

ЯЗЫКОВАЯ ПРИРОДА ПАРЕМИЙ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЯЗЫКОВОГО МИРОВИДЕНИЯ НАРОДА

Хайруллина Р.Х.¹, Леднева А.В.²

¹ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы», Уфа, Россия (450008, г. Уфа, ул. Октябрьской революции, 3 А), e-mail: rajhan@mail.ru

²МАОУ «СОШ № 34», Стерлитамак, Россия (453115, г. Стерлитамак, ул. Чехова, 12), e-mail: uma_led@mail.ru

В данной статье рассматриваются паремии как особый тип устойчивых оборотов языка, их общие и отличительные свойства, позволяющие включать или не включать пословицы и поговорки в состав фразеологического фонда языка. В науке существует несколько подходов к определению языковой природы паремий: одни ученые не включают их в состав фразеологии языка (В.Л. Архангельский, В.В. Гвоздев), другие определяют их роль как источник создания новых фразеологизмов в результате усечения структуры паремии (Мокиенко В.М., Копыленко М.М), третьи выделяют их как самостоятельный тип устойчивых единиц, наряду с фразеологическими сращениями, единствами и сочетаниями, выделенными в классификации акад. В.В. Виноградова (Шанский Н.М.). В отечественной лингвистической науке паремии исследуются с точки зрения их семантики, структуры, тематической организации, а в немецкой фразеологии паремии не выделяются в особый тип фразеологизмов и исследуются как идиоматические выражения с образно-переносной семантикой (Ф. Зейлер). В рамках антропоцентрической парадигмы лингвистики паремии рассматриваются как составляющие паремиологической картины мира – части целостной языковой картины мира. Их национальная самобытность определяет лицо паремиологической картины мира и дает возможность выявить экстралингвистические факторы формирования языкового мировидения народа, носителя языка. Паремии закрепляют когнитивно-оценочный опыт народа, его традиции и обычаи, национальный менталитет. В статье на примере русских и немецких паремий тематической группы «Деньги» анализируются универсальные и национально своеобразные свойства паремий, обусловленные внеязыковыми знаниями и представлениями о развитии общества, духовно-нравственными и этическими установками, актуальными для русских и немцев.

Ключевые слова: фразеологизм, паремия, картина мира, языковое мировидение народа, лингвокультурное пространство языка, сопоставительный анализ.

THE LINGUISTIC NATURE OF PROVERBS AND THEIR ROLE IN SHAPING THE LANGUAGE WORLDVIEW OF THE PEOPLE

Khayrullina R.K.¹, Ledneva A.V.²

¹Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla, Ufa, Russia (450008, Ufa, Oktober revolution street, 3A), e-mail: rajhan@mail.ru

²Municipal Autonomous educational institution "Secondary school №34", Sterlitamak, Russia (453115, Sterlitamak, Chekhov street, 12), e-mail: uma_led@mail.ru

This article discusses the linguistic and cultural features of the proverbs as a special type of phraseological units. Given the presentation of different points of view of researchers on the proverb as type steady turnover in the Russian and German linguistics. Thanks common with idioms properties, Proverbs are considered in the composition of the phraseological Fund of the language. A collection of Proverbs of the language are paremiological picture of the world, which is a fragment of a holistic language picture of the world. The study of Proverbs in cultural linguistics and the linguistic study of folklore due to their cultural content, reflecting the linguistic world-view of the people. In spite of the bright ethnic characteristic of Proverbs is the universality of semantics and structure due to the objectivity of human existence and the world, the unity of the language of nature expressions. In the article by the material of the thematic group of the proverbial "Money" in Russian and German presents a cross-cultural analysis of Proverbs that reveal the role of material wealth - money - in Russian and in German society. This analysis allows to identify extra-linguistic factors in the formation of the linguistic worldview of the Russian and German peoples.

Keywords: phraseological unit, proverb, picture of the world, linguistic world-view of people, linguocultural space of language, comparative analysis.

Пословицы и поговорки представляют собой богатейший экспрессивно-выразительный пласт языковой системы, веками хранящий в себе народные наблюдения, умозаключения и

представления о мире, народе, его образе жизни, традициях и обычаях. В пословицах и поговорках также отразился опыт хозяйствования, духовно-нравственные ценности народа, этические нормы взаимоотношения людей, в том числе в социуме и в семье. «Значительная часть из дошедших до нас пословиц сложилась в эпоху господства натурального хозяйства и патриархального уклада жизни» [1: 25]. Это обусловило лингвокультурное пространство паремиологической картины мира в языках.

Целью данной работы является описание особенностей языковой природы паремий с целью изучения их роли в формировании системы национального мировидения в языке.

В статье в процессе анализа паремий используются *следующие методы* исследования: сопоставительно-описательный метод, компонентный анализ; метод образно-мотивационного анализа, метод лингвокультурологического анализа.

Пословицы и поговорки, выделяемые как особый тип фразеологизмов, являются объектом изучения многих лингвистов, занимающихся сопоставительными исследованиями в области фразеологии – В.Г. Гак, Н.М. Шанский, Д.О. Добровольский, А.В. Кунин, А.Г. Назарян, Ю.П. Солодуб, Э.М. Солодухо, Г.З. Черданцева, В.И. Зимин и др. Однако все ученые отмечают особую, отличающуюся от идиом языковую природу пословиц и поговорок. Поэтому пословицы как особые лексические единицы постепенно обособились от фразеологизмов, несмотря на то, что обладают с ними схожими чертами, например, целостным образным значением, воспроизводимостью в речи, лексической неразложимостью компонентов. Тем не менее, ряд ученых исключают пословицы из фразеологического фонда языка, ввиду их функциональной обособленности в составе высказывания – фразеологические единицы вступают в формальные связи с компонентами высказывания, а паремии передают обособленную мысль в составе текста. Многие ученые рассматривают пословицы только как источник создания идиом. Так, М.М. Копыленко считает, «что афоризмы и пословицы – это не фразеология языка, но один из ее плодотворных источников»; тогда как крылатые слова и поговорки он включает во фразеологию языка (учитывая разную степень вхождения во фразеологическую систему). [3: 69-70].

В немецкой грамматической традиции понятие «фразеологизм» трактуется более широко, чем в русской грамматической традиции. Разграничение переменных и устойчивых словосочетаний немецкого языка зародилось в синтаксических исследованиях немецких ученых XIX-XX вв. Г. Пауля, О. Бехагеля, И. Риса. Становление паремиологии как науки относится к началу прошлого века и связано, прежде всего, с именем А. Тейлора. Исследованиями паремиологического фонда занимались также такие ученые, как М. Куни, В. Мидер и др. Немецкие ученые используют классификацию фразеологизмов акад. В.В.

Виноградова, однако критерии определения типов фразеологизмов в немецкой лингвистике разработаны недостаточно, поскольку немецкие фразеологические единицы характеризуются большей вариантностью компонентного состава и многообразием формального выражения. К фразеологизмам относят не только идиомы, но и парные сочетания слов, пословицы, цитаты и т.д. Широкую известность получили сборники и словари немецких пословиц К. Зимрока «Die deutschen Volkstrüme», Г. Шрадера, К. Крюгера-Лоренцена. «В основу большинства конкретных сопоставительных исследований, охватывающих фразеологический состав немецкого и русского языков, – пишет исследователь немецкой фразеологии в отечественной лингвистике А.Д. Рахштейн, – относится: «Фразеологический словарь русского языка» под редакцией А.И. Молоткова и словарь W. Friederich «Moderne deutsche Idiomatik». В центре сопоставления находятся русские и немецкие фразеологические единства и сращения; остальные разряды привлекаются эпизодически (устойчивые фразы, фразеологические сочетания, нефразеологические классы УСК)» [6: 21].

В рамках современной антропоцентрической лингвистики, уделяющей особое внимание механизмам отражения когнитивной деятельности человека в языке, паремии рассматриваются не только как жанр устного народного творчества, а как особые языковые единицы, в которых представлен социально-исторический и бытовой опыт народа, носителя языка. Каждый народ по-разному воспринимает реальность, соответственно, по-разному выстраивает картину мира, по-разному членит объективную действительность в языковом сознании. Языковая картина мира – это часть общекультурной концептуальной картины. «Язык навязывает человеку определенное видение мира. Усваивая родной язык, немецкий ребенок видит два предмета: *Hand* и *Arm*, русский видит только один – *руку*», – отмечает различия в членении действительности разными языками С.Г. Тер-Минасова [4: 56]. Паремии языка образуют свой особый сегмент целостной языковой картины мира, или согласно современной терминологии паремиологическую картину мира.

В формировании языкового мировидения пословицы как результат познания мира в ходе обыденной практической деятельности народа имеют большое значение, поскольку закрепляют в своей семантике описание стереотипных ситуаций, актуализированных представителями разных культурных сообществ. В составе пословиц интерпретируются специфические национальные концепты. Например, для русских – это *подвиг, судьба, удаля, тоска*, для немцев – *порядок, пунктуальность, экономия*. Пословицы всегда антропоцентричны. «Центральной фигурой в них (пословицах – Р.Х.) всегда выступает человек в своих различных проявлениях – во всем своем блеске и во всех неприглядностях. Пословицы и поговорки представляют собой обобщение многовекового жизненного опыта народа, содержат эмоционально-экспрессивную оценку поступков человека, событий,

явлений» [5: 3]. Тематическое разнообразие пословичного фонда разных языков было описано еще в исследованиях устного народного творчества, но лингвокультурологические аспекты анализа структуры и семантики паремий начали разрабатываться лишь в последние десятилетия. В рамках изучения проблемы взаимодействия языка и культуры паремии стали рассматриваться как интерпретационное поле национальных культурных концептов.

Национальное языковое мировидение получает выражение в аксиологических характеристиках одних и тех же универсальных понятий. В паремиологическом фонде универсальность проявляется на уровне тематической классификации паремий, а национальная самобытность лингвокультуры – в разных образно-мотивационных источниках семантики этих выражений. «Этнокультурное различие в системе миропонимания разных народов, – пишут Р.Х. Хайруллина, М. Айчичек, А. Бозташ, – выявляется в процессе сопоставительного лингвокогнитивного и лингвокультурологического исследования языковых единиц, и фразеологизмов в том числе» [7: 199].

Особенно ярко это можно продемонстрировать на материале пословиц из разных языков, например, русского и немецкого. Нами были изучены и описаны тематические группы русских и немецких паремий, закрепивших опыт социализации человека в обществе – это темы «Семья», «Дом», «Дружба», «Работа» и др. Лингвокультурологический анализ паремий этих групп позволил нам выделить универсальное и идиоэтническое в семантике и структуре паремий в языках сравнения.

Приведем примеры русских и немецких пословиц тематической группы «Деньги». В обоих языках сформировалось большое количество пословиц, в которых дается интерпретация этого феномена. Но культурные смыслы, ассоциативные представления о деньгах в них различны. Общеизвестно, что деньги являются необходимым условием жизни в обществе со времен установления товарно-денежных отношений. Однако у разных народов сложилось разное отношение к деньгам, богатству и бедности, средствам и способам их получения, тратам и т.д. Для русского человека на первом месте стоит духовность, а не материальное богатство. По мнению Ю.Е. Прохорова и И.А. Стернина, русское сознание относится к материальному как не к главному в жизни. Высокая социальная престижность богатства на Руси сочеталась с христианской системой взглядов. Имел место приоритет бедности перед богатством, строго осуждалось сребролюбие, понимаемое как стяжательство, алчность. В русском языке существует много пословиц, осуждающих богатство, богатых людей. Ср.: *Богатством в рай не взойдешь; Богатство – грязь, ум – золото.* Русские относятся к деньгам как к чему-либо второстепенному в жизни, больше ценились дружба, согласие, единение: *Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Не в деньгах счастье.* В немецком языке меньше пословиц, осуждающих богатство и деньги: *Besser arm in Ehren, als*

reich in Schanden (букв.: *Лучше бедный в честности, чем богатый в позоре*); *Besser nackt und bloß als mit Schande groß* (букв.: *Лучше нагой и бедный, чем с большим стыдом*), и в них акцент делается на приоритетности честно заработанного материального богатства.

Одной из прототипических ситуаций в пословицах данной группы является оценка экономии и бережливости. Таких пословиц много и в русском, и в немецком языках. Например: *Koneечка к копеечке – рубль набегает*; *Копейка рубль бережет*; *Кто копейки не бережет, тот сам гроша не стоит*; *Vorrat ist besser als Reichtum* (букв.: *Запас лучше, чем богатство*); *Spare in der Zeit, dann hast du in der Not* (букв.: *Копи вовремя, потом будешь в нужде*); *Sparsamkeit ist keine Dummheit* (букв.: *Экономия не глупость*) и т.д. С другой стороны, русский национальный характер определяет крайность проявления разных черт и поступков. Наряду с бережливостью, русскому человеку свойственно тратить деньги с размахом, до последней копейки, скупость и стяжательство оцениваются отрицательно.

Среди проанализированных пословиц и поговорок данной тематической группы есть и эквивалентные выражения, что говорит о сходстве жизненного опыта русских и немцев, одинаковых аксиологических оценках.

Например: *Ein ersparter Pfennig ist zweimal verdient* – *Береженная вещь два века служит*; *Ein kleiner Dieb an der Galgen muß, von großen nimmt man Pfennig* – *Богатому идти в суд – трын-трава, бедному-долой голова*; *Geburt ist gut, Geld ist besser* – *Люди родом, деньги вводом*; *Reichen gibt man, Armen nimmt man* – *Деньги идут к богатому*; *Betrug ist der Krämer Wagen und Pflug* – *Не обманешь – не продашь*; *Borgen macht Sorgen* – *Знай толк-не давай деньги в долг*; *Leben wie Gott in Frankreich* – *Живет как сыр в масле*; *Sparsamkeit erhält das Haus* – *Копейка к копейке, проживет и семейка*; *Geld ist wie Wasser* – *Деньги приходят и уходят как вода*; *Arme haben Kinder, Reiche die Rinder* – *Богатому телята, а бедному – ребята*; *Mit ehrlicher Arbeit sind keine steinernen Häuser zu verdienen* – *От работ праведных не наживешь палат каменных*. В этих паремиях содержатся предписания, как экономить, как давать в долг, а также закрепились характеристики богатого и бедного человека.

Как показал наш анализ, в немецком языке гораздо меньше паремий в тематической группе «Деньги». Это объясняется культурными традициями народа – в Германии не принято говорить о финансах, это закрытая тема для обсуждения на людях. Считается, что каждый имеет столько денег, сколько может заработать. В русском языке намного больше паремий в этой тематической группе. Русский человек более открыт и эмоционален, он легко делится своими личными проблемами с окружающими, в том числе и финансовыми, может попросить займы даже у незнакомого человека, дать займы, если сам небогат (ср. *снять последнюю рубаху*).

Как видим на примере лишь одной тематической группы, лингвокультурное пространство паремиологической картины мира в разных языках обуславливается в первую очередь экстралингвистическими факторами – образом жизни народа, его традициями и обычаями, в ней получает яркое выражение национальный менталитет и психология народа. Языковые особенности паремий не столь значительны для их понимания, поскольку логическая основа этих языковых единиц является универсальной для разных языков.

Таким образом, паремии являются особыми языковыми единицами. Они представляют собой устойчивые высказывания и обладают образно-переносной семантикой. В них закрепляется описание стереотипных, чаще бытовых ситуаций из жизни народа, которые несут информацию для носителей языка об отрицательном или положительном опыте познания. По образному выражению Ф.И. Буслаева, паремии – это особые миры, «они содержат в себе и нравственный закон, и здравый смысл, выраженный в кратком изречении, которые завещали предки, и руководство потомкам» [2: 37]. Такой опыт может быть одинаковым, но может быть и различным в силу культурно-исторического развития этнокультурной общности. Паремиологический фонд языка можно назвать энциклопедией народной жизни, поскольку посредством этих образных устойчивых единиц осуществляется межпоколенная передача культурного достояния народа.

Список литературы

- 1 Алефиренко Н.Ф. Введение в когнитивную фразеологию/Н.Ф. Алефиренко – LAP LAMBERT Academic Publishing. - 2011 – 152 с.
2. Буслаев Ф.И. Русские пословицы и поговорки, собранные и объединенные. М., 1954.
3. Копыленко М.М. Очерки по общей фразеологии. М., 1989.
4. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М. - 2000.
5. Пословицы и поговорки русского народа. Объяснительный словарь. Сост. Зимин В.И., Спиринов А.С. - М.: «Сюита». – 1996.
6. Райхштейн А.Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии. М., 1980.
7. Хайруллина Р.Х., Айчичек М., Бозташ А. Универсальные культурные концепты в контексте межкультурной коммуникации. // Вестник Адыгейского государственного университета. – Серия «Филология и искусствоведение». – Вып.3. – Майкоп. – 2011. – с.197-202.

Рецензенты:

Хисамова Г.Г., д.фил.н., профессор, ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный университет им. М. Акмуллы», г. Уфа;

Артюшков И.В., д.фил.н., профессор, ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы», г. Уфа.