

Юлия Васильева (Россия)

К ВОПРОСУ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ ПОСЛОВИЦ

Пословица находится в центре внимания ученых, работающих в разных областях гуманитарного знания, в том числе в культурологии, лингвистике. Это объясняется неоднозначностью природы пословицы. В науке о языке пока еще не сложилось общепринятого взгляда на пословицы и поговорки об этом свидетельствует даже краткий перечень работ, посвящённых изучению пословиц: Гвоздев В.В. Место пословиц как структурно-семантических образований в языке; Дмитриева О.А. Культурные ценности в пословицах; Караджев Б.И. Коммуникативно-прагматический аспект функционирования пословиц с предикатом-императивом; Левин Ю.И. Провербиальное пространство; Маркелова Е.В. Процессы концептуализации в пословицах; Николаева Т.М. Обобщенное, конкретное и неопределенное в паремии; Николаева Т.М. «Модель мира» в грамматике паремий; Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии; Тарланов З.К. Русские пословицы: семантика и поэтика; Фролова О.Е. Пословица и ее отношение к действительности; Широкова О. Жизнь в пословицах.

В настоящее время являются перспективными исследования теории коммуникаций в структуре гуманитарных знаний, так как теория коммуникаций предполагает выявление общекультурного и национального. Всякое человеческое общение всегда конкретно. Материал этой конкретности позволяет формулировать рекомендации для успешной коммуникации. Надёжный источник такого материала – фольклорный материал, а именно паремиологический фонд языка. Поэтому пословица представляет интерес для исследования.

Язык есть одновременно и продукт культуры, и ее важная составная часть, и условие существования культуры. Более того, язык – специфический способ существования культуры, фактор формирования культурных кодов [Маслова 2007: 66]. Культурный код понимается как культурное бессознательное, определяющее набор образов, которые связаны с каким-либо понятием в нашем сознании.

В семиотическом аспекте единицей языка признается текст. В тексте отображается духовный мир человека. Именно текст напрямую связан с культурой, ибо он пронизан множеством культурных кодов, именно он хранит информацию обо всем, что составляет содержание культуры. Текст – набор специфических культурных сигналов, которые

автоматически вызывают у читателя, воспитанного в традициях данной культуры, не только непосредственные ситуации, но и большое количество косвенных. Фольклор, фольклорные тексты являются начальным текстово-культурным стратом, составляющим подкладку для всех последующих стратов [Рождественский 1970: 222]. Текст строится из языковых единиц низших уровней, которые при соответствующем подборе могут усилить культурный сигнал [Маслова 2007: 87–88]. Именно такими единицами являются паремии, которые рассматриваются как один из основных «кодов» культуры.

Пословица является начальным текстом культурологии, однако четкой дефиниции ее нет. Принято различать пословицы, поговорки и паремии. В качестве универсального определения пословицы принято считать следующее: пословица - малая форма народного поэтического творчества, облеченная в краткое, ритмизованное изречение, несущее обобщенную мысль, вывод, иносказание с дидактическим уклоном. Поговоркой именуют краткое образное изречение, отличающееся от пословицы незавершенностью умозаключения [Жуков 1966: 9]. Например: *Ель аль сосна?; Захотел молочка от бычка; На то лето, не на это; Раком, раком, да и в сторону*. Пословичное суждение имеет обобщающий, синтезирующий смысл, а поговорка судит только о конкретном жизненном случае [Тарланов 1999: 37]. Например: *Не вяжись с казною – не пойдёшь с сумою. Чем сердиться, так лучше помириться. Не давай воли языку во пиру, во беседе, а сердцу в гневе*. Таким образом, пословица выражает общее суждение, а поговорка – суждение частного характера.

Большинству пословиц присущ переносный смысл, основанный на обобщении единичных фактов, что часто допускает расширительное толкование пословиц даже с прямой мотивировкой значения. В них может быть отражен индивидуальный опыт автора, ибо сам автор может выступать в качестве объекта познания. Так, современный лингвист О. Широкова относит к пословицам устойчивые народные изречения, имеющие переносный смысл, а к поговоркам – народные изречения, не имеющие переносного смысла [Широкова 1931: 19].

А.А. Потеня, как и И.М. Снегирев, отличает образные пословицы от безобразных. В этой связи он писал, что «если обобщение не будет заключать в себе следа своего происхождения от образа, мы получим другой вид пословицы – именно безобразное изречение нравственного содержания» [Потеня 1990: 117].

Эти языковые единицы не только содержат разнообразные сведения о национально-бытовых реалиях, но и, будучи образцами высокой культуры, отражают многовековой опыт народа, его мудрость, духовные

и нравственные ценности и ту систему знаний и представлений, которая характеризует самосознание народа. Процесс формирования морально-этических ценностей в определенной степени отражается при возникновении паремии. Пословица с нравственно-этическим значением – результат определенного осмысления события или явления окружающей действительности, на которое первоначально возникает эмоциональная реакция.

За пословицами и поговорками прочитывается народная психология, черты менталитета, особенности его мировидения и миропонимания. По меткому замечанию И.М. Снегирева, «нигде столь явственно не проявляется дух и характер народа, как в его пословицах» [Снегирев 1997: 283]. Паремии принадлежат к той области языка, которая эксплицирует культурную семантику. О.А. Дмитриева доказывает, что пословицы выражают приоритеты цивилизации, этноса, социального строя [Дмитриева 1996: 128-129]. То есть, в пословицах зафиксированы особенности быта народа, его традиции, уклад жизни, нравы и обычаи. Они транслируют опыт предшествующих поколений, проверенный временем. По мнению Т.М. Николаевой, «задача пословицы – не сообщить истину, а сообщить опыт масс» [Николаева 2000: 397-408].

Большая часть паремий обращена к нравственной сути человека – поискам и определению таких понятий, как *честь, совесть, добро, зло, правда, долг* и т. д. Этические и эстетические нормы народа вырабатывались в борьбе добрых и злых начал, в поисках истины и красоты. В паремиях раскрываются подлинные черты народного характера, его история, мироощущение, его общественная жизнь, бесконечное многообразие человеческих отношений. Они также усиливают экспрессивность заключенного в них сущностного значения.

Паремии характеризуются особой связью с речью – их функционирование, использование носителями языка всегда обусловлено каким-либо поводом, причиной. Именно в разных речевых ситуациях обнаруживается настоящая природа пословицы. Суждение, заключенное в них, интересно не столько само по себе, сколько тем, что может применяться ко множеству сходных жизненных ситуаций, случаев. В любом человеческом обществе существуют стереотипные ситуации, нормы поведения, бытовые явления, присущие именно этому социуму.

Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров изучают пословицы как «воспроизводимые единицы» – «фразы, столь же массово воспроизводимые, как и слова и фразеологизмы, но, в отличие от них, означающие не предметы и явления, а типичные, повторяющиеся жизненные ситуации» [Верещагин, Костомаров 1976: 324].

Пословица – клишированное речение. При ее употреблении говорящий ограничен некоторым набором трансформаций, иначе пословица не будет восприниматься в рамках своего жанра. Обращаясь к клишированному речению, говорящий сравнивает две ситуации: экстралингвистическую ситуацию и ситуацию, отраженную в пословице [Фролова 2005: 125]. Современный исследователь, автор работы «Провербиальное пространство», Ю.И. Левин называет референциальное значение пословицы ее смыслом, подчеркивая при этом, что смысл пословицы в большей степени зависит от ситуации употребления, чем смысл слова [Левин 1984: 109–110]. Исследователь разделяет смысл и значение пословицы: под значением он понимает тематическое содержание пословицы, под смыслом – моделирование этого содержания применительно к ситуации употребления.

Традиционно пословицы изучались классификационно, по темам. В.И. Даль провёл наиболее полную классификацию пословиц, разделив их по тематическим группам. Например, *Муж – Жена, Жизнь – Смерть, Заботы – Опыт, Путь – Дорога, Царь, Закон* и др. Ю.И. Левин предложил типологию пословиц, основанную на модальных характеристиках высказывания: 1) законы жизни: *Аппетит приходит во время еды; В семье не без урода* и 2) предписания: *Кашу маслом не испортишь; Куй железо пока горячо; Не убив медведя, шкуру не продают* [Левин 1984: 108-123].

Для выявления особенностей функционирования пословиц в речи используется коммуникативно-прагматический подход, который позволяет определить цели употребления паремий в коммуникации, выявить свойства пословиц, проявляющиеся в живой речи, т. е. в коммуникативном взаимодействии партнеров в процессе обмена мыслями и чувствами. Этот подход предполагает учет значимого компонента пословицы, которую использует адресант в общении, ориентируясь в ситуации в целом, в социальных признаках адресата (статус, роль и т. д.) в соотношении с собственными социальными признаками. В коммуникативно-прагматическом аспекте пословицы рассматриваются как прагматически маркированные единицы. Пословицу как коммуникативную единицу можно считать речевым актом говорящего, нагруженным иллокутивной (целеполагающей) функцией, интенциональным значением и предполагающим перлокутивный (воздействующий) эффект на адресата. В пословице *Не говори «гоп», пока не перепрыгнешь* иллокутивная функция выражена в коммуникативном задании: «не считай что-либо сделанным, пока не доведёшь до конца», интенциональное значение – контроль поведения адресата, перлокутивный эффект – адресат не торопится с

поспешными выводами. Пословица говорится тому, кто считает раньше времени что-либо уже свершившимся.

Перлокутивный эффект использования пословиц в коммуникации основывается на морально-практическом опыте социума. Пословицы не подвергаются сомнению со стороны членов данного социума, поэтому адресант с целью воздействия на ментальное сознание адресата применяет речевую тактику «использования опыта самого адресата». В речевой ситуации говорящему для преодоления комплекса социального одиночества, утверждает Т.М. Николаева, «важно создать иллюзию стоящего за ним плотного и гомогенного социального пространства», и для этого ему необходимо ввести в речь пословицу, подчеркнув тем самым, что его мнение основывается не на оторванных от человеческой жизни представлениях [Николаева 2000: 312].

Мотивационно-целевая направленность пословиц – дать совет, предостеречь, уберечь, пояснить, предупредить о последствиях.

Проблема рассмотрения значения пословицы является в значительной степени частью общей проблемы соотношения значения и смысла языковой единицы в современной лингвистической теории. Под значением пословицы мы понимаем ее содержание как знака, а под смыслом – ее актуализированное в речи содержание, т. е. референциальное значение. Определяющей чертой смысла считается его коммуникативный характер. В пословичной лексикографии присутствуют три подхода:

- 1) дается дефиниция, объясняющая значение пословицы;
- 2) дефиниция сопровождается описанием ситуаций, в которых пословица может употребляться;
- 3) никакого объяснения не прослеживается.

Принцип интерпретации пословицы должен соответствовать пониманию ее значения рядовым носителем языка. Например: пословицу *Тряси жену как грушу, будешь жить с ней душа в душу* чаще всего носители русского языка воспринимают как рекомендацию к суровому обращению с супругой для благополучия семейной жизни. Однако в этой пословице есть более глубокий смысл, связанный с символом плодового дерева – груши, которое требует бережного, внимательного обращения для того, чтобы оно плодоносило.

Ю.И. Левин [1984] предложил термин «провербиальное пространство» (от латинского «proverbium» – пословица) для обозначения совокупности семантических отношений, реализуемых пословицами. Пословичный концепт представляет собой семантическое пространство, которое строится вокруг абстрактного понятия и содержит пословицы, являющиеся характеристикой этого понятия [Маркелова 2000:

145]. Другими словами, они группируются вокруг выражаемого ими абстрактного морально-этического понятия и содержат его дополнительные характеристики. Одним из способов представления концептов является их описание через другие морально-этические ценности. Концепт отражает «наивные» представления о морали и этике, бытующие у народа. *Гневаться – дело человеческое, а зло помнить – дьявольское; Всякое даяние благо; Худой мир лучше доброй брани; С грехом бранись, а с грешником мирись.*

По мнению В.В. Гвоздева, это самое сложное образование, которое можно наделить статусом языкового знака. Пословицы, с его точки зрения, можно рассматривать как языковые знаки в силу того, что они воспроизводятся и обладают планом выражения и планом содержания [Гвоздев 1983: 12–13]. При подходе к пословице как к языковому знаку, входящему в систему языка и существующему в ней наравне с другими знаками, применяются принципы рассмотрения языковых знаков.

Г.Л. Пермяков впервые применил семиотический подход к пословицам. Он полагал, что пословица – знак ситуации, и говорил 1) о клише с образной мотивировкой значения (изречениях переносного смысла, требующих расширительного толкования): *Каждый (всяк) кулик свое болото хвалит; Баба с возу – кобыле легче; Игра (не) стоит свеч* и 2) о народных афоризмах, клише с прямой мотивировкой общего значения (изречениях прямого смысла, допускающих, однако, расширительное толкование): *Все там будем; Дают – бери, бьют – беги* [Пермяков 1988: 235]. Описывая типы образности пословиц, Г.Л. Пермяков определял функцию данного жанра как моделирующую. Поучительную (или директивную) функцию исследователь приписывал загадке.

Паремии – сложные знаки или комбинация знаков, непременно бытующих в живой разговорной речи и литературе, главное – в живой речи. Если паремия неизвестна говорящим, она не может служить знаком [Пермяков 1988: 209]. Как особые знаки пословичные изречения относятся к языку, а в качестве модели они принадлежат к фольклору [Пермяков 1988: 85].

Как отмечает Г.Л. Пермяков, пословица обладает внутренней языковой структурой, которая понимается им в смысле, близком к гумбольдтовской внутренней форме, и обозначает особенности отношения паремиологического знака к его смыслу [Пермяков 1975: 262]. Будучи языковым знаком со сложной структурой, пословица обладает значением и внутренней формой. Заметим, что люди могут общаться между собой только потому, что существует общая знаковая система. Пословицы же являются определенной частью этой системы, они могут быть отде-

лены от ситуации использования и при этом сохраняют свое значение. Значение же пословицы – это то ее содержание, которое может быть передано с помощью метаязыка, без учета языковых и образных характеристик пословицы.

Пословицы ассоциируются с типизированными социальными ситуациями, их можно отнести к конвенционально используемым средствам в процессе коммуникации, так как в них лаконично, образно и метко сформулирована житейская мудрость, общественный опыт, они представляют собой «знаки каких-то жизненных или мысленных ситуаций» [Пермяков 1988: 22]. Первое условие разрешения ситуации – понимание ее. Пословица дает такое понимание, потому что правильно называет ситуацию, т. е. находит ей место в общей (сложившейся) системе представлений. Но чтобы правильно назвать, надо правильно определить все связи – т. е. дать (взять, найти) такую пословицу, логический контекст которой совпадает с обстоятельствами, определяющими характер данной ситуации. Правильно подобрать пословицу – значит точно определить жизненную ситуацию, для чего требуется мудрость, т. е. правильное понимание данной ситуации [Пермяков 1988: 209]. Владение народной приметой есть результат социального навыка поведения и рождает навык поведения. Владение же пословицей есть результат социального знания и рождает знание [Рождественский 1970: 227].

Набор трансформов пословиц (система их трансформации, которая неизбежно складывается у научившегося говорить) дает правила для практического руководства ума, т. е. для логического оперирования в пределах всей системы трансформации [Пермяков 1988: 209]. А.А. Потеня отмечал, что художественный образ «дает... возможность замещать массу разнообразных мыслей относительно небольшими умственными величинами», и в этом Пермяков Г.Л. видит еще одно доказательство логико-семиотической инвариантности фольклорных текстов разных уровней [Рождественский 1970: 231].

Всякая пословица и поговорка (например: *Что шапка на голове, что голова в шапке; Что в лоб, что по лбу; Живой осел лучше мертвого мудреца; Лучше с умным камни таскать, чем с дураком плов есть* и т. п.) всегда описывает какой-то прецедент в поведении и / или дает правило поведения. Область паремиологии – это область моделей поведения [Рождественский 1970: 230].

Таким образом, пословицы исследуются как продукты народного творчества, как лингвокультурные единицы, репрезентирующие ценностные ориентации, и лежащие в основе различных культур, как единицы, обладающие образной мотивировкой значения (паремиология), а

также как «микродискурсы» в функционально-прагматическом аспекте. В лингвистической литературе пока недостаточно описано исследование пословицы как символа, как моделирующей единицы.

Типология пословиц может быть построена по признакам структуры (формы), содержания и функции. К наиболее значимым для лингвокультурного анализа содержательным признакам относят модальную квалификацию суждения, уровень иносказательности (вторичности смысла), образность.

Пословицам как разновидностям лингвокультурных текстов характерны следующие жанровые признаки: по содержанию – философская глубина, дидактичность, истинность; по форме – краткость, законченность, структурированность в виде предложения; по функции – автосемантичность, цитатность, широкая употребительность.

Универсальный характер и этнокультурная специфика пословиц проявляются только в плане содержания – при сравнении семантических структур изучаемых единиц и семантики имен репрезентируемых в них морально-этических концептов, а также при анализе особенностей их образности. План выражения у них различен вследствие различия языковых систем. Например: *Семь раз отмерь – один раз отрежь* (рус.) – *Девет премери, едно отрежи* (болгар.). Или русской пословице *В Тулу со своим самоваром не ходят* соответствует английская поговорка *To carry coal to New Castle* (*Носить уголь в Нью-Касл*; Нью-Касл - угледобывающий город).

ЛИТЕРАТУРА

Верещагин 1976 – *Верещагин Е.М.* Язык и культура // Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. М., Русский язык, 1976.

Гвоздев 1983 – *Гвоздев В.В.* Место пословиц как структурно-семантических образований в языке. Автореф. Дис. ... канд.филол.наук. М., 1983.

Дмитриева 1996 – *Дмитриева О.А.* Культурные ценности в пословицах и афоризмах // Этнос. Культура. Перевод: тез. докл. науч. конф. Пятигорск, 1996.

Жуков 1966 – *Жуков В.П.* Словарь русских пословиц и поговорок. М., 1966.

Караджев 2008 – *Караджев Б.И.* Коммуникативно-прагматический аспект функционирования пословиц с предикатом-императивом // Русский язык за рубежом. 2008, №5.

Левин 1984 – *Левин Ю.И.* Провербиальное пространство // Паремнологические исследования. М., 1984.

Маркелова 2000 – *Маркелова Е.В.* Процессы концептуализации в пословицах // Квантитативная лингвистика и семантика: Сб. науч. тр. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2000. Вып. 2.

Маслова 2007 – *Маслова А.Ю.* Введение в прагмалингвистику: учеб пособие. М. – Флинта; Наука, 2007.

Николаева 1995 – *Николаева Т.М.* Обобщенное, конкретное и неопределенное в паремии // Малые формы фольклора: сборник статей памяти Г.Л. Пермякова (под ред. Е.М. Мелетинского, С.Ю. Неклюдова). М., 1995.

Николаева 2000 – *Николаева Т.М.* «Модель мира» в грамматике паремий // От звука к тексту. М., 2000.

Пермяков 1975 – *Пермяков Г.Л.* К вопросу о структуре паремнологического фонда // Типологические исследования по фольклору: сборник статей памяти В.Я. Проппа. М., 1975.

Пермяков 1988 – *Пермяков Г.Л.* Основы структурной паремнологии. М.: Наука, 1988.

Потебня 1990 – *Потебня А.А.* Из лекций по теории словесности. Басня. Пословица. Поговорка // Теоретическая поэтика. М., 1990.

Рождественский 1970 – *Рождественский Ю.В.* Что такое «теория клише»? // Г.Л. Пермяков От поговорки до сказки. (Заметки по общей теории клише). М., Наука, 1970.

Снегирев 1997 – *Снегирев И.М.* Словарь русских пословиц и поговорок. М., 1997.

Тарланов 1999 – *Тарланов З. К.* Русские пословицы: семантика и поэтика. Петрозавдоск, 1999.

Фролова 2003 – *Фролова О.Е.* «Слово не воробей, вылетит – не поймашь». Пословица: синтаксис, модальность, семантика // Живая старина. 2003, № 4.

Фролова 2005 – *Фролова О.Е.* Пословица и ее отношение к действительности // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 2005, №4.

Широкова 1931 – *Широкова О.* Жизнь в пословицах // Русский язык в школе. 1931, № 6 -7.