

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ В ТРАДИЦИОННЫХ РУССКИХ ПОСЛОВИЦАХ И СОВРЕМЕННЫХ ПОСЛОВИЧНЫХ ТРАНСФОРМАХ

В статье представлены результаты анализа, сравнения общественно-политических ценностей в традиционных русских пословицах и современных пословичных трансформах.

Ключевые слова: русские пословицы, пословичные трансформы, трансформированные паремии, общественно-политические ценности.

N. N. Fedorova

SOCIAL AND POLITICAL VALUES IN TRADITIONAL RUSSIAN PROVERBS AND CONTEMPORARY PROVERB TRANSFORMS

The article presents the results of the analysis and comparison of social and political values in traditional Russian Proverbs and contemporary proverb transforms.

Key words: Russian Proverbs, proverb transforms, transformed Proverbs, social and political values.

В современной лингвистике активно изучается языковая картина мира, представляющая собой зафиксированную в языке и специфичную для данного коллектива схему восприятия действительности, отражение в языке представлений о мире, осуществляемое человеческим менталитетом данного языкового коллектива [5, с. 218]. Языковая картина мира — это когнитивная структура в своей основе, но в ней находят отражение особенности культуры народа, не зависящие напрямую от процессов когниции [8, с. 16].

Фрагментом языковой картины мира является пословичная картина мира. Ее исследование представляется перспективным, так как позволяет реализовать оба направления анализа языковой картины мира, указанные Ю. Д. Апресяном [1, с. 38]: с одной стороны, пословицы дают прекрасную возможность исследовать характерные для данного языка (а следовательно, для народа) концепты, с другой — пословицы образуют достаточно обозримый законченный участок языковой системы, который позволяет реконструировать фрагмент языковой картины мира и описать взгляд на мир достаточно полно и достоверно.

Яркость проявления народного менталитета в пословицах, возможность реконструировать законченные пословичные картины мира представляют интерес для их сопоставительного изучения. Исследование употребления пословиц в речи в современную эпоху даст иную «речевую» пословичную картину мира, чем реконструкция пословичной картины мира на основе единиц словаря, просуществовавших не одно столетие и имеющих разную употребительность в современной речи [8, с. 21].

Система ценностей в пословицах отражается в виде своего рода шкалы упорядоченных объектов-предпочтений. Ценности образуют ценностную картину мира,

которая не является свободной от разного рода противоречий. Противоречия наблюдаются между традиционными ценностями, нацеленными на сохранение и воспроизводство давно сложившихся целей и норм жизни, с одной стороны, и современными ценностями, ориентированными на новации и прогресс в достижении рациональных целей и норм жизни, с другой [10, с. 81].

Сопоставительный анализ семантики традиционных русских пословиц и пословичных трансформов внутри общественно-политической группы позволил сделать выводы о динамических процессах в пословичной картине мира и, соответственно, в системе ценностей носителя русской лингвокультуры.

В период формирования Московского государства в сознании русского народа всеячески укреплялось представление об общине, мире как о высшей ценности, что и повлияло на весь ход русской жизни. Ради *мира* русский человек должен был быть готов пожертвовать всем. Это жизненное кредо отчеканилось в целом пласте пословиц [7, с. 228–229]: *В миру жить — миру служить* [6, с. 254]; *Мирская шея толста (т. е. много снесет, сможет)* [6, с. 253]; *Артельный горшок гуще кипит* [6, с. 489]; *Один в поле не воин* [6, с. 489]; *Согласному стаду волк не страшен* [6, с. 253]; *Что мир порядил, то бог рассудил* [6, с. 253]; *На мир и суда нет* [6, с. 253]. *В какой народ придешь, таку и шапку наденешь* [6, с. 206].

Пословицы подчеркивают необходимость руководства общиной: *И мир не без начальника (не без головы)* [6, с. 253] и вместе с тем характеризуют социальные отношения как стихийные: *В народе что в туче: в грозу все наружу выйдет* [9, с. 62]; *Народ глуп: все в кучу лезет* [6, с. 254]; *Мирская молва что морская волна* [9, с. 62].

Очевидно, что влияние социального фактора на изменения в языке оказывается активным и заметным в наиболее динамичные периоды жизни общества, связанные с существенными преобразованиями в разных сферах жизнедеятельности, особенно в общественных отношениях и политике. Динамизм политического языка отражает динамизм и стремительность политической коммуникации вообще [2, с. 57]. Жизнь в политике, как правило, быстротечна, ее временные рамки весьма ограничены, отсюда кратковременный, преходящий характер политических ценностей и сконцентрированность на политической деятельности (и политической коммуникации), на сиюминутных, а не вечных проблемах.

В современных пословичных трансформах данной тематической группировки отражено отношение народа к социально-политическим событиям, реалиям последнего времени — предвыборным обещаниям властей, жестким социально-политическим и экономическим реформам, особенно в периоды смены руководства на том или ином государственном уровне: *Соловья баснями не кормят, ими кормят народ* (Вальтер, Мокиенко, 2002); *Обещанного улучшения жизни народ долго ждет* (Запись 2004 г.); *Чем дальше в лес, тем больше у народа стресс* (Запись 2010 г.); *Новая государственная метла по-новому метет* (Запись 2005 г.).

Идеи патриотизма ('преданность и любовь к своему Отечеству, к своему народу' [11, с. 496]) ярко проявились в традиционных русских пословицах. Любовь к родине русского народа, приоритет родной стороны перед чужими странами подчеркивается в следующих паремиях: *Всякому мила своя сторона* [6, с. 206]; *Мила та сторона, где пупок резан* [6, с. 206]; *На чужбине — словно в домовине* [9, с. 58]; *За морем веселье, да чужое, а у нас веселье, да свое* [6, с. 206]; *Родимая сторона — мать, чужая — мачеха* [6, с. 207]; *Своя сторона по шерстке гладит, чужая насупротив* [6, с. 207]; *На чужбине и собака тоскует* [6, с. 207].

Некоторые трансформы, продолжая тему патриотизма, подчеркивают преимущество родины перед другими странами: *За океаном хорошо, а дома лучше* (Вальтер, Мокиенко, 2005); *В Европе хорошо, а дома лучше* (Запись 2012 г.).

Однако многие эмигранты придерживаются другого мнения, которое также отразилось в трансформах: *На Родине хорошо, а дома лучше* (Вальтер, Мокиенко, 2002); *На бедную родину надейся, а сам скорее на богатую чужбину уезжай* (Запись 2013 г.).

В русских пословицах широко представлено отношение народа к солдатской жизни. Паремии отмечают такие качества русских солдат, как смекалка, веселый нрав, неприхотливость в быту: *Армейская молодежь — веселее ее не найдешь* [6, с. 218]; *Ружье да ранец не тяга, а крылья* [6, с. 446]; *Где цель, там солдат пролезет; где свалится, там и спит* [6, с. 446]; *Где тесно, там-то солдату и место* [6, с. 446]; *У солдата шило бреет, а шубы нет, так палка греет* [6, с. 446]; *Русский солдат, куда ни пришел, все дома* [6, с. 446]; *Служивый что муха: где цель, там и постель, где забор, там и двор* [6, с. 446].

Вместе с тем, многие паремии говорят о тяжелой солдатской жизни, об отрицательном отношении народа к службе: *Служба да нужда — нет их хуже* [6, с. 158]; *Пошел на службу — терпи и нужду* [6, с. 158]; *От горя в солдаты, от беды в чернецы* [6, с. 158]; *В рекрутчину — что в могилу* [6, с. 158].

В трансформированных паремиях эта тема развивается на современном материале, что во многом детерминировано сложившимся в последнее время внутренним состоянием армии.

Требования беспрекословно следовать уставу, отношения со старшими по званию отразились в следующих паремиях: *Ум хорошо, а устав лучше* (Комсомольская правда, 2003, 21 февраля); *Дуракам устав написан* (Запись 2012 г.); *Устав есть — ума не надо* (Запись 2010 г.); *На всякого бойца довольно старшины* (Запись 2009 г.).

Плохое питание в солдатской столовой, в основном перловой кашей, не осталось незамеченным при трансформации пословиц: *Сколько солдата ни корми, все равно он перловку не любит* (Стерх, 2003, 19 февраля).

Негативное отношение к воинской службе в целом проявилось в следующих трансформах: *В армии служить — по-волчьи выть* (Запись 2012 г.); *Хорошо смеется тот, кто в армию не идет* (Запись 2008 г.); *Армия редьки не слаще* (Запись 2013 г.).

Представление общественно-политических ценностей в исходных паремиях подтверждает положительное отношение русского народа к своему социуму, готовность народа встать на защиту русской земли. Традиционные пословицы отмечают смекалку, веселый нрав и неприхотливость в быту русских солдат и в то же время описывают тяготы солдатской жизни. Пословичные трансформы описывают проблемы в современной армии, а также социально-политические явления последнего времени.

Литература

1. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного анализа // ВЯ. 1995. № 1. С. 37–40.
2. Бакумова Е. В. Фрейм жанра «политический портрет» // Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста: материалы Междунар. симпозиума 24 мая 2003 г. Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. пед. ун-та, 2003. С. 56–57.
3. Вальтер Х. Словарь русских антипословиц / Сост. Х. Вальтер, В. М. Мокиенко. Greifswald: Institut für Slawistik, 2002.

4. Вальтер Х. Антипословицы русского народа / Сост. Х. Вальтер, В. М. Мокиенко. СПб.: Нева, 2005.
5. Волоцкая З. М., Головачева А. В. Языковая картина мира и картина мира в текстах загадок // Малые формы фольклора: сб. ст. памяти Г. Л. Пермякова. М.: Восточная литература, 1995. С. 214–224.
6. Даль В. И. Пословицы русского народа. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2000.
7. Жукова М. Е. Русские пословицы и поговорки как ключ к пониманию трудностей взаимодействия российских и западных ценностей // Словарное наследие В. П. Жукова и пути развития русской и общей лексикографии: третьи Жуковские чтения: материалы Междунар. науч. симпозиума, Великий Новгород, 21–22 мая 2004 г. Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2004. С. 227–231.
8. Иванова Е. В. Пословичные картины мира: (на материале английских и русских пословиц). СПб.: СПбГУ, 2002.
9. Колпакова Н. П. Избранные пословицы и поговорки русского народа / Под общ. ред. А. А. Прокофьева, вступ. ст. В. П. Андрияновой-Порети. М.: Гослитиздат, 1957.
10. Кочетова Л. А. Конфликт ценностей в дискурсе современной рекламы // Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста: материалы междунар. симпозиума, Волгоград, 22–24 мая 2003 г. Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. пед. ун-та, 2003. С. 81–83.
11. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999.