

ПАРЕМИЯ И СМЕЖНЫЕ ЯВЛЕНИЯ

Анотація. У статті розглядаються поняття «паремія» та суміжні явища; визначаються характерні особливості паремій та їх відмінності від фразеологічних одиниць.

Ключові слова: паремія, фразеологізм, суміжні явища.

К постановке вопроса. Если представить основную костяк русской идиоматики (фразеологические сращения и единства по классификации академика В.В.Виноградова) [3] в виде относительно целостного, но не замкнутого множества, то по его краям, в приграничных зонах окажутся расположены единицы, в разной степени тяготеющие к собственно фразеологизмам. Данные единицы сходны с фразеологическими единицами, однако не идентичны, и в науке они названы паремией.

Несмотря на то, что многие лингвисты сегодня занимаются проблемами паремиологии и фразеологии [1; 2; 5; 6] как отдельных научных отраслей, одной из наиболее острых дискуссионных проблем является отсутствие общепринятого научного определения терминов. Проблематичным остается также вопрос о включенности или не включенности паремий во фразеологическую систему языка [4: 11]. Это обстоятельство обуславливает **актуальность** нашего исследования.

В строгом смысле к паремии многие учёные относят только пословицы и поговорки, т.е. речевые клише, близкие по образности и афористичности крылатым словам, однако, в отличие от последних, являющиеся анонимными изречениями. Но куда тогда отнести такие речевые единицы, как слоганы, антипословицы, девизы, загадки и др.?

На наш взгляд, уместнее говорить о том, что данные смежные явления (а это все вышеупомянутые образования, основным назначением которых является краткое образное вербальное выражение традиционных ценностей и взглядов, основанных на жизненном опыте группы, народа) следует включать в категорию паремий [4: 22].

Наша **цель** – продемонстрировать, с одной стороны, отличие паремий от фразеологизмов, а с другой – охарактеризовать их как комплекс различных (хотя и родственных) видов целостного и образного наименования реалий. Нам представляется, что отнесение паремий к фразеологическому фонду является ошибочным, поскольку данные единицы представляют собой уникальный и отдельный пласт лексикологии.

Близость фразеологических единиц и паремий не вызывает никакого сомнения, однако смешивать и отождествлять данные понятия не стоит. Для начала разберёмся в терминологии по данной проблематике.

Паремии – особые единицы и знаки языка, необходимые элементы общения людей. Эти знаки передают специфическую информацию, обозначают типичные жизненные и мысленные ситуации или отношения между теми или другими объектами [10: 661], в то время как *фразеологизмы* (*фразеологический оборот*, *фразема*) — это устойчивые сочетания слов, свойственные только данному языку, значение которых не определяется значением входящих в них слов, взятых по отдельности [3: 12].

Уже только на основании этого одного определения можно заключить, что мы имеем дело с единицами разных уровней. В нашем исследовании мы придерживаемся мнения, что паремии ни в коем случае нельзя относить к разновидностям фразеологических единиц (фразем). Отметим основные особенности паремии:

- 1) цель употребления (чаще всего) – нравоучительная;
- 2) вариативность (пословица легко может превратиться в антипословицу; четких границ между явлениями нет);
- 3) типичность: фиксируется всё, что нас окружает;
- 4) тесная связь единиц с фольклором, художественной литературой, публицистикой;
- 5) нет чёткого порядка слов; иногда паремии намеренно видоизменяются для расширения смысла речевого оборота.

6) каждое явление паремии фиксирует своё (первичное) начало, поэтому они различны по жанрам, функциям [5: 22].

Теперь остановимся подробнее на основных разновидностях паремии. Самый многочисленный класс паремий представляют пословицы и поговорки – именно с этими единицами связывают понятие паремии большинство учёных.

Пословица — малая форма народного поэтического творчества, облеченная в краткое, ритмизованное изречение, несущее обобщенную мысль, вывод, иносказание с дидактическим уклоном. Своей силой пословица обязана смысловому эффекту, возникающему в результате особого стяжения синтаксической и лексической формы, призванного закрепить некое содержание. Например:

*без радости беда сойдётся с горем;
волков бояться — в лес не ходить;
начал за здравие, а кончил за упокой* [10: 753].

Однако если данная разновидность паремии используется в художественном тексте, то у пословицы «появляется» носитель. Например:

ради красного словца не пожалеет ни мать, ни отца [12: 109].

В этом примере пословица приобретает новый образ, новую функцию и становится речевой характеристикой уже не просто ситуации или отношений, а личности героя. Пословица выражает идеологическую позицию персонажа, которая предопределяет последующие действия данного героя.

Такие «преобразования» пословиц мы можем наблюдать и в других современных прозаических произведениях:

язык до Киева доведёт [12: 109].

Здесь смысловая сторона пословицы не только остаётся прежней в романе «Empire V» В.О. Пелевина, но ещё и значительно расширяется. Исходя из того, что «язык» соотносится в произведении с «душой», значение пословицы не ограничивается толкованием «спрашивая, все узнаешь, найдешь» [8: 540]. Герой Рама, который «приобретает» душу, становится на более высокую ступень развития (так как без души он был никто), и теперь он пробивает себе дорогу к новым вершинам.

Следующий класс паремий представлен поговорками. Хотя они и близки к пословицам, но не идентичны, поэтому мы их относим к отдельной группе.

Поговорка — словосочетание, оборот речи, отражающий какое-либо явление жизни; в отличие от пословицы, не содержит обобщающий поучительный смысл и не является законченным предложением; «складная короткая речь, ходячая в народе, но не составляющая полной пословицы» [10: 704]. Например:

собака на сене [8: 410];

лыка не вяжет [8: 315].

Поговорки, как и пословицы часто являются стилистической фигурой в художественном тексте. В произведениях поговорки, как и пословицы «приобретают» носителя и становятся авторскими. Поговорки могут быть репрезентированы фрагментами предложений:

поживём — увидим [8: 380].

Теперь перейдём к другим разновидностям паремии. В чём трудность их идентификации и разграничения? Во-первых, данные группы явлений представлены обширными и многообразными пластами лексики. Во-вторых, очень трудно однозначно и непротиворечиво распределить их по группам, так как вне художественного текста они могут «переходить» из одной группы в другую, и только в контексте становится понятно, что именно перед нами.

Ещё одна проблема связана с тем, что не все учёные признают данный класс смежных явлений паремий, поэтому их чёткой классификации нет. По нашему мнению, в общей категории паремии,

кроме общепринятых (они названы выше), можно выделить следующие основные составляющие:

- 1) слоганы
- 2) антипословицы;
- 3) девизы;
- 4) загадки.

Слоган — шаблонный речевой оборот, банальное лозунговое клише; рекламный лозунг или девиз, содержащий сжатую, легко воспринимаемую, эффектную формулировку рекламной идеи [10: 973]. Существуют и другие трактовки слогана: шаблонный речевой оборот, банальное лозунговое клише, шумная фраза [9: 290]. Слоган не имеет чёткой структуры, может быть рифмованным, хотя рифма может и отсутствовать — всё зависит от лица, которое произносит данную речёвку.

В отличие от рекламного заголовка, слоган призван выражать не конкретные достоинства товара, а саму идеологию. Таким образом расширяются границы речевого оборота, что особенно ярко представлено в прозаических и стихотворных жанрах:

род приходит, род уходит — а Земля пребывает вовеки [14: 28].

Данный слоган — это не просто рекламный лозунг. В цитируемом художественном произведении В. Сорокина «Лёд» главный герой Бро задумывается о своём времени, поколении, и у него рождается слоган на эту тему. Это не призыв, не реклама, а выражение идеологии бытия не только самого героя, но и всего человечества. Следовательно, границы смысла слогана здесь расширяются, и тем самым он сближается с понятием концепта. Такие «преобразования» речевых оборотов в современной прозе не исключение, так как это способ в минимуме слов выразить максимум смысла:

ради великой цели можно стерпеть всё [14: 59].

Главный герой Саша в произведении Владимира Сорокина «Путь Бро» именно таким изречением охарактеризовал свой дальнейший путь. Автор демонстрирует преобразование героя, который начинает осознавать, что создан для великой цели. И действительно, ради спасения Земли он проходит многие испытания и, несмотря ни на что, достигает поставленной цели. Таким образом, данный слоган выступает в качестве жизненного кредо, которое невозможно нарушить.

Слоганы используются и в стихотворных жанрах:

если дарить — то самое лучшее [9: 120].

Следующий класс смежных с паремией явлений представлен **антипословицами**. Это «перекрученные мудрости», пародия на пословицу; краткое изречение (зачастую юмористического характера), представляющее собой искажение какой-либо обычной, хорошо всем известной пословицы (путем замены одного или нескольких компонентов пословицы, соединения частей разных пословиц и т. п.) [9: 35]. Следовательно, мы

наблюдаем модификации, трансформации и мутации привычных паремических суждений. В современной речевой и литературной языковой практике, а также практике СМИ активно используются также модифицированные половицы. Например:

тише едешь – никому не должен [11: 40];

мать – сыра кожа [13: 15];

как встретишь третье тысячелетие, так его и проживёшь [7: 204];

автопилот до Киева доведёт [7: 572];

евро баксу не товарищ [7: 114];

в тихом омуте кулаками не машут [7: 142];

один в поле – хуже татарина [7: 110].

Чем это вызвано? Тем, что современный мир, литература, СМИ видоизменяются, стараются соответствовать формату «нового времени». Следовательно, необходимы новые речевые обороты для отображения действительности. Это приводит к тому, что авторы, на основе уже существующих пословиц, создают собственные вариации – их мы именуем антипословицами. Но это не значит, что привычные пословицы утратили свое значение, так как антипословицы используются чаще в юмористическом жанре, и основная функция их – саркастическое высмеивание действительности.

Девизом назывались первоначально гербовые фигуры, помещавшиеся сверх других изображений в щите и служившие воспоминанием о каком-либо выдающемся событии [10: 168]. В настоящее время девизом называется изречение, имеющее какое-либо отношение к гербу [9: 40]:

сила в единстве;

свобода, равенство, братство [10: 169].

Девизы близки к слоганам, но являются более масштабными, так как относятся уже не к одному человеку (персонажу), а к целой группе людей, которые объединяются по общим интересам, родам занятий или идеологии.

В художественном произведении В. Сорокина «23 000» девиз связан с идеологией группы людей – так называемого Братства Света. Целью Братства было уничтожение человеческого существования на Земле. И во всех своих действиях Братство руководствовалось исключительно одним изречением, которое определяло их миссию на планете:

есть человек – есть проблема, нет человека – нет проблем! [14: 258].

Загадка – метафорическое выражение, в котором один предмет изображается посредством другого, имеющего с ним какое-нибудь, хотя бы отдалённое, сходство; на основании последнего и должен отгадать задуманный предмет. В древности загадка – средство испытания мудрости, теперь – народная забава [10: 81].

По своей форме народные загадки примыкают к пословицам: у них та же мерная, складная речь, то же частое употребление рифмы и созвучия слов. Иногда только вопросительная форма делает из пословицы, присловья или поговорки загадку:

сидит на овчине, а бьёт соболей (промышленник) [4: 77].

Таким образом, паремиологический фонд включает в себя совокупность различных изречений. В данной статье мы рассмотрели наиболее распространённые смежные с паремией явления (однако многие учёные выделяют ещё и другие группы явлений: приметы, афоризмы, веллеризмы, притчи, иносказания, предтексты и т.д.). Такое видовое многообразие паремии ещё раз демонстрирует то, что причислять данный лексический пласт к фразеологизмам неуместно и ошибочно. Наличие общих закономерностей позволяет выделить паремию в особый класс лексикологии, который связан с фразеологическими единицами, но не является идентичным.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алефиренко Н.Ф. Фразеология и паремиология: Учеб. пособие для бакалаврского уровня филологического образования / Н.Ф.Алефиренко. – М.: Изд-во "Флинта. Наука", 2009. – 289 с.
2. Аникин В.П. Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор / В.П. Аникин. – М.: Наука, 1999. – 230 с.
3. Виноградов В.В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины / В.В. Виноградов // Избранные труды: Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1977. – 312 с.
4. Жуков А.В. Фразеологическая переходность в русском языке / А.В. Жуков. – Л.: ЛГПИ им. А.И.Герцена, 1984. – 93 с.
5. Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии / Г.Л. Пермяков. – М.: Изд-во «Лабиринт», 1998. – 178 с.
6. Черданцева Т.З. Идиоматика и культура // Вопросы языкознания / Т.З. Черданцева. – М.: Наука, 1996. – N 1. – С. 58-69.

СЛОВАРИ

7. Вальтер Х.И., Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа / Х.И. Вальтер, В.М. Мокиенко. – СПб: Издательский дом «Нева», 2005. – 576 с.
8. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок / В.П. Жуков. – М.: Русский язык, 1991. – 544 с.
9. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов / Н.Г. Комлев. – М.: Наука, 1999, 349 с.
10. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка. 180000 слов и словосочетаний / Д.Н. Ушаков. – М.: Альта-Принт: Дом. XXI век, 2009. – 1239 с.

ИСТОЧНИКИ (ТЕКСТЫ)

11. Пелевин В.О. Generation «П» / В.О. Пелевин. – М.: Вагриус, 2001. – 304 с.
12. Пелевин В.О. Амфир В: Роман / В.О. Пелевин. – М.: Эксмо, 2006. – 416 с.
13. Пелевин В.О. Жизнь насекомых: повесть / В.О. Пелевин. – М.: Эксмо, 2007. – 256 с.
14. Сорокин В.Г. Путь Бро; Лёд; 23000: Трилогия / В.Г. Сорокин. – М.: Захаров, 2006. – 688 с.

Elena Babyak

Paroemia and related phenomena

Summary. The article deals with the notion of "paroemia" and related phenomena, determined by the characterized features of paroemias and their differences from idioms.

Key words: paroemia, idiom, related phenomena.

Одержано 27.06.2015 р.