

УДК 811.112

UDC 811.112

**АНТРОПОНИМИЧЕСКАЯ ПАРЕМИЯ КАК
ОБЪЕКТ РЕАЛИЗАЦИИ НАИВНОЙ
КАРТИНЫ МИРА В НЕМЕЦКОЙ
ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ****ANTHROPONYMIC PROVERBS AS AN
OBJECT OF THE REALIZATION OF THE
NAIVE PICTURE OF THE WORLD IN THE
GERMAN LINGUOCULTURE**

Михайлова Наталья Юрьевна
соискатель кафедры немецкой филологии
*Хакасский государственный университет им.
Н.Ф.Катанова, Абакан, Россия*

Mikhaylova Natalia Yuryevna
competitor of chair of German Philology
Khakas State University, Abakan, Russia

В статье анализируются блоки паремиологических единиц немецкого языка с компонентом имя личное, связанных с особенностями репрезентации языковой личности в рамках наивной картины мира, выявляются ключевые для немецкой лингвокультуры имена-знаки

The article analyzes the blocks of German paremiological units containing proper names related to the peculiarities of representation of the linguistic personality in the naive picture of the world, it identifies the key proper names of the German linguoculture

Ключевые слова: ПАРЕМИЯ, ПОСЛОВИЦА,
АНТРОПОНИМ, КОННОТАЦИЯ,
АКСИОЛОГИЯ, ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА,
ЛИНГВОКУЛЬТУРА

Keywords: PAREMIOLOGY, PROVERB,
ANTROPONYM, CONNOTATION, AXIOLOGY,
LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD,
LINGUOCULTURE

Поворот к антропоцентрической парадигме исследования языка в последние десятилетия XX века – начале XXI века позволяет рассматривать паремиологические образования каждого языка не только с позиций структурной организации данных языковых знаков, но также с позиций содержательного потенциала, отражающего совокупность смыслов, формирование которых обусловлено историко-культурной традицией развития конкретного этноса. Большинство паремий – это прескрипции-стереотипы народного самосознания, дающие довольно широкий простор для выбора с целью самоидентификации [1]. Пословицы представляют собой сжатый в краткие формулы практический опыт многих поколений. Это передаваемые от предков к потомкам язык обыденной культуры, который формировался в течение многих веков и отражает в форме сентенций все категории и установки жизненной философии данной лингвокультурной общности.

Прямое значение слов-компонентов паремии не утрачивается безвозвратно, что позволяет подобным языковым единицам обладать одновременно и прямым, и переносным смыслом. Фактическое

содержание пословицы намного полнее и богаче компонентного. Семантический объем паремий осложнен дополнительным набором экспрессивно-оценочных коннотаций. Вслед за В.Н. Телия, мы определяем коннотацию как «любой прагматически ориентированный компонент плана содержания любых языковых сущностей (от морфемы до текста), который дополняет денотативное и грамматическое их содержание на основе сведений, соотносимых с различными прагматическими факторами» [1, с. 107]. К таким факторам относятся культурно-исторические, мировоззренческие, эмпирические знания представителей конкретной культурно-языковой общности о свойствах характеризуемой реалии, социально обусловленные отношения между участниками коммуникации.

Категория оценки как компонент коннотации дополняет предметно-понятийное содержание языковой единицы и закрепляет в значении слова информацию о положительном или отрицательном отношении к обозначаемому предмету или явлению [2].

Антропонимы представляют собой пласт лексики, наиболее подверженный эмоционально-оценочному восприятию. Оценочность заложена в самой природе антропонимов, так как «...почти любой признак лица предполагает оценку...» [3, с. 29].

Под оценкой в данной работе понимается отношение к социальным явлениям, человеческой деятельности, поведению, установление их значимости, соответствие нормам и принципам морали (одобрение или осуждение, согласие или критика и т.д.)

Поскольку нет этноса и, соответственно языка, в котором отсутствовало бы понятие о добре и зле, благе и вреде, то оценку можно считать универсальной категорией. Роль оценки в паремиях состоит, как правило, в соотнесении предмета, события, ситуации с нормативной картиной мира определенного этноса. Как отмечает Е.М. Вольф, говорить

об оценке можно применительно к целым высказываниям даже при отсутствии оценочных слов, если «описывается ситуация, имеющая соответствующий смысл в картине мира» [3, с. 6].

Паремии репрезентируют личность в лингвокультурном аспекте, то есть они вербализуют особую этнодетерминированную систему культурных концептов, которой субъект владеет и которую оценивает.

Следует отметить, что все знания человека о мире, полученные им в течение жизни, существуют в его сознании в виде картины мира, которая определяет отношение человека к реальности, его нормы поведения, оказывает влияние на становление его системы ценностей и системы запретов.

Осознание активной роли субъекта, воспринимающего окружающий мир и концептуализирующего его в своём сознании привело к созданию теории концептуальной и языковой картин мира. Любой национальный язык отражает особый способ восприятия и представления мира. Языковые значения организуются в целостную систему взглядов, «коллективную философию», навязываемую языком всем говорящим на нём индивидам. Способ концептуализации воспринимаемого реального мира в языке характеризуется одновременно универсальными и национальными чертами.

Особенности национальной культуры, традиции находят отражение в мотивации наименований, во внутренней форме которых представлен способ видения объекта реального мира определённым народом. Хотя метафоризация и имеет универсальный характер, специфика культуры каждого народа определяет особенности метафорических переносов в соответствующем языке.

Культурно-исторические условия жизни народов влияют на стилистическую дифференциацию лексики в разных языках картины мира.

Объектом нашего исследования является наивная картина мира, так как она отражает мир в той форме, которая доступна человеческому восприятию и показывает образ мира, созданный именно данным социумом, со всеми его этническими чертами и особенностями. Именно этот образ мира, базирующийся на наивной анатомии, психологии, геометрии, представлен в паремиях. Картина мира, таким образом, есть связующее звено между различными сферами человеческой культуры.

Материалом для исследования паремиологического представления имен личных в наивной языковой картине мира немецкого этноса послужили словари пословиц и поговорок немецкого языка [4; 5; 6; 7; 8].

В современной отечественной лингвистической науке нет однозначной дефиниции паремии, обобщенно ее можно определить как «устойчивое в языке и воспроизводимое в речи анонимное изречение дидактического характера, включающее в себя пословицы, поговорки и идиоматические выражения» [9, с. 86].

Пословица понимается как художественный микротекст/дискурс и одновременно языковой знак иконического типа. Функционально она соотносится с определенным фактом бытия, подвергает его расширительной образной интерпретации, дает экспрессивную оценку и выражает культурно-национальное своеобразие народа.

В основе гипотезы об иконичности пословичного текста лежит понятие, разработанное в семиотической культурологии московско-тартуской школы о вторичной иконизации художественного текста, понимаемого «как одно большое слово с общим единым значением, т.е. риторически отмеченное» [10, с. 63]. С этой точки зрения пословицу можно определить как вторичный языковой знак с элементами иконизма, используемый для означивания типовых ситуаций или отношений между предметами или явлениями семиосферы, т.е. семиотического

пространства, по своему объекту, в сущности, равного культуре, являющегося необходимой предпосылкой языковой коммуникации.

Ряд личных имен в пословице приобретает достаточно конкретное символическое содержание, другие из них могут выражать внутренние отношения концептуальной системы или реализовывать наиболее широкие категориальные смыслы («человек вообще», «предмет/явление вообще»). При этом выбор каждого конкретного имени при реализации определенного содержания редко представляется случайным. Выбор имен зависит от их мифологического содержания, специфики организации концептуальной системы фольклора, а также от текстовых свойств (к ним относятся рифма, фоносемантические характеристики, ассоциации по типу паронимии) [11].

Анализ лексикографических источников показал, что по своему происхождению, функциям и иконическому потенциалу антропонимы в паремиях не представляют собой однородной массы и распределяются по целому ряду классов, среди которых в семиосфере немецкой культуры можно выделить следующие:

1. Личные мужские и женские имена. По частотности это пословичное поле оказалось самым распространенным: *Wer stehlen will, dem schmiedet der Teufel leicht einen Dietrich; Hans ist des alten Hansen Sohn. Hans Unfleiß wird niemals weis'. Wer Hans in allen Gassen ist, der ist in keiner zu Hause. Wer Hans liebt, liebt auch Hansens Hund. Jeder hat seine Grete lieb, und ist sie auch beschnuddelt. Hans kommt durch seine Dummheit fort. Hans ohne Fleiß wird nimmer weis. Hans ohne Sorgen lebt mit der wilden Gans und lässt die Waldvöglein sorgen. Peterlein muss nicht auf allen Suppen sein. Als Petrus zu Hofe kam, verleugnete er seinen Herrn und Meister.* Наиболее часто встречающееся имя *Hans* – символ немецкого человека и мужчины. Это имя даже за пределами фольклорного дискурса обладает ярко выраженной национально-культурной коннотацией (чаще всего

отрицательно оценочной). Для женщин в это же функции употребляется обобщающее имя *Grete*. Личное имя *Dietrich* используется в пословице в негативном аспекте – Дитрих-вор.

В этой группе часто встречается парное устойчивое употребление имен в семантической оппозиции «мужской/женский»: *Hans ist seiner Grete wert. Jeder Hans findet seine Grete. Jeder Hans tanzt mit seiner Trine. Wie der Topf, so die Pfanne; Wie der Hans, so die Hanne. Mariechen blast das Licht aus, Michel steckt es wieder an. Spaß muss sein, sagte Hans und kitzelte Gretchen mit der Mistgabel.*

Обобщенная смысловая противопоставленность может быть выражена и без участия семантики «мужской/женский»: *Gutes Gänselein, böse Gans - faules Hänselein, dummer Hans. Hans hinüber, Gans herüber. Hänschen Hänschen tanzt, wie Hans bläst. Was Hänschen getan, klebt Hansen an. Was Hänschen lernt, kann Hans. Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr. – Was Hänschen versäumt, holt Hans nicht mehr ein. Will Peter nicht, so will Paul. Was Hans für wahr hält, ist dem Franz kein Bargeld. Petri Schlüssel fluchtet unter Pauli Schwert.* Следует заметить, что максимально широкое значение принимают на себя чаще всего уменьшительные имена (*Petri, Hänschen, Gretchen, Mariechen*), что позволяет воспринимать моделируемого в пословице человека как равного, одного из многих по отношению к фольклорному социуму.

2. Библейские, мифологические персонажи, персонажи Ветхого Завета, других конфессий: *Adam muss eine Eva han, der er zeihe, was er getan; Adam sündigt im Paradies, Luzifer im Himmel; Als Adam grub und Eva spann, wo war denn da der Edelmann?; Wenn Eva nascht, kostet auch Adam; Adamsäpfel werden nie reif; Adams Kinder sind Adam gleich; Wenn Bacchus das Feuer schürt, sitzt Venus beim Ofen; Alle Frauen sind Evas Töchter; Die Weiber heißen alle Eva; Wo Eva gemalt steht, da ist die Schlange auch nicht weit; Wer den Furien in die Hände fällt, ruft umsonst nach Gnade; Ein Herkules*

findet überall eine Heule; Eine gescheite Hexe kann auch ohne Besenstiel tanzen; Jeder Abel hat seinen Kain; Jeder Noah findet seine Arche; Thomas, zweifelst du noch? So leg deinen Finger in mein Loch; Wenn der rechte Joseph kommt, sagt Maria ja; Wenn Simon und Juda vorbei, so rückt der Winter herbei; Als David kam ins Alter, da sang er fromme Psalter; Als Petrus zu Hofe kam, verleugnete er seinen Herrn und Meister. В этой группе частотными именами являются библейские персонажи *Adam* и *Eva*.

3. Имена святых: как индивидуальные имена и как вторичные антропонимы (метонимии), личное имя при этом может являться заменой названия календарного дня, выбранного для почитания определенного святого: *Wer den Armen sein Ohr verstopft, den hört Sankt Peter nicht, wenn er klopft; Friert's auf Petri Stuhlfeier, friert's noch vierzehnmahl heuer; Jede Sau hat ihren Martinstag; Johannes' Segen und Stephans Wein soll gut für die Barmutter sein; Katharinen-Winter ein Plack-Winter; Maitag ein Rabe, Johannis ein Knabe; Maria Himmelfahrt Sonnenschein bringt guten Wein; St. Dorothee bringt den meisten Schnee; St. Gallen lässt den Schnee fallen; Auf St. Gall bleibt die Kuh im Stall; St. Georg und St. Marks drohen viel Args; St. Jan will einen han, einen Schwimmer oder einen Klimmer; St. Kilian muss St. Martin den Mantel flicken; St. Lutzen macht den Tag stützen; St. Margarethe pisst in die Note (Nüsse); St. Martin macht Feuer im Kamin; St. Niklas beschert die Kuh, aber nicht den Strick dazu; St. Paul klar bringt gutes Jahr.* Как видно, по частотности эта группа довольно распространена, что связано с ее значимостью для народного земледельческого календаря, в качестве которого она употребляется и в настоящее время.

4. Имена властителей, политических деятелей: *Kaiser Karls warmes Bad ist des einen Nutz, des andern Schad; Alexander der Große war klein zu Rosse.* Эта группа не частотна, здесь наблюдается стремление не возвеличить реального правителя, а скорее, отметить его тщетные усилия

возвыситься над обычными людьми, чтобы показать гордыню и тщеславие.

Итак, имена личные стоят в непосредственной близости к описываемому объекту. Имена людей — настолько неотъемлемый и близкий признак человека, что многие народы старались заменить ничего не значащие имена на значимые (так, индейские племена старались дать имя, отражавшее свойства человека, иногда давалось несколько имен в течение жизни: первое обычно отражало обстоятельства его рождения, например, *Сияющая Луна*, второе имя отражало достижения юноши в период инициации (*Быстрая Нога*, например), третье, последнее, подчеркивало постоянные свойства характера и достоинства или недостатки носителя имени (*Хитрый Лис*, *Храбрый из Храбрых* и т.д.) [12, с. 139]. Все это указывает на понимание близости собственного имени к человеку, месту или событию, им описываемому. Личное имя становится иконическим знаком, обозначающим описываемый объект или типичную ситуацию в момент дискурса.

По мнению Э. Сепира: «Пословицы, лечебные заклинания, стандартизованные молитвы, песни, народные предания – это лишь некоторые из внешних форм, используемых языком в качестве сохранения культуры» [13, с. 233].

Следует отметить, что одним из проявлений национально-культурной специфики языка считается такой параметр, как степень эмоциональной вовлеченности его носителя, оцениваемой по шкале степени выраженности эмоций, использования экспрессивных средств. В паремии отсутствуют специальные оценочные маркеры, однако, следует отметить, что направление вектора оценочной маркированности (положительный - отрицательный) в первую очередь зависит от конвенциональных установок общественного сознания.

Категория оценки играет основополагающую роль в формировании национальной ценностной картины мира, которая включает в себя определенный набор ценностей и антиценностей, оценочную шкалу, оценочные стереотипы и понятие нормы. Особый набор ценностей и антиценностей в их взаимодействии закрепляется в языковой картине мира и представляет собой отличительную ее черту. Так, например, хорошее имя в немецкой языковой картине мира является высшей наградой: *Ein guter Name ist der schönste Orden*, богатым наследством: *Ein guter Name ist ein reiches Erbteil*, светит в ночи: *Ein guter Name scheint auch in der Nacht*, лучше всякого богатства: *Ein guter Name ist besser als Bargeld*. Любимым детям дают много имен: *Lieben Kindern gibt man viele Namen*. Человека с плохим именем можно считать наполовину повешенным: *Ein schlechter Name ist halb gehängt*.

Для носителей немецкоязычной культуры характерно понижение экспрессивности и прагматически обусловленное ограничение проявления эмоций, связанных с традициями религиозного воспитания. Эта особенность фатического общения есть не что иное, как проявление привычки к ментальной или умственной резервации, которая предполагает недосказанность, недоговоренность мыслей, сознательного обращения к неоднозначному способу выражения оценки. Будучи неотъемлемой частью национального менталитета, эта особенность общения посредством своеобразного «языка недомолвок», понятного любому носителю данной культуры, является одним из ключевых моментов, без учета которого невозможно полно воспринять суть немецкоязычного способа коммуникации.

Таким образом, имя отражено в пословичном фонде как системе ценностей этноса, включающей ценности, антиценности, стереотипы, понятие нормы, которые позволяют сделать выводы о сущности языковой личности данной лингвокультурной общности.

Список литературы

1. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.
2. Сычугова Л.А. Наименование животных в семиосфере английской этнокультуры: Дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1996. – 154 с.
3. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985. 225 с.
4. Beyer H. Sprichwörter und sprichwörtliche Ausdrücke aus deutschen Sammlungen vom 16. Jahrhundert bis zum Gegenwart. Leipzig: Bibliographisches Institut, 1984. 712 S.
5. Цвиллинг М.Я. Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок: - М.: Рус. яз., 1984. 216 с.
6. Девкин В.Д. Немецко-русский словарь разговорной лексики. М.: Рус.яз., 1994. 768 с.
7. Александрова Т.С. Словарь немецких личных имен. М.: Изд-во Русский язык, 2000. 247 с.
8. Адамия Н.Л. Русско-англо-немецкий словарь пословиц, поговорок, крылатых слов и Библейских изречений. Москва, Флинта, 2006. 344 с.
9. Молчанова Г.Г. Антропонимическая паремия как иконический знак и культурологический признак // Вестник МГУ. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. №4. С. 86 – 96.
- 10.Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки русской культуры, 1999. 464 с.
- 11.Тубалова И.В. Фольклорная специфика роли имени собственного в реализации языковой картины мира // Картина мира: модели, методы, концепты. М-лы Всероссийской междисциплинарной школы молодых ученых. Томск: ТГУ, 2002. С.197 – 203.
12. Соломоник А. Семиотика и лингвистика. М.: Молодая гвардия, 1995. 352 с.
- 13.Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Наука, 1993. 656 с.