
АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ АМЕРИКАНЦЕВ И ЛАТИНОАМЕРИКАНЦЕВ (на примере анекдотов)

Ю.В. Фернандес Санчес

Кафедра иностранных языков
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье обосновывается, что наиболее эффективным путем раскрытия национально-специфических ценностных установок народов является их межкультурное сопоставление. На примере современного английского анекдота *joke* и испанского *chiste* рассматриваются противоположные аксиологические ориентации североамериканцев и латиноамериканцев.

Ключевые слова: анекдот, межкультурная коммуникация, специфика культуры, ценности, юмор.

Природа ценностей, их происхождение, функции и типы является предметом аксиологии, которая охватывает все больший ряд вопросов, таких как вычленение ценности и оценок, специфика общественно-аксиологического бытия человека, изучение ценностей, характерных для культур различных народов [1].

Если изначально учение о ценностях являлось предметом аксиологии, то отечественный романист Е.М. Вольф также доказала непосредственную связь аксиологии с лингвистикой [2. С. 43]. «Ценностные отношения закреплены в языке, в его семантических (а иногда и синтаксических) структурах», — пишет она [3. С. 6].

Выдающийся отечественный романист Н.М. Фирсова отмечала, что аксиология связана теснейшим образом с такими проблемами межкультурной коммуникации, как национальный характер, индивидуализм, коллективизм и коммуникативное поведение [2. С. 43].

На изучении категории ценности в рамках межкультурной коммуникации и лингвокультурологии для выявления специфики языковых картин мира и особенностей национального менталитета сфокусировались интересы многих отечественных и зарубежных ученых (Ю.Д. Апресян, М.М. Бахтин, Н.А. Бердяев, Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелев, Х. Лаирд, Е. Оксаар и др.).

Наши наблюдения также подтверждают близкую связь аксиологии с лингвокультурологией. Мы проанализировали ряд анекдотов на испанском и английском языке, в которых нашли отражение аксиологические ориентации американцев и латиноамериканцев.

Особой ценностью для американца являются деньги. Цитируя слова писателя и общественного критика Фрэна Лейбовица, американская писательница Стефани Фол отмечает: «В этой стране не только время — деньги. В ней все — деньги. Если разобраться, так оно и есть: в США деньги действительно — самое главное». Журналистка отмечает, что американцы любят думать обо всем в денежном эквивален-

те, потому что «деньги — самый надежный способ определить, кто какое место занял в состязании, называемом „жизнь“» [4. С. 22], например:

Son: — Mom can I get twenty bucks?

Mom: — Does it look like I am made of money?

Son: — Well isn't that what M.O.M stands for? [5]

(Сын: — Мам, а дай мне 20 баксов.

Мать: — А что, похоже, что я сделана из денег?

Сын: — А разве не это означает сокращение M.O.M (мать)? (Перевод наш — Ф.С.Ю.В.)

С категорией денег неразрывно связана аксиологическая установка «время», поскольку оно является важным инструментом для достижения материальных благ. Отсюда всем известное выражение «time is money» (время — деньги):

As the taxi came to a screeching halt at a traffic light, I asked the driver: — Do you agree that 'Time is money'?

— Well, it's a very common saying. Who will care so much about that?

— Look, the digits in the meter are still running when the car has stopped.

— Oh, yes. You've got a point here. In this case, time is money for both of us [5].

(Как только такси остановилось на красном сигнале светофора, я спросил водителя: — Вы согласны с утверждением, что время — деньги?

— Ну, это очень общее утверждение. Кому до этого дело?

— Смотрите, ведь цифры на счетчике продолжают прибавляться, несмотря на то, что машина остановилась.

— Ааа, ну да. Здесь вы правы. В этом случае время — деньги для нас обоих).

Анализируя аксиологические установки американцев, нельзя не упомянуть такую ценность, как свобода личности и индивидуализм. «Американская марка индивидуализма не только подчеркивает успех и личные достижения («американская мечта»), но и личную подлинность» [6. С. 242]. Например:

My friend calls me up and asks: — Hey are you free tonight? And I say: — Of course, I'm American. [5].

(Мой друг звонит мне и спрашивает: «Эй, ты свободен сегодня вечером?». И я ответил: «Конечно, я же американец».)

Если главной аксиологической установкой американцев является индивидуализм и способность самостоятельно добиваться поставленных целей, то одним из основных ценностных ориентиров для латиноамериканцев является семья. Культура «большой семьи», куда входят не только родители и дети, но и бабушки, дедушки, тети, дяди, племянники, свекры и свекрови, восходит к автохтонным народам латиноамериканского континента, многие традиции которых свято чтутся и по сей день. Однако нельзя не отметить, что в настоящее время во многих странах Латинской Америки наблюдается кризис семьи, рост разводов и числа внебрачных детей. Существует множество анекдотов на тему мужской неверности:

Dos amigos:

— Llevo casado veinte años y ¡sigo enamorado de la misma mujer!

— Eso es maravilloso, qué bonito...

— Sí, pues como se entere mi mujer me mata [7].

(Два друга:

— Я женат уже 20 лет и до сих пор люблю одну и ту же женщину!

— Это же так замечательно...

— Да, но если об этом узнает моя жена, она меня убьет.)

Интересен тот факт, что существует намного больше анекдотов о неверности женщин, а не мужчин, что говорит нам о том, что стереотип горячего, страстного латиноамериканца жив. Когда изменяет мужчина, это само собой разумеется, женщина же не должна изменять, поэтому такой персонаж, как обманутый муж (*cornudo*), несомненно, вызывает смех и презрение.

Приоритетной аксиологической установкой латиноамериканцев является также дружба и общение с друзьями. В анекдотах с зачином «*estos son 3 amigos que...*» (однажды три друга...), лексема «*amigo*» (друг) заменяется словом «*hermano*» (брат):

Un par de amigos están tomando algo en un bar y uno le dice al otro: — Oye, hermano, el otro día me contó tu mujer un chiste tan bueno, pero tan bueno que me caí de la cama [7].

(Два друга встретились в баре и за выпивкой один другому говорит: Послушай, брат, на днях твоя жена рассказала мне такой смешной анекдот, что я упал с кровати.)

Одна из самых известных ценностных ориентаций латиноамериканцев — наслаждение жизнью. Отсюда вытекает, что для них нехарактерно стремление к обогащению и спешка. Это объясняет частотность анекдотов про нетерпеливость и непунктуальность латиноамериканцев, их нежелание делать сегодня то, что можно будет сделать завтра. Например:

Te dije que estaba ahí en 5 minutos, no hace falta que me llames cada media hora [7].

(Я же сказал, что я буду там через 5 минут, не нужно названивать мне каждые полчаса.)

Таким образом, представленный лингвокультурологический материал свидетельствует о том, что ценностные ориентации американцев и латиноамериканцев имеют значительные расхождения. В то же время вышеперечисленные культурные ценностные ориентации американцев и латиноамериканцев и их языковое отражение в анекдотах указывают на то, что можно уверенно говорить о лингвокультурологическом направлении в аксиологии.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Полякова А.А. Аксиологический диалог культур. — М., 2008. [*Polyakova A.A. Aksiológicheskij dialog kultur. — M., 2008.*]
- [2] Фирсова Н.М. Испанский язык и культура в испаноязычных странах. — М.: Либроком, 2012. [*Firsova N.M. Ispanskij yazyk i kultura v ispanoyazychnyx stranax. — M.: Librokom, 2012.*]
- [3] Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. — 4-е изд. — М., 1985. — М.: Либроком, 2009. [*Volf E.M. Funkcionalnaya semantika ocenki. — 4-u izd. — M., 1985. — M.: Librokom, 2009.*]

- [4] *Фол Стефани*. Эти странные американцы / Пер. с англ. А. Глебовской. — М., 2008.
[*Fol Stefani*. *Eti strannye amerikancy* / Per. s angl. A. Glebovskoj. — М., 2008.]
- [5] www.jokes4us.com
- [6] *Giselinde Kuipers*. *Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke*. — Berlin, 2006.
- [7] www.chistemania.com

AXIOLOGICAL VALUES OF AMERICANS AND LATIN AMERICANS IN JOKES

Y.V. Fernandez Sanchez

The Chair of Foreign Languages
Faculty of Philology
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article explains that the most effective way to disclose nationally specific set of values of different peoples lies through their cross-cultural comparison. On the example of modern “joke” and Spanish “chiste” we analyze opposite axiological orientation of North Americans and Latin Americans.

Key words: anecdote, intercultural communication, specificity of culture, values, humor.