Гордеева Н.В., Кузнецова С.В.

Антонимия как средство создания контраста в английских и немецких паремиях

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», Педагогический институт им. В.Г. Белинского
(Россия, Пенза)

doi: 10.18411/lj-02-2021-253

idsp: ljjournal-02-2021-253

Аннотация

В данной статье на материале паремий английского и немецкого языков рассматривается один из способов создания контраста, а именно антонимия. Приводится ряд определений, раскрывающих сущность данного явления. Авторами выделены и проанализированы английские и немецкие пословицы и поговорки, в которых представлены антонимы. Проведенный анализ позволил выявить часто встречающиеся антонимичные ряды в паремиях английского и немецкого языков.

Ключевые слова: антонимия, антонимы, контраст, паремии, пословица, поговорка, английский язык, немецкий язык.

Abstract

This article deals with one of the means of creating contrast – antonymy on the material of paroemias of the English and German languages. The authors have given a number of definitions revealing the essence of this notion. The English and German proverbs and sayings containing antonyms are distinguished and analyzed. The analysis made it possible to identify frequently occurring antonymic series in the paroemias of the English and German languages.

Keywords: antonymy, antonyms, contrast, paroemias, proverb, saying, the English language, the German language.

В современном мире мы все чаще стали проявлять интерес и уделять внимание многовекому опыту, заложенному в широко распространенном жанре устного народного творчества – паремиях. За счет простоты формы, разнообразия стилистических средств, лаконичности, уникальности они создают яркие образы, способствующие лучшему пониманию национального характера, мыслей, идей, поступков.

Как отмечает Г.Л. Пермяков, паремии – это устойчивые фразеологические единицы, передающие специфическую информацию и обозначающие типичные жизненные и мысленные ситуации или отношения между теми или иными объектами [10].

По своей природе паремии многофункциональны. Во-первых, в них заложена поучительная функция, так как они являются средством обучения и воспитания. Во-вторых, в словесной форме они передают модель некоторой жизненной ситуации, то есть выполняют моделирующую функцию. В-третьих, они могут ненавязчиво вызвать определенные эмоции или направить на некие действия или поступки, при этом выполняя магическую функцию. Большинство лингвистов относят к паремиям пословицы и поговорки, загадки, приметы, потешки, прибаутки и т.д. В данной работе за основу были взяты английские и немецкие пословицы и поговорки.

Уникальным приемом, позволяющим достичь вышеназванные функции в пословицах и поговорках, является контраст. Представим некоторые определения данного понятия, чтобы лучше понять его специфику.

С точки зрения Г.В. Андреевой контраст – это один из важнейших принципов выдвижения значимой информации. Он фокусирует внимание читателей на

определенных моментах сообщения, подчеркивая их противоречивость и несовместимость [2].

Е.С. Корюкина полагает, что «контраст – это эффект, то есть впечатление, возникающее у адресата речи в результате «столкновения» антонимов в тексте» [7].

Более подходящее определение для нашего исследования дает О.С. Ахманова. Автор характеризует контраст «как фигуру речи, состоящую в антонимировании лексико-фразеологических, фонетических и грамматических единиц, воплощающих контрастное восприятие художником действительности» [3].

Отметим, что многие авторы приходят к единому мнению в том, что антонимия является стилистическим средством для создания контраста. Существование антонимов (то есть слов имеющих противоположное значение) в любом языке обусловлено, прежде всего, характером нашего восприятия действительности, так как ей присуща противоречивая сущность, заключающаяся в единстве и борьбе противоположностей. Понятие «антонимия» раскрывается по-разному.

По мнению Л.А. Новикова, антонимия определяется как наиболее существенное и характерное для всех носителей языка максимальное противопоставление слов, закрепленное в нормах литературного словоупотребления [9].

Н.Б. Боева-Омелечко полагает, что «в настоящее время в лингвистике утвердилось определение антонимии как лингвистической универсалии, представляющей один из типов семантической связи между словами, отражающими экстралингвистическую действительность». Автор отмечает, что антонимия может быть представлена на разных уровнях языковой системы, т.е. она может быть лексической и грамматической [5].

Рассматривая антонимичные пары в паремиях английского и немецкого языков, мы придерживались точки зрения Л.А. Новикова, Н.М. Шанского и др., считающих антонимами как однокорневые, так и разнокорневые слова.

У однокорневых слов значение антонимичности обычно возникает как следствие употребления префикса, придающего слову противоположный смысл. Подобные антонимы, так же называются эвфемизмами, они выражают противоположность мягче и образуются с помощью приставки не-, например, «**Friede** ernährt, **Unfriede** verzehrt» – «Мир созидает, распря разрушает» [8], «**Glück** macht Freunde, **Unglück** prüft» – «Счастье дает друзей, а несчастье их проверяет» [8], «**Glück** und **Unglück** wandern auf einem Steg» – «Счастье и несчастье одной тропинкой идут» [8].

В качестве разнокорневых антонимов могут выступать различные части речи. В пословицах и поговорках английского и немецкого языков были выделены следующие части речи:

1. Имя существительное: «**Anfang** und **Ende** reichen einander die Hände» – «Начало и конец протягивают друг другу руки» [1], «**Arbeit** bringt Brot, **Faulenzen** Hungersnot» – «Труд приносит хлеб, лень – голод» [1], «**Business** first, **pleasure** afterwards» – «Делу время, потехе час» [4, с. 30], «**Like** parents, **like** children» – «Каков батька, таковы и детки» [4, с. 51].

2. Имя прилагательное: «**Langes** Haar, **kurzer** Sinn» – «На голове-то густо, а в голове-то пусто» [8], «**Long** hair and **short** wit» – «Волос долог, да ум короток» [4, с. 17], «**A light** purse is a **heavy** curse» – «Без денег – везде худенек» [4, с. 6]. При этом имя прилагательное может стоять как в положительной, так и сравнительной и превосходной степени. «**The worse** luck now, **the better** another time» – «Будет и на нашей улице праздник» [4, с. 10], «**The more**, **the merrier**» – «В тесноте, да не в обиде» [4, с. 15], «**Least** said, **soonest** mended» – «В добрый час молвить, а в худой промолчать» [4, с. 12].

В ряде паремий можно встретить и существительное, и прилагательное в одной пословице или поговорке: «**Little** wit in the **head** makes **much** work for the **feet**» –

«Дурная голова ногам покоя не дает» [4, с. 35], «**Fire and water are good servants, but bad masters**» – «С огнем не шути, а воде не верь» [4, с. 120].

3. Глагол: «**Leicht gelacht, leicht geweint**» – «Не смейся много – плакать будешь» [8], «**Pack schlägt sich, Pack verträgt sich**» – «Сброд подерется, сброд помирится» [1], «**Easy come, easy go**» – «Как нажито, так и прожито» [4, с. 51], «**Better die with honour than live with shame**» – «Лучше умереть стоя, чем жить на коленях» [4, с. 72].

4. Местоимение: «**Alles oder Nichts**» – «Все или ничего» [8], «**Every man for himself and God for us all**» – «Всяк сам за себя, а Господь про всех» [4, с. 21].

5. Имя числительное: «**Viele wissen viel, keiner alles**» – «Многие знают много, а всего не знает никто» [8], «**One lie makes many**» – «Маленькая ложь за собой большую ведет» [4, с. 74], «**Two heads are better than one**» – «Ум хорошо, а два лучше» [4, с. 140].

6. Наречие: «**Besser zu früh als zu spät**» – «Лучше слишком рано, чем слишком поздно» [8], «**Viele Worte, wenig Werke**» – «Много слов, да мало дел» [8], «**Once a thief, always a thief**» – «Зарекался козел в огород ходить» [4, с. 43], «**One today is worth two tomorrows**» – «Лучше синица в руки, чем журавль в небе» [4, с. 71].

7. Предлог: «**Eine Stunde Schlaf vor Mitternacht ist besser als zwei danach**» – «Один час сна до полуночи – лучше двух после» [1], «**When wine is in, wit is out**» – «Вино с разумом не ладит» [4, с. 17].

8. Имя собственное: «**Every Jack has his Jill**» – «Всякая невеста для своего жениха родится» [4, с. 22].

Отметим, что чаще всего в паремиях английского и немецкого языков в качестве антонимов встречаются существительные, прилагательные, глаголы, реже местоимения, числительные, наречия, предлоги и имена собственные.

Важно подчеркнуть, что функциональное использование и экспрессивные возможности антонимов разнообразны. Довольно часто в английских и немецких паремиях можно встретить парные антонимы, которые выражают самые разнообразные оттенки значений. Например: «**Böses schreibt man in Stein, Gutes in Sand**» – «Злое на камне отмечается, доброе – на песке» [8], «**Krieg verzehrt, was Friede beschert**» – «Война разрушает, что мир созидает» [8], «**Jugend wild, Alter mild**» – «Молодость буйная, старость кроткая» [1], «**United we stand, divided we fall**» – «Объединенные, мы выстоим, разделенные – погибнем» [4, с. 4], «**The greatest talkers are the least doers**» – «Где много слов, там мало дела» [4, с. 24].

Таким образом, сделаем вывод, что такое лингвистическое понятие как «антонимия» играет важную роль в создании контраста, в том числе в паремиях английского и немецкого языков. Она помогает ярче описать внутреннюю противоречивую сущность окружающих явлений и действий. Чаще всего в английских и немецких пословицах и поговорках можно встретить разнокорневые антонимы, которые выражены такими частями речи, как существительное, прилагательное, глагол. Более глубокий смысл заложен в паремиях, имеющих парные антонимы.

1. 400 немецких пословиц и поговорок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=554655&p=1#section> (дата обращения: 25.01.2021)
2. Андреева Г.В. Языковое выражение контраста и его стилистические функции в художественной прозе (на материале английского языка) / Дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Л., 1984. – 185 с.
3. Ахманова О.С. Очерк по общей и русской лексикологии / О.С. Ахманова. – М.: Учпедгиз, 2004. – 298 с.
4. Бодрова Ю.В. Русские пословицы и поговорки и их английские аналоги = Russian proverbs and sayings and their English equivalents / Ю. В. Бодрова. – М.: АСТ; СПб.: Сова, 2007. – 159 с.
5. Боева-Омелечко Н.Б. Отражение динамики теории антонимии в ее терминологии // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. – 2017. – № 6. – С. 30-32.

6. Гриченко Л.В. Контраст: особенности его семантики и вербализации в пословицах русского и английского языков // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2013. – № 1. – С. 122-135.
7. Корюкина Е.С. Риторические возможности антонимов в современном русском языке: проблема системного описания: автореф. канд. дис. спец. 10.02.01 – русский язык / Е.С. Корюкина. – Нижний Новгород, 2014. – 19 с.
8. Немецко-русский словарь пословиц и поговорок [Электронный ресурс]. URL: <http://scheptikin.narod.ru/sprichwoerter/index.html> (дата обращения: 17.01.2021)
9. Новиков Л.А. Избранные труды. Т. 1: Проблемы языкового значения / Л.А. Новиков. – М.: РУДН, 2001. – 672 с.
10. Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии / Г.Л. Пермяков. – М.: Наука, 1988. – 236 с.
11. Пермяков Г.Л. От поговорки до сказки (заметки по общей теории клише) / Г.Л. Пермяков. – М.: Наука, 1970. – 240 с.
12. Собирова Б.Б. Антонимия как языковое явление // Молодой ученый. – 2014. – № 4 (63). – С. 1240-1243. URL: <https://moluch.ru/archive/63/9842/> (дата обращения: 27.01.2021).
13. Шанский Н.М., Иванов В.В. Современный русский язык. В 3-х ч. Ч. 1. Введение. Лексика. Фразеология. Фонетика. Графика и орфография / Н.М. Шанский, В.В. Иванов. – М.: Просвещение, 1981. – 191 с.

Евсюкова А.С., Сергиенко Н.В.

Акция «Слово года» как социально-политический портрет года

*ФГБОУ ВО «Алтайский государственный педагогический университет»
(Россия, Барнаул)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-254

idsp: ljjournal-02-2021-254

Аннотация

Акция «Слово года» выступает как некий индикатор социальных и политических изменений в отдельной стране или во всём мире, произошедших в определённый год. «Слова года» могут быть неологизмами, новыми значениями «старых» слов, фразами, фразеологическими единицами, лексическими единицами, оказавшими большое влияние на национальную лингвокультурную картину мира.

Ключевые слова: слово года, неологизмы, портрет года.

Abstract

The 'Word of the Year' campaign acts as a kind of indicator of social and political changes in a particular country or in the world, the changes that have occurred in a particular year. 'Words of the Year' can be neologisms, new meanings of 'old' words, phrases, phraseological units, lexical units that have had a great influence on the national linguocultural picture of the world.

Keywords: the word of the year, neologism, the portrait of the year.

Формирование общественного сознания происходит в большей степени с помощью языковых средств, в процессе коммуникации моделируется и приобретает смысл объективная реальность. В мире существует большое количество языков, каждый из которых по-своему богат и уникален, поэтому идея акции, главной целью которой является лаконичное фиксирование явлений общественной жизни, оказавшихся наиболее значимыми для конкретной лингвокультуры в определённый год, является актуальной с позиции лингвистической и социальной значимости.

Акция «Слово года» берет свое начало в 1971 году, когда в Германии по инициативе Общества немецкого языка произошла первая зарегистрированная акция по выявлению слов, отражающих дух, настроение или остросоциальные проблемы конкретного года, и имеющих существенное культурное значение. С 1977 года акция стала ежегодной традицией. При выборе немецких «слов года» решающим фактором