

И. В. МАТВЕЕВА

(Нижегородский государственный лингвистический
университет им. Н. А. Добролюбова)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕМЕЦКИХ И РУССКИХ ПОСЛОВИЦ ПОЛЯ «ДЕНЬГИ»

При сравнении пословиц разных языков происходят сравнения разных языковых изображений мира, проявления разных языковых ментальностей. Сравнительное исследование языковой ментальности на материале пословиц предполагает реконструкцию соответствующих пословичных картин мира и их сопоставление при опоре исключительно на факты языка [Иванова 2006]. Пословичная картина мира слагается из отдельных пословичных полей, различающихся в разных языках по тематике, объему и конфигурации. Различия в конфигурации при сравнительном анализе выступают на первый план, поскольку, как отмечает Алан Дандес, в мировидении народов очень много общего, различия же часто связаны не с кардинальным расхождением во взглядах, а с расстановкой акцентов [Dundes 1980:71].

Таким образом, сравнительное исследование пословичных картин мира строится на последовательном сравнительном описании разнообразных составляющих их пословичных полей. Показательность сравнения во многом обусловлена выбором социально значимого по тематике поля. К таким социально значимым для любого народа полям принадлежит пословичное поле «Деньги».

Задача исследования состоит в сравнительном анализе немецких и русских пословиц поля «Geld / Деньги», собранных методом сплошной выборки по словарям пословиц [Beyer H., Beyer A. 1989; Erpert 1990; Пермяков 1985] и электронных ресурсов [Русские народные пословицы и поговорки на тему денег].

Особенностью пословиц рассматриваемой тематики является присутствие в них, за редким исключением, наименования денежных знаков, причем это наименование используется в прямом смысле, что значительно облегчает выявление направления ассоциативных связей между полем «деньги» и другими тематическими полями.

Сравним строение пословичных полей в двух указанных языках.

В немецком языке центральное место в пословичном поле занимают пословицы, прославляющие всепобеждающую силу денег

(24,6 %). Эти пословицы образуют несколько групп. К первой, самой большой, группе относятся пословицы о всемогуществе денег типа *Der Pfennig hat hundert Wege. Das liebe Geld kann alles. Hat der Bauer Geld, hat es die ganze Welt. Geld regiert die Welt.* К ним непосредственно при- мыкают пословицы об обретении силы человеком за счет денег, име- ющие устойчивую формулу (8,9 %) — *Wer Geld hat: Wer zahlt, bestimmt die Musik. Wer Geld hat, wird überall verstanden. Wer Geld hat, dem geht Teufel aus dem Wege.*

К третьей группе относятся пословицы, в которых деньги «дей- ствуют на равных» с другими концептами. К концептам, с действи- ем которых объединяется сила денег, относятся *Zeit, Wissen* (2,23 %): *Zeit ist Geld. Wissen ist Gold. Für Geld und gute Worte kann man alles haben.*

Первым трем группам противопоставлены по смыслу пословицы четвертой группы об отрицательном действии денег (1,49 %): *Reich an Gold, reich an Sorgen. Goldene Ketten sind auch Ketten.*

Второе по значимости ядро в пословичном поле “Geld” составля- ют группы пословиц, повествующие о бережливости. К ним, в пер- вую очередь, относятся пословицы, построенные по одной семанти- ческой модели — из малого количества слагается большее (17,9 %): *Viele Pfennige machen einen Taler. Pfennig zu Pfennig macht (am Ende) einen Taler.*

В шкале ценностных доминант немецкого народа бережливость занимает одно из основных мест. Пословицам о бережливости в не- котором отношении противопоставлены 4 пословицы, осуждающие скардность. Скупость является скорее предметом иронии (2,9 %): *Mancher geizt um Pfennige und wirft Taler weg. Der Geiz wächst mit dem Gelde.* Следующее по значимости место в поле занимают группы пословиц, характеризующие источник денег, их трату, текучесть и различные другие характеристики (14,9 %): *Pfennig kommt, Pfennig geht. Ein Pfen- nig zieht den anderen aus dem Beutel. Altes Geld und junge Weiber sind gute Zeitvertreiber.*

В рамках пословичного поля, помимо рассмотренного выше цен- тра и двух других объемных группировок пословиц, выделяется ряд более мелких групп. Например, группа пословиц, в которых при- надлежность денег или способы их приобретения выступают как необходимые дифференциальные признаки поля «деньги», весьма важные для народа (4,4 %): *Der eigene Pfennig zahlt am besten. Ein ehrlicher Pfennig ist besser als ein gestohlener Taler.* Есть группа пословиц, отрица- тельно оценивающих отсутствие денег (3,7 %): *Wer kein Geld hat, reitet zu Fuß. Wo Geld fehlt, da ist das Brot teuer. Wer kein Geld hat, der zahlt mit der Haut.* Она противопоставлена группе с отрицательной оценкой из- лишка денег (4,4 %): *Je mehr Geld, desto mehr Sorgen. Große Taschen, große Sorgen. Geld bringt viele Sorgen und lässt die Nerven spannen.*

Можно выделить мелкую группу пословиц, положительно оцени- вающих отсутствие денег, бедность не оценивается как нечто нега- тивное (4,4 %): *Wer kein Geld hat, muss Honig im Munde haben. Besser ein*

Mann ohne Geld als Geld ohne Mann. Armut macht erfinderisch. Armut ist der sechste Sinn.

В группе «Деньги и друзья» значимость денег может оцениваться выше и ниже значимости друзей (3,7 %): *Viel Geld, viele Freunde. Wer Pfennige hat, hat auch Freunde. Beim Gelde hört die Freundschaft auf. Besser in der Tasche kein Geld als ohne Freund in dieser Welt.* Известная устойчивость ассоциативной связи «деньги — друзья» позволяет выделить такие пословицы в отдельную группу.

Пословицы группы «Деньги и ум» повествуют о том, что нет денег без ума, а также о том, что деньги могут затмить разум (4,4 %): *Wenig Geld, wenig Verstand. Viel Geld, wenig Verstand. Wo Geld redet, muss Verstand schweigen. Reichtum stiftet Torheit. Ein reicher Mann muss klug (gescheit, weise) sein, wenn er auch ein Narr wäre.*

В русском языке конфигурация пословичного поля «Деньги» следующая: центральные в поле группы не обладают явным количественным преимуществом по сравнению с другими пословичными группами, количество же мелких групп гораздо больше и разнообразнее. Так, группа пословиц, повествующих о силе денег, занимает скромное место (8,3 %): *Деньгам все повинуется. Денежка дорогу прокладывает. Алтын сам дорогу открывает и путь очищает. За денежки и черт спляшет.* К этой группе примыкает группа пословиц, в которых сила денег соотносена с силой других концептов в пользу денег, при этом противопоставляемый концепт единственный, но весьма важный для русского человека — правда (1,3 %): *Сильна правда, а деньги сильней. Когда деньги говорят, тогда правда молчит.*

Этим двум группам противопоставлена группа с отрицательной оценкой денег, в которой сопоставление денег с другими концептами производится не в пользу денег. Противопоставляемыми концептами являются *правда, счастье, душа, уговор, добрые люди, здоровье, краюшка, репутация, любовь, почет* (9,7 %): *Не в деньгах счастье. Деньги могут много, а правда все. Уговор дороже денег. Почет дороже денег. Совет дороже денег. За деньги славы не дают. Люди — все, а деньги — сор. Здоровья на деньги не купишь.* Центральное же место в поле занимают группы пословиц, характеризующие источник денег, их трату, текучесть и различные другие характеристики (15,27 %): *Деньги — наживное дело. Деньги, что вода. Деньги искус любят. За что купил, за то и продаю. Какова работа, такова и плата. За спрос денег не берут.*

Среди этих центральных групп главное место занимают пословицы, в которых наименования денежных знаков использованы с различными препозитивными определениями — свои, чужие, трудовые, праведные, отцовские (14,5 %): *Легко на чужие деньги ехать. Трудовая денежка до веку живет. Казенная копеечка на воде не тонет, на огне не горит. Неистраченные деньги — приобретение. Медные деньги звонче золотых. Щербата денежка, да гладок калач. Даровой рубль дешев, нажитой дорог.*

Значительное место в поле занимает группа пословиц, отрицательно оценивающих отсутствие денег (10,4 %): *Без денег воду пить. Хуже всех бед, когда денег нет. Горе — деньги, а вдвое — без денег. На грош не много возьмешь.*

Этой группе противопоставлена группа пословиц, отрицательно оценивающих излишек денег (4,1 %): *Грехов много, где денег вволю. Лишние деньги — лишние заботы. Деньги девают некуда, кошелька купить не на что. Больше денег — больше хлопот.* Однако к этому противопоставлению присоединяется группа, положительно оценивающая излишек денег (2 %): *Лишняя денежка карману не тяжестъ. От туго набитого кошелька на сердце легко. Алтын серебра не ломит ребра.*

Свою нишу в пословичном поле «Деньги» занимают пословицы, повествующие о бережливости (6,9 %). Большое сходство с немецкими обнаруживают пословицы, образованные по модели «из малого количества денег получается большее» *Рубль цел копейкой. Копейка рубль бережет. Денежка рубль бережет, а рубль голову стережет.* Постоянные ассоциативные связи образованы у поля «Деньги» с полями «Счет» и «Хлеб» (4,8 %): *Хлебу мера, деньгам счет. Денежка счет любит. Денежка любит счет, а хлеб меру. Береги хлеб для еды, а деньги для беды.*

В отличие от немецкого языка, для русского более характерна отрицательная оценка скарденности (4,1 %): *У скупого рубль плачет, а у щедрого и полушка скачет. Пожалел алтын — потерял гривну. Не жалей алтына, а то отдашь полтину.*

В русском языке более значительное место (4,8 %), чем в немецком, занимают пословицы, отрицательно оценивающие дачу денег в долг: *В займы денег давать, что волка накормить. Федюшке дали денежку, а он и алтын просит. Дай вору целковых гору — воровать не перестанет. Долг не ревет, а спать не дает. Долг платежом красен.*

Надо отметить, что противопоставленность пословиц по смыслу характерна как для русского, так и для немецкого языка и пронизывает такие мелкие группы, как «Деньги и друзья», «Деньги и ум» (13,1 %): *На деньги ума не купишь. Ум хорош, а без денег душен. Есть рубль, есть и ум, два рубля — два ума. Умом туп, да кошелек туг. Денег палата, да ума-то маловато. Без ума торговать — только деньги терять. Дружба дружбой, а денежки врозь.*

В пословицах не только аккумулируется знание человека о мире, но и дается оценка этого знания и через нее та или иная жизненная установка, «программа поведения» [Кумахова 2011: 7].

Поскольку пословицы и поговорки характеризуются чрезвычайным разнообразием, то только цель их употребления составляет тот существенный признак, который позволяет определить специфику оценочного значения пословиц. Разные типы пословиц представляют собой оценочные суждения и выражают оценочное значение через отношение к принятому лингвокультурным сообществом заведенному порядку вещей, то есть стандарту, норме. Наиболее адекватным для выявления особенностей оценки в немецких и русских

пословицах является нормативный подход к определению оценочного значения, из которого следует, что хорошее означает соответствие норме, которая принята лингвокультурным сообществом, то есть идеализированной модели мира, а плохое — то, что не соответствует этой модели [Арутюнова 1999: 181]. Такое определение представляется наиболее адекватным существу феномена оценки.

Проведем анализ паремий в плане выявления оценочного прагматического содержания, значимого для лингвокультурного сообщества. Нами выявлено несколько групп пословиц на основе единства интегрального значения.

Первую группу составляют пословицы, призванные выражать обобщенное значение обычности. В этих пословицах констатируются обычные для данного этнического сообщества, принятые им нормы поведения, образ действий. В их семантической структуре выделяются интегрирующие семы «это обычно», «так бывает», «так принято», которые объединяют данные паремии общим значением «норма»: *Vor dem Pfennig zieht man den Hut. Wo der Pfennig spricht, hört man andere Rede nicht. Mit Gold beweist man seine Unschuld am besten. Omdaush деньги руками, а ходишь за ними ногами. Кто украдет рубль, того отдают под суд, а кто тысяч двести, того держат в чести. Кто долго спит, тот денег не скопит. Какова работа, такова и плата.*

Вторая группа пословиц также характеризуется определенным доминантным признаком. В них репрезентируется такое рационально обработанное знание, которое не подвергается сомнению. Семантическая структура данных пословиц связана с выражением интегрирующего значения, связанного с семантическим компонентом «несомненно»: *Wo Geld ist, da kommt Geld hin. Das Fragen kostet kein Geld. Es ist nicht alles Gold, was glänzt. Денежка не бог, а бережет. Не в деньгах счастье. В деньгах родства нет. Деньги, что вода.*

Эти две группы пословиц констатируют свойства предметов, явлений, человека и предполагают общеизвестность того или иного явления, события, свойства. В них оценочный компонент значения не содержится в семантической структуре пословичного знака. Вне ситуации трудно определить, негативно или позитивно оценивается информация, репрезентируемая такими пословицами: она выводится из семантической структуры пословицы, ее приходится извлекать, опираясь на весь смысл пословицы, на фоновые знания и ассоциации. Внутренняя форма пословицы, как правило, содержит знание, связанное с конкретной ситуацией. Это знание как буквальное значение пословичного знака может совпадать (1) и не совпадать (2) со значением пословицы: (1) *Reich an Gold, reich an Sorgen. Goldene Ketten sind auch Ketten.* (2) *Morgenstunde hat Gold im Munde. Щербата денежка, да гладок калач. Кто рано встает, тому Бог подает.* Поскольку в пословичной картине мира отражается мир не так, как он есть, а так, каким хочет видеть его человек, то оценка, выраженная в пословичных суждениях, призвана воздействовать на адресата,

повлиять на него так, чтобы он соответствовал идеализированной модели мира.

Пласт в пословичных картинах мира составляют пословицы с императивами «можно/нельзя». Этот семантический компонент связан с установкой, с предписанием «так должно/не должно быть». Именно в таких пословицах находит яркое выражение так называемое нравственное сознание этноса, его этнокультурные приоритеты. Предписание, как известно, связано с оценкой, поскольку установка «можно/нельзя» не может быть дана без оценочной квалификации. Предпочтительность того или иного поступка, свойства или их отрицательная характеристика, выраженные в пословицах, свидетельствуют о согласии/несогласии с ними субъекта назидания. Из этого логически следует, что согласие (принятие) соотносится с тем, что этнос считает возможным, должным, желательным, то есть с оценкой «хорошо», несогласие — с тем, что нельзя, невозможно, нежелательно, то есть с оценкой «плохо»: *Küss-den-Pfennig kommt zum Taler. Mit Verwandten iß und lach, aber nie Geschäfte mach. Не оставляй денег детям: глупый проживет, а умный сам наживет. Гляди вниз: денег не найдешь — ног не зашибешь. Не жалей алтына, а то отдашь полтину. Не имей сто рублей, а имей сто друзей. Береги хлеб для еды, а деньги для беды.* Оценочное значение пословиц-императивов и пословиц-предписаний, связанных с рекомендацией действовать в соответствии с принятыми нормами, извлекается из отношения к понятию «норма». В пословичной картине мира соответствие норме представляет собой должное, а не действительное, то есть то, к чему этнос стремится и что оценивается как «хорошо».

Пословицы-предписания актуализируют заведенный порядок вещей и соотносятся с понятием «должное»: *Wie die Arbeit, so der Lohn. Das Geld liegt auf der Straße (man muss es nur aufzuheben verstehen).* За деньги славы не дают. Какова работа, такова и плата. Голосом петь, конем воевать, а деньгами торговать.

Можно выделить пословицы с эксплицитно выраженным оценочным значением посредством объективно-оценочных слов *хороший/хорошо, отличный/отлично, плохой/плохо, идеальный/идеально, нормальный/нормально*, которые называются «аксиологическими словами» [Кумахова 2011: 14]:

Das liebe Geld kann alles. Es ist ein guter Pfennig, der hundert einbringt. Altes Geld und junge Weiber sind gute Zeitvertreiber. Деньги — хороший слуга, но плохой хозяин. На пустой карман и грош хорош. Мал золотник, да дорог. Особенность оценочных категорий состоит в том, что «хорошо» и «плохо» не являются такими же характеристиками предметов и явлений, как *твердый, белый* или *много*, а выражают отношение оценивающего субъекта.

В данной группе пословиц оценка может быть эксплицирована в пословичном тексте оценочно-характеризующими словами типа «*ehrlich*», «*dumm*», «*щербатый*», «*дурак*», «*скотина*» и др. *Ein ehrlicher Pfennig ist besser als ein gestohlener Taler. Sein Geld ist so dumm, wie er.* Щербата

денежка, да гладок калач. У дурака в горсти дыра. Человек не скотина, а деньги не мякина. Дурак деньги напоказ носит. Особый интерес в рамках данной группы представляют поговорки, в которых оценочная семантика реализуется посредством определенного образа: *Geld ist die Seele des Geschäftes*. Денежки не рожь, и зимой растут; денежки и не лед, а зимой тают. Денежки — что голуби: где обживутся, там и поведутся. Деньги — что галки, все в стаю сбиваются. *Reden ist Silber, Schweigen ist Gold*. Денег нет, зато сами золото. Гроша не стоит, а глядит рублем. Гость в первый день — золото, во второй — серебро, в третий — мельхиор, в четвертый — бессовестный.

Оценочная квалификация в немецких и русских поговорках поддерживается и формальной структурой пословиц. Приведем группу немецких и русских поговорок, в структуре которых использованы компаративы прилагательных (наречий) «хороший (хорошо)» и «плохой (плохо)», создающие прагматически обусловленную ситуацию выбора. Категория сравнения внутренне связана с категорией оценки, поскольку сами компаративы «лучше» и «хуже», предполагая выбор из определенного количества альтернатив, в конечном итоге несут оценочный характер: *Ein ehrlicher Pfennig ist besser als ein gestohlener Taler*. Сильна правда, а деньги сильней. Уговор дороже денег. Почет дороже денег. Без денег сон крепче. Медные деньги звонче золотых.

Выявлено, что в подавляющем большинстве пословиц немецкого и русского языков используется компаратив «лучше» — «*besser*». Лишь незначительное количество поговорок содержат компаратив «хуже»: *Хуже всех бед, когда денег нет*. Такая структурная организация поговорок подтверждает ориентированность человеческого сознания на позитивное. Кроме того, модель «ориентироваться на лучшее при оценке» является универсальной, поэтому находит яркое выражение в поговорочном фонде, являющемся концентрированной формой выражения ценностных приоритетов.

В русских поговорках наименования денежных знаков используются с ласкательно-уменьшительными суффиксами — денежка, копеечка: *Ближняя копеечка дороже дальнего рубля. Денежка дорогу прокладывает. За денежки и черт спляшет*. Ласкательно-уменьшительные суффиксы привносят в коннотативный компонент поговорки эмоциональность, отражая эмоциональное отношение к объекту высказывания, в немецком эмоциональность никак формально не выражена.

Итак, сравнительный анализ немецких и русских поговорок поля «Geld/Деньги» позволяет отметить основные различия в конфигурации поля. При тематическом совпадении крупных групп они, как правило, характеризуются разным удельным весом. В рассматриваемых различных инвариантных моделях поговорок оценка представлена по-разному. Оценочная квалификация эксплицитно выражается «аксиологическими словами» типа *хороший/хорошо, плохой/плохо*. Кроме того, оценка эксплицируется в поговорочном тексте оценочно-характеризующими словами, имплицитно содержащими в сво-

ей семантической структуре семы «хорошо» и «плохо». Но чаще в паремиях оценка не эксплицирована, она выводится из семантической структуры пословицы с опорой на весь ее смысл и на фоновые знания.

Литература

- Арутюнова 1999 — *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека. М., 1999.
- Бредис 2014 — *Бредис М. А.* Отражение ценностных ориентиров в паремиологии (на материале пословиц русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков о дружбе и деньгах) // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. № 77. 2014. С. 102—104.
- Иванова 2006 — *Иванова Е. В.* Мир в английских и русских пословицах: Учебное пособие. СПб., 2006.
- Кумахова 2011 — *Кумахова Д. Б.* Оценочная категоризация действительности в пословичной картине мира (на материале кабардино-черкесского и русского языков): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2011.
- Пермяков 1985 — *Пермяков Г. Л.* 300 общеупотребительных русских пословиц и поговорок. М., 1985.
- Русские народные пословицы и поговорки на тему денег [Электронный ресурс] // <http://www.dengy-vsem.ru/folklor.php?id=1>.
- Beyer 1989 — *Beyer H., Beyer A.* Sprichwörterlexikon. M., 1989.
- Dundes 1980 — *Dundes A.* Interpretingfolklore. Bloomington, 1980.
- Eppert 1990 — *Eppert F.* Sprichwörter und Zitate. Verlag Klett Edition Deutsch GmbH, 1990.

ZUSAMMENFASSUNG

Komparative Analyse deutscher und russischer Sprichwörter im semantischen Feld “Geld”

In dem Artikel stellt der Autor am Beispiel des Sprachenpaares Deutsch — Russisch die Ergebnisse einer kontrastiven Analyse der Parömien im Bedeutungsbereich “Geld” vor. Im Mittelpunkt stehen Gemeinsamkeiten, Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen Sprichwörtern der ausgewählten Sprachen.