

A Contrastive Study of the Distinction of Idioms between Chinese and English Based on Kluckhohn, F. R., & Strodtbeck, F. L.'s Value Orientations

Yuanyuan Lei

Luoyang Vocational & Technical College, Luoyang Henan
Email: gaohan801@163.com

Received: Sep. 30th, 2019; accepted: Oct. 15th, 2019; published: Oct. 22nd, 2019

Abstract

Different countries have their own national characteristics which form a series of unique behaviour patterns and linguistic models. The distinction of using idioms between Chinese and English reflects the different value orientations shaped from Chinese cultures and those of Western. Idioms are the elite of a cultural linguistics and have been used to express their people's emotions and opinions. It has simple structures and always sounds vivid with colorful national style and connotation. Nevertheless, there are lots of distinctions between Chinese and English because of the difference between the two cultures. The paper is a contrastive study of the distinction of idioms between Chinese and English based on Kluckhohn, F. R., & Strodtbeck, F. L.'s Value Orientations, and tries to elaborate on the application of the theory through inter-cultural communication.

Keywords

Kluckhohn, F. R., & Strodtbeck, F. L.'s Framework, Value Orientations, Chinese and English Idioms, Inter-Cultural Communication

基于克拉克洪 - 斯托特柏克构架的英汉习语差异性对比研究

雷园园

洛阳职业技术学院, 河南 洛阳
Email: gaohan801@163.com

收稿日期: 2019年9月30日; 录用日期: 2019年10月15日; 发布日期: 2019年10月22日

摘要

各国有着特定的民族群体，并在长期的历史发展过程日积月累形成的独特的行为模式和语言习惯。英汉习语的形成和使用差异便折射了中西不同民族文化下的心理和价值取向的不同。习语是一个文化的载体和语言的精华，人们常借用长期以来提炼出的习语表达观点和情感，因为习语结构简单、生动形象且短小精悍，关键是带有浓厚的民族特征和文化内涵。但中西文化有着一些本质上的区分，导致中西价值取向和语言表达上有着明显的区别。本文旨在借助克拉克洪 - 斯托特柏克构架对中西民族文化价值取向向下英汉习语的差异性进行研究，并就差异化在跨文化交际中的运用进行阐述。

关键词

克拉克洪 - 斯托特柏克构架，价值取向，英汉习语，跨文化交际

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

人类文明的发展和更迭致使世界各国甚至区域间的文化形成了差异，这种差异存在于任何阶段且渗透在思想和语言中，因而不同的价值取向也逐渐体现出来，日常习语的表达便是不同价值取向的一种体现形式，“许多语言特征也是文化特征” [1]。一个民族语言里的习语，充分体现了该民族文化的特征，因为“文化对词语、习语意义的影响是非常深远的，如果没有认真地研究背景，就难以透彻地理解习语的深刻含义” [2]。习语一般形成于人民群众的日常生活习惯和集体兴趣爱好，是大众从劳动和交往中总结出来的精华并具有广泛代表性。它与民族文化、历史发展、地理环境、生活习惯、宗教信仰等息息相关。中西比较一直以来都是国内研究的一个热门话题。在分析文化差异时引用最多的方法之一就是克拉克洪 - 斯托特柏克的构架。这一构架确定了几项基本的文化维度。基于克拉克洪价值导向理论的本土研究涉及到了广告、电影、电视、谚语、动画、习语、文学、新闻、品名和医药等诸多领域。

2. 克拉克洪 - 斯托特柏克构架

相互沟通的前提是要换位思考，或者说要从对方的角度去考虑沟通和交际的必要性和有效性，这是沟通的前提。如果不了解对方的文化和思维模式，很多沟通是无效或者效果不好。每个人特有的文化气质和语言交流方式都会受自己土生土长国家、地区甚至家庭的全面影响，这种影响会塑造个体的做事风格和语言使用规则，甚至会根深蒂固。因此，这对人民之间的交流，尤其是跨文化交际提出了一个课题亟待研究。近年来，国内外对价值导向的研究不胜枚举，但公认较有研究价值的理论屈指可数，克拉克洪 - 斯托特柏克构架便是在分析文化差异时引用最多的方法之一。这一构架提出五种价值取向：1) 环境取向，即人与自然之间的关系；2) 人性取向，即人的本性是什么？3) 时间取向，人类关注怎样的时间？4) 活动取向，人类活动的空间模式是什么？5) 关系取向，人与人之间的关系是什么？这五种取向基本概括了人类在进行价值选择和构造时所面对的问题和因素。

3. 中英习语差异性对比

习语语言是文化的载体,习语又是语言的精华,通常包括成语、俗语、熟语、格言、歇后语、谚语、俚语、行话等。习语可以直接的反映一个民族的文化和地域特色。本论文将通过对中英习语的差异性,找出中西方不同民族的思维模式和价值取向,从而使人们更深层次了解两种文化,对跨文化交际和英语学习提供重要的参考价值。克拉克洪-斯托特柏克构架所提出的五个价值取向分析可以从不同角度对习语的产生和应用进行解剖和阐释。

3.1. 环境取向

克拉克洪-斯托特柏克构架提到了环境对价值导向的影响。“人们是屈从于环境,还是与环境保持和谐关系,抑或能够控制环境?”[3]中西方因不同的民族文化对环境的关系是有差别的,对目标的追求状态也不尽相同。中国文化长期以来以“儒学”为思想根基,讲求“修身”、“内省”,中庸之道使人们安分守己,强调“仁和”,提倡“天人合一”。在谚语上,有“善有善报、恶有恶报”,“近水知鱼性,近山识鸟音”,成语中的“天经地义”、“因地制宜”[4]。而西方文化受海洋文化和基督教原罪说的影响,认为“无物不变”,强调征服自然、获得自由,提倡个人主义,如“*It never will rain roses. When we want to have more roses we must plant trees*”(天上永远不会掉下玫瑰来,如果想要更多的玫瑰,必须自己种植),“*Every man for himself, and the devil takes the hindmost*”(人不为己、天诛地灭)。西方文明的核心价值崇尚“自由主义”精神,尤其是自文艺复兴后,把人的创造性发挥到了新高度,促使西方多产生创新发展的价值理念。相反,中华文明更强调“整体主义”精神,提倡“以和为贵”、“天人合一”。人与环境之间的关系体现了个体对世界普遍性和本质的理解,是所有社会发展和文化选择首要解决的问题。

3.2. 人性取向

克拉克洪认为在回答“人性是善是恶,抑或是两者的混合体”时,也要考虑到人性的变化,所以人性可以是善恶兼有,也可以时无恶无善。从文化的角度讲,人性分为善和恶,但两者对立又交叉存在。中国历史文化国家多视人类本质为真诚可信,而西方人为人性本为恶。

关于人性,中国数千年的文化沉淀一直主张人性为善。如谚语中的“一顿饭养恩人,千顿饭养仇人”是把人性善作为假设,而认为恶受外因影响。成语体现人性本善的有“人之初、性本善”,“勿以恶小而为之,勿以善小而不为”。相比,西方则因受基督教神学伦理影响,对于人性的界定是“原罪”,所以人性之初是罪恶的,需要后期来“救赎”,如“*No rose without a thorn*(没有不带刺的玫瑰)”,“*No man (or one) is born wise or learned*(人非生而知之)”等等。习语的形成和使用充分体现了不同民族文化下的思维模式和价值取向,中西方对于人性的认知使得各自对基于人性而参与经济社会文化发展的意图和方式有很大差别。

3.3. 时间取向

克拉克洪提出,人类对时间的取向有三种模式:一是过去取向,注重传统和历史时间;二是现实取向,强调当下的前后短期时间;三是未来取向,重视即将到来或期待的时间。中国受传统儒、释、道三家思想的影响,趋向依照过去定位价值,孔子“克己复礼”的哲学思维导向便是对“过往时间”的尊重和提倡。如谚语中的“不听老人言,吃亏在眼前”、“祖宗之法不可变”等,以及成语体现的“青山不老”、“日积月累”。而西方英语中则多体现对未来时间的期待和向往,因为过去意味着“原罪”,未来意味着“救赎”,如英语习语中有:“*Life is short and time is swift*(生命短暂、光阴飞逝,及时行乐)”,以及俄国作

家托尔斯泰的名言提到：“Don't part with your illusions . When they are gone you may still exist, but you have ceased to live (理想是指路明灯。没有理想，就没有坚定的方向；没有方向，就没有生活)”。对比可以发现，中西文化上的差异，使得各自民众的价值导向有所不同，语言上的表达便是价值观的一种体现。

3.4. 活动取向

克拉克洪的价值取向分析中，谈到了人类活动取向问题。他认为“一些文化重视做事或活动，强调成就；而另一些文化重视存在或及时享乐，他们强调体验生活并寻求对欲望的满足；还有一些文化重视控制，他们强调使自己远离物质而约束欲望”。中西方文化在这方面的差异比较明显，也导致习语的形成和使用迥异。中国文化多倾向保守与稳定，如谚语“以不变应万变”、“多一事不如少一事”，成语中的“韬光养晦”、“四平八稳”。而英语习语则体现出西方思维的多变性和创造性，如“Fortune favors the bold (幸运眷顾勇敢者)”，“Nothing seek, nothing find (无所求、则无所获)”。活动取向反应了一种目标性取向，到底我们要通过什么样的方式和手段去达到目标且获取怎样的成效？克拉克洪认为不论要达成哪种目的，都要以本身自决为前提，不能盲目强求目标性而和刻意引导自身的思维和行为；这也是中西跨文化交际应关注的问题。

3.5. 关系取向

克拉克洪构架在 1961 年的《价值导向的多样性》书中提到了人类关系间的三种取向：个体主义、等级制度和附属性质取向。中国文化多重视集体意识和附属性，如“有福同享，有难同当”，“远亲不如近邻，近邻不抵对门”；成语里的“一呼百应”、“万众一心”等都是集体意识的体现。而西方则侧重个体主义，但两种文化都在不同阶段存在有等级制和附属性。而英语习语折射个体文化，多体现个体意识，如“Nor fame I slight, nor for her favors call; she come unlooked for, if she comes at all (我不轻蔑名誉，也不需要她的青睐；如果她竟来的话，也是不求而自来的)”，“Measure for measure (以牙还牙)”等无处不体现西方的个体独立性格。两种文化下习语的差异透露了各自人民对于社会文化选择性和对人与人之间关系的处理方式。

4. 跨文化交际应用

跨文化交际是人类自生存以来，因不同文化之间的交流需求而存在的一种社会普遍现象。美国人类学家爱德华·霍尔(Edward T. Hall)于 1959 年出版了《无声的语言》(The Silent Language) [5] [6]，并提出了“跨文化交际”，其英语表述是“inter-cultural communication”，多是指不同本族语者之间的交际。亦即，不同民族文化背景下的交际。在跨文化交际时，人们常需要注意交际礼俗、禁忌话题、肢体语言和符号特征等，这些都是不同文化下长期形成的交际约定。本文研究借助的是克拉克洪的理论，尤其是该理论中提出的五个价值导向架构，这五个价值导向是一个有机的整体，都是从中西方纵向和横向维度分类进行的分析，目的是找出不同民族文化下的差异性价值导向，从而对跨文化交际的提升提供素材性参考。

5. 结论

在当今多元化，且沟通方式多样化的时代，尤其是随着“一带一路”重大倡议的提出，不同国家、种族和行业之间的政策沟通、贸易畅通和民心相通日渐频繁且不断深化。各自文化的输出需要一个过程，可从语言交流和活动形式上表达出来。而相互间去理解对方文化和文字，学会传递本族的文化特色和交流方式，需要主动地去学习和分析。本文从克拉克洪-斯托特柏克构架为理论分析基础，对中西不同民

族文化下的价值导向进行了定位，尤其从中英的习语使用习惯角度多维度对比相互之间的差异性，继而对人们在跨文化教学中、交际中应当注意的问题提出了建议。希望我国对跨文化交际的研究工作和教学工作能够从纵向上关注和挖掘不同文化背后的民族历程和价值导向，结合到日常的跨文化研究上，对学生的学习、商贸的交流都会起到一定的参考作用，提升交际能力和效率。

参考文献

- [1] Hudson, R.A. (1980) *Sociolinguistics*. Cambridge University Press, Cambridge.
- [2] Nida, E.A. (1993) *Language, Culture and Translation*. Shanghai Foreign Language Education Press, Shanghai.
- [3] Kluckhohn, F. and Strodtbeck, F. (1961) *Variations in Value Orientations*. Harper Collins, NY.
- [4] 温端政, 等. 中国谚语大全(辞海版) [M]. 上海: 上海辞书出版社, 2004.
- [5] Hall, E.T. (1959) *The Silent Language* Garden City. Doubleday, NY.
- [6] 爱德华·霍尔. 无声的语言[M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2010.