчей. Употребление данной погов-

вицы продиктовано желанием автора статьи осуществить прагматическое воздействие на читателя – акцентировать внимание на существующей проблеме. Стоит отметить, что употребление таких пословиц отличается спорадическим характером из-за непрозрачности заложенных образов и отсылок на реалии иной культуры, для понимания которых необходимо специальное знание.

Таким образом, вхождение иноязычной паремии в лингвокультурное пространство зачастую связано с творческой переработкой лингвистического материала, в результате которой суждение претерпевает определенные изменения как в структуре, так и в содержании.

Процессы интеграции китайских воспроизводимых феноменов в американское лингвокультурное пространство могут быть также показаны на примерах, где китайские пословицы дополняются американскими или европейскими прецедентными феноменами:

«*Nicholas D. Kristof, NY Times journalist and his wife, Sheryl WuDunn, former NY Times journalist and editor, portray in their new nonfiction book, Half the Sky, how, if given the opportunity, women can shine even in the darkest corners of life. The title is part of an ancient Chinese proverb: Women hold up half the sky. I'm guessing the other half lies on the shoulders of men. When either side falls, it's harder for those who are still standing. Just like the 13 colonies – 'United we stand, divided we fall'*» [14].

Так, в тексте статьи употребляется китайская паремия 妇女能顶半边天 – Women hold up half the sky, которая дополняется американским лозунгом, являющимся прецедентным для американской культуры и несущим важную информацию о национальном самосознании: лозунг встречается в текстах песен, является официальным девизом штата Кентукки, а также размещается на флаге штата Миссури. Употребление двух воспроизводимых феноменов, принадлежащих разным культурам, определяется прагматикой выделения и демонстрирует их гармоничное сочетание.

Иногда в одном фрагменте дискурса иноязычная пословица или поговорка дополняется исконной по происхождению мудростью:

«*The Chinese have a saying, "Fu bu guo san dai," or "Wealth never survives three generations." America has its own version of this saying: "From shirtsleeves to shirtsleeves in three generations." As with most old proverbs, there is a grain of truth to this—and the new rich are searching for ways to avoid history's curse*» [19].

В данном случае можно говорить о явлении универсальности пословиц и поговорок: несмотря на все различия в образном строе, их логическое содержание остается общим для всех культур. По утверждению Г. Л. Пермякова, «в пословичном фонде любого языка можно найти соответствие для каждой пословицы и поговорки другого языка. Но именно соответствие, а не точно такую же пословицу. У них будет тот же смысл, то же соотношение объектов, но сами эти объекты (реалии) будут иными» [7, с. 22]. Таким образом, можно вести речь о совпадении «взглядов на вещи» представителей двух различных культур, которое подтверждается дублированием китайской пословицы 富无三代享 (богатство не передается третьему поколению) американским вариантом со сходным смыслом.

Таким образом, в американском лингвокультурном пространстве сочетаются и переплетаются воспроизводимые фрагменты, принадлежащие разным культурам, что приводит к взаимодействию и взаимопроникновению картин мира. В случае, если культурные ценности и «взгляды на вещи» у представителей разных культур совпадают, а образ построения метафоры, лежащей в основе пословицы, доступен и понятен, то происходит заимствование данной единицы. Как следствие, с течением времени, выражение становится частью американской культуры. Видится, что причиной таких процессов является укрепление позиции Китая на международной арене, расширение дипломатических связей и контактов, а также массовый характер коммуникации. Особую роль в данных процессах приобретают средства массовой информации: глобализация информационного потока содействует взаимопроникновению языков и культур. При этом сами медиа тексты становятся богатейшим материалом для описания современного состояния языка и культуры, т. к. они мгновенно фиксируют любые происходящие изменения.

Литература

1. Аникин В. П. Теория фольклора. Курс лекций. М.: КДУ, 2007. 432 с.
2. Араева Л. А. Живой росток бесконечной определенности // Когнитивные факторы взаимодействия фразеологии со смежными дисциплинами: сборник научных трудов по итогам 3-й Международной научной конференции. Белгород, 19 – 21 марта 2013 г. Белгород, 2013. С. 138 – 144.
3. Араева Л. А., Евграшина О. Н. Козел отпущения ... и не только // Картина мира: язык, литература, культура: сб. науч. статей. Вып. 2. Бийск: РИО БПГУ им. В. М. Шукшина, 2006. 419 с.
4. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. М.: Красандр, 2013. 288 с.
5. Корнилов О. А. Жемчужины китайской фразеологии. М.: КДУ, 2010. 346 с.
6. Николаева О. В., Гавриленко О. В. Интеграция китайских паремий в российское коммуникативное пространство // Вестник Московского государственного областного университета. 2013. № 2. Режим доступа: <http://vestnik-mgou.ru/Articles/View/337> (дата обращения: 24.02.2015).
7. Пермяков Г. Л. Основы структурной паремиологии. М.: Наука, 1988. 240 с.
8. Five things to know about China's new aged care law // Denver Post. 13.10.2013. Режим доступа: http://www.denverpost.com/environment/ci_24304273/5-things-know-about-chinas-new-aged-care (дата обращения: 24.02.2015).
9. Going to extremes // USA today. 31.05.2007. Режим доступа: http://usatoday30.usatoday.com/news/opinion/2007-05-31-going-extremes_N.htm (дата обращения: 24.02.2015).

10. Hiebert P. G. Transforming Worldviews: An Anthropological Understanding of How People Change. USA: Baker Academic, 2008. 368 p.
11. Hoffman B. We Can't Win If We Don't Know the Enemy // Washington Post. 25.05.2007. Режим доступа: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/03/23/AR2007032301610.html> (дата обращения: 24.02.2015).
12. Lapham C. The Evolution of the Newspaper of the Future // CMC Magazine. 1995. Vol. 2. № 7. Режим доступа: <http://www.december.com/cmc/mag/1995/jul/lapham.html> (дата обращения: 24.02.2015).
13. Li P., Qian H., Wu J. Environment: Accelerate research on land creation // Nature. Vol. 510. №. 7503. 04.06.2014. Режим доступа: <http://www.nature.com/news/environment-accelerate-research-on-land-creation-1.15327> (дата обращения: 24.02.2015).
14. Matsveyenka A. Journalists Reveal Horrors of Treatment of Women // Daily news. 02.12.2010. Режим доступа: <http://www.nydailynews.com/new-york/journalists-reveal-horrors-treatment-women-article-1.470837> (дата обращения: 24.02.2015).
15. Miller B. The Journey of a Thousand Miles Begins With a Single Step // Council on foundations. Режим доступа: <http://www.cof.org/blogs/re-philanthropy/2013-02-19/journey-thousand-miles-begins-single-step> (дата обращения: 24.02.2015).
16. Newspaper Association of America. Режим доступа: <http://www.naa.org/trends-and-numbers/newspaper-websites/newspaper-web-audience.aspx> (дата обращения: 24.02.2015).
17. Palmer G. B. Toward a Theory of Cultural Linguistics. University of Texas Press, 1996. 360 p.
18. Rohsenow J. S. ABC Dictionary of Chinese Proverbs (Yanyu). University of Hawaii Press, 2003. 239 p.
19. To have and to hold // The economist. 14.06.2001. Режим доступа: <http://www.economist.com/node/654077> (дата обращения: 24.02.2015).

Информация об авторе:

Яковлева Екатерина Алексеевна – аспирант кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета (г. Владивосток), sporty-g@mail.ru.

Ekaterina A. Yakovleva – post-graduate student at the Department of Linguistics and Intercultural Communication, Far Eastern Federal University.

(Научный руководитель: Николаева Ольга Васильевна – доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета (г. Владивосток), nikolaeva.ov@dvfu.ru.

Olga V. Nikolaeva – Doctor of Philology, Professor at the Department of Linguistics and Intercultural Communication, Far Eastern Federal University).

Статья поступила в редколлегию 10.03.2015 г.