КОНЦЕПТ «ДЕНЬГИ» В ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОМ ФОНДЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

Ю.С. Денисенкова

Московский государственный институт международных отношений
(университет) МИД России, 119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76.

В данной статье автор проводит сравнительный анализ паремиологических единиц лексико-семантического поля «деньги» в русском и английском языках. Автор обосновывает необходимость изучения паремий данного семантического поля, отмечая тот факт, что деньги, являясь неотъемлемой частью жизни общества, занимают значительную нишу в лексическом инвентаре языка и, следовательно, представляют собой важный объект изучения не только в лингвистическом, но и в культурологическом аспекте. Автор проводит анализ 100 паремиологических единиц семантического поля «деньги» (50 паремий в русском и 50 паремий в английском языке), в ходе которого выделяет следующие семантические группы паремий: деньги – движущая сила общества, второстепенная роль денег в жизни человека, тлетворная природа денег, деньги – как продукт бережливости и упорного труда, деньги как социальный инструмент, власть денег над человеком и моральными принципами. В заключении автор рассматривает паремии семантического поля «деньги» в лингвокультурологическом аспекте, прослеживая отражение менталитета носителей русского и английского языков в их фольклоре, а также делает вывод о релевантности денег в системе ценностей и, как следствие, в языковой картине мира представителей обеих культур.

Ключевые слова: паремии, деньги, семантика, лингвокультурология, паремиология.

Актуальность работы обусловлена процессом глобализации общества и растущим интересом к проблемам этнокультурного характера. Деньги являются одной из основных ценностей в современном мире, а «система ценностей сегодня является одной из важнейших составляющих <...> в бизнесе, политике, международных отношениях» [1, с. 44], поэтому с уверенностью можно утверждать, что деньги представляют собой средство изучения любой культуры. Одним из способов исследования данного концепта является анализ лексико-семантического поля «деньги», в частности, паремиологических единиц его составляющих. Актуальность, а также новизна работы состоит в том, что в настоящее время в лингвистике не существует единой системы классификации паремиологических единиц. Семантика паремий семантического поля «деньги» в русском и английском языках требует дальнейшего изучения.

Цель работы – провести сопоставительный анализ концепта «деньги» в современной русской и английской лингвокультурах посредством изучения реализации данного концепта в пословичном фонде соответствующих языков.

В ходе исследования применялся ряд лингвистических и культурологических методов, таких как:

- аксиологический метод с целью рассмотрения культуры как системы ценностей;
- системный метод с целью проследить взаимосвязь языка и культуры;
- метод сплошной выборки с целью получения материала исследования;
- метод сравнительно-сопоставительного анализа с целью выявления схожих и различных черт реализации концепта «деньги» в русской и английской лингвокультурах.

Материалом исследования послужили 50 русских и 50 английских паремиологических единиц отобранных из следующих источников: В.И. Даль «Пословицы русского народа», В.И. Зимин «Пословицы и поговорки русского народа», В.П. Жуков «Словарь русских пословиц и поговорок», А.В. Кунин «Большой англо-русский фразеологический словарь», А. Маргулис, А. Холодная «Русско-английский словарь пословиц и поговорок» *“The Oxford Dictionary of Proverbs”*, *“Oxford Concise Dictionary of Proverbs”*.

Отобранный материал был проанализирован по следующим параметрам: лексическая единица, номинирующая концепт; стилистический приём, лежащий в основе паремии; семантика.

1. Лексическая единица, номинирующая концепт

Сравнив отобранные паремии по первому из указанных параметров, можно прийти к заключению, что как в русских, так и в английских пословицах, наиболее частотна лексема «деньги» (25 паремий)/“*money*”(34 паремий), что закономерно, т.к. данные лексические единицы представляют собой ядро концепта «деньги»/“*money*”. Также в обоих языках в пословичном поле «деньги» прослеживается наличие таких эквивалентных лексем как «золото» / «золотой» (4 поговорки) – “*gold(en)*” (2 поговорки), «богатство»/ «богатый» (12 поговорок) – “*rich(es)*” (4 поговорки). Данный факт объясняется тем, что развитие денежных единиц шло схожим путём: в Средние века в качестве средства платежа использовали золото. Необходимо отметить, что как в русских, так и в английских пословицах присутствуют названия денежных номинаций, находящихся или когда-либо находившихся в обращении на территории России и Соединённого Королевства/ США: «копейка», «рубль», «грош», «алтын»; “*penny*”, “*dollar*”, “*pound*”, “*pence*”.

2. Стилистический приём, лежащий в основе паремии

Среди стилистических приёмов преобладающим в обоих языках является метафора. Необходимо отметить, что как в русском, так и в английском языке подобные пословицы имеют, как правило, негативную коннотацию: «Деньги – забота, мешок – тягота», «Через золото слёзы льются», «Деньги – склока, а без них плохо», “*Money is the root of the evil*”, “*Money is the sinews of war*”, “*A light purse is a heavy curse*”.

Следующим стилистическим приёмом является олицетворение: «Деньга и камень долбит», «Когда деньги говорят, правда молчи», «Копейка обоз гонит», “*Money talks*”, “*Money makes the mare go*”, “*Riches serve a wise man but command a fool*”, “*Money often unmakes the men who make it*”. Из приведённых выше примеров следует, что в обоих языках олицетворение как фигура речи показывает силу денег в обществе, а также их влияние на людей и способность решать проблемы, порой нечестным путём.

Как в русских, так и в английских поговорках встречаются примеры антономазии, выраженной посредством некогда типичных русских/ английских имен: «Добр Мартын, коли есть Алтын», “*Jack would be a gentleman if he had money*”. Антономазия в данном случае показывает типичность и общераспространённость постулатов, содержащихся в данных пословицах.

Сравнение также широко представлено в русских и английских пословицах: «Богатство спеси сродни», «Деньги, что камня: тяжело на душу ложатся», “*Money, like manure, does no good till it’s spread*”. Как видно из приведённых выше примеров, пословицы, построенные на сравнении, как и паремии, содержащие метафору, носят негативную коннотацию.

Рифма представляет собой ещё одну фигуру речи, типичную для русских и английских паремиологических единиц: «Пусти душу в ад, будешь и богат», «Деньги не щепки, счётом крепки», “*A penny saved is a penny gained*”, “*Money spent on brain is never spent in vain*”. Необходимо подчеркнуть, что по сравнению с английскими пословицами, в русских поговорках рифма встречается чаще, что можно объяснить фольклорным стилем русских пословиц. Английские паремии, в свою очередь, носят книжный характер ввиду аналитического строя языка и являются правилом-максимой [5, с. 22].

3. Семантика

В ходе исследования были выделены следующие семантические группы паремий: в русском языке: «Деньги – движущая сила общества», «Второстепенная роль денег в жизни человека», «Деньги как источник неприятностей и хлопот», «Тлетворное воздействие денег на человека», «Власть денег над человеком и моральными принципами», «Богатство как результат бережливости»; в английском языке: «Деньги – движущая сила общества», «Второстепенная роль денег в жизни человека», «Тлетворная природа денег», «Деньги продукт упорного труда и бережливости», «Деньги как социальный инструмент», «Власть денег над человеком и моральными принципами».

Проанализировав данные исследования, можно сделать вывод, что в обоих языках присутствуют схожие группы паремий, такие как:

Деньги – движущая сила общества: «Золото молоток и железные ворота прокуёт», «Золото и на воде плавает», “*Money greases the axle*”, “*Money makes the wheels and the world go round*” и т.д. В данной семантической группе русские и английский паремии находятся практически в равной пропорции: 9:13.

Второстепенная роль денег в жизни человека: «Хлеб да живот – и без денег живёт», «Деньги не голова: наживное дело», “*Money can't buy happiness*”, “*Gold goes in at any gate except heaven's*” и т.д. В данной группе пословицы также находятся практически в равной пропорции 5:4.

Тлетворная природа денег: «Пусти душу в ад, будешь богат», «Грехов много, да и денег вволю», «Богатый совести не купит, а свою погубляет», “*If you want to make an enemy, lend a man money, and ask it of him again*”, “*Money is the sinews of war*”, “*Riches bring care and fears*”. Необходимо отметить тот факт, что русские паремии данной семантической группы можно, в свою очередь, разделить на две группы: «*Пагубное влияние денег на характер человека и систему его ценностей*», а также «*Демоническая природа денег*».

Последняя группа паремий не типична для английского языка. Она включает поговорки, содержащие лексемы религиозной тематики, в частности, табуированную лексику и эвфемизмы («Деньги копил, да нелёгкого и купил»). Факт наличия подобных паремий в русском языке свидетельствует о большей степени суеверности русских по сравнению с англичанами. В семантической группе «*Тлетворная природа денег*» паремии находятся в равном соотношении 12:12.

Власть денег над человеком и моральным принципами: «Когда деньги говорят, правда молчит», «С деньгами мил, без денег постыл», “*Wealth makes worship*”, “*When money speaks, truth keeps its mouth shut*”, “*When money flies out the window, love flies out the door*”. Соотношений паремий 7:6.

Богатство – результат упорного труда и бережливости: «Ни конь без узды, ни богатство без ума», «Деньги не щепки, счётом крепки», “*Who will not keep a penny, never shall have many*”, “*Money doesn't grow on trees*”. Соотношение паремий: 8:12.

В результате проведённого исследования было выявлено, что среди английских паремий можно выделить семанти-

ческую группу, отсутствующую в русском языке – «*Деньги как социальный инструмент*»: “*Riches serve a wise man but command a fool*”, “*Money is a good servant, but a bad master*”. Данная группа немногочисленна и содержит всего 2 паремиологические единицы.

Среди семантических групп английских паремий отсутствуют пословицы, классифицированные как «*Деньги как источник неприятностей и хлопот*». Данная группа насчитывает 8 паремий, среди которых: «Через золото слёзы льются», «Богатому не спится – богатый вора боится» и т.д.

Проанализировав русские и английские паремии, невозможно не заметить, что ряд русских пословиц имеет сходные английские эквиваленты (Копейка обоз гонит – *Money make the mare go*; Деньга деньгу наживает – *Money makes money*; Не подмажешь – не поедешь – *Money greases the axle*), некоторые поговорки имеют дословные аналоги (Деньги не пахнут – *Money has no smell*; Когда деньги говорят, правда молчит – *When money speaks, truth keeps its mouth shut*), другие, в свою очередь, существуют в одном языке и не дублируются в другом (Деньги не голова – наживное дело, Богатство спеси сродни, Деньгами души не выкупишь, Будешь богат, будешь и скуп, Деньга попа купит и Бога обманет).

Как видно из приведённых примеров, большинство паремий, отсутствующих в английском языке, имеют ярко негативную коннотацию, что закономерно: отношение к деньгам как к бремени является типичным для русской культуры, о чём свидетельствует тот факт, что большинство проанализированных русских паремий (12) принадлежат к семантической группе «*Глетворное воздействие денег на человека*». Хотя деньги являются составной частью социальных отношений, последние «не могут исчерпываться свойствами, определёнными деньгами. Собственно, социальные связи тем и отличаются от экономических, что не ограничиваются обменом по стоимости, а всегда предполагают присутствие сверхстоимостного, не сводимого к количественному денежному измерению, компонента» [6, с. 21].

Наличие среди английских семантических групп паремий «*Деньги как социальный инструмент*», отсутствующих в русском языке, а также тот факт, что большая часть английских

пословиц (26) относится к группам «*Деньги – движущая сила общества*» и «*Деньги – продукт упорного труда и бережливости*» позволяет прийти к выводу, что деньги в сознании англо-фионов имеют положительную оценку и воспринимаются как благо.

Наличие схожих эквивалентов и дословных аналогов в русском и английском языках свидетельствует о том, что, несмотря на разность в мировоззрении и принадлежность языков к разным группам, русская и английская лингвокультуры имеют общие черты.

Список литературы

1. Воевода Е.В. Формирование межкультурной компетенции: проблемы и пути их решения // В сборнике: «Языковой дискурс в социальной практике». Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тверской государственный университет». 2013. С. 40-44.
2. Даль В.И. Пословицы русского народа: Сборник. В 2х т. – М.: Худож. Лит., 1984. – 638 с.
3. Денисенкова Ю.С. Паремии семантического поля «деньги» в английском языке // Материалы VIII Конвента РАМИ «Межкультурная коммуникация в условиях глобализации. Проблема культурных границ в современном мире». – 2015. С. 169-175.
4. Денисенкова Ю.С. Пословицы о деньгах в русской культуре // Человеческий капитал. 2015. №2(74). С. 35-37.
5. Дубровская О.Г. Лингвокультурологический аспект сопоставительного исследования русских и английских пословиц об уме и глупости: Дис. ... канд. филол. наук. – Тюмень, 2000. – 260с.
6. Зарубина Н.Н. Деньги как социокультурный феномен: пределы функциональности // Социологические исследования. 2005. № 7. С.13-21.
7. Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь. – М.: «Русский язык», 1984. – 944 с.
8. The Oxford Dictionary of Proverbs: Oxford University Press, 2009. – 400 p.
9. Oxford Concise Dictionary of Proverbs: Oxford University Press, 1998. – 333 p.

Об авторах

Денисенкова Юлия Сергеевна – преподаватель кафедры английского языка №2 МГИМО МИД России. Сфера интересов: лингвокультурология, сопоставительное языкознание. E-mail: Miracles-happen@yandex.ru.

MONEY-PROVERBS IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Julia S. Denisenkova

Moscow State Institute of International Relations (University), 76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia.

Abstract: *The article deals with proverbs as linguistic and linguacultural units.*

The author accounts for the necessity to study money-proverbs in Russian and English. The author highlights the fact that being an inalienable part of contemporary society money is largely represented both in the Russian and English vocabulary, and consequently can be regarded as an important phenomenon to be analyzed not only in terms of linguistics but also in terms of linguacultural studies. The author samples 100 money-proverbs (50 Russian and 50 English ones) and conducts a semantic analysis to divide them into the following semantic groups: money is the engine of our society, money as a secondary priority in a man's life, the corruptive nature of money, money as an award for hard labour, money as a social tool, the power of money over men and their set of morals. In conclusion the author conducts a comparative analysis of the chosen money-proverbs, thus disclosing the correlation between the mentality of Russian and English speakers and the role that money plays in the respective cultures.

Key Words: proverbs, money, semantics, linguacultural studies, paremiology.

References

1. Voevoda E.V. Formirovanie mezhkul'turnoj kompetencii: problemy i puti ih reshenija [Building Cross-Cultural Competence: Problems and Ways of Solving Them] // V sbornike: «Jazykovej diskurs v social'noj praktike». Sbornik nauchnyh trudov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Federal'noe gosudarstvennoe bjudzhetnoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego professional'nogo obrazovanija «Tverskoj gosudarstvennyj universitet». 2013. S. 40-44.
2. Dal' V.I. Poslovice' russkogo naroda: Sbornik. V 2-x t [Russian proverbs] – M.: Xudozh. Lit., 1984. – 638 s.
3. Denisenkova J.S. Paremii semanticheskogo polya «den'gi» v anglijskom yazyke [Money-proverbs in the English language] // Materialy VIII Konventa RAMI «Mezhkul'turnaya kommunikacija v uslovijah globalizacii. Problema kul'turnykh granic v sovremennom mire». – 2015. S. 169-175.
4. Denisenkova J.S. Poslovice o den'gah v russkoj kul'ture [Money-proverbs in Russian culture] // Chelovecheskij kapital. 2015. №2(74). S. 35-37.
5. Dubrovskaja O.G. Lingvokul'turologičeskij aspekt sopostavitel'nogo issledovanija russkih i anglijskih poslovic ob ume i gluposti: Dis. ... kand.

- filol. nauk [The linguacultural aspect of a comparative analysis of Russian and English proverbs on cleverness and stupidity]– Tjumen', 2000. – 260s.
6. Zarubina N.N. Den'gi kak sociokul'turnyj fenomen: predely funkcional'nosti [Money as a Socio-cultural Phenomenon: Limits to Functionality] // Sociologicheskie issledovanija. 2005. # 7. S.13-21.
 7. Kunin A.V. Bol'shoj anglo-russkij frazeologicheskij slovar' [An English-Russian phraseological dictionary] – M.: «Russkij jazyk», 1984. – 944 s.
 8. The Oxford Dictionary of Proverbs: Oxford University Press, 2009. – 400 p.
 9. Oxford Concise Dictionary of Proverbs: Oxford University Press, 1998. – 333 p.

About the authors

Julia S. Denisenkova – Lecturer, English Language Department № 2, MGIMO. Spheres of interest: cultural studies, comparative linguistics.
E-mail: miracles-happen@yandex.ru.

* * *