

Н.Н. Семененко

СОФ БелГУ

Россия, Старый Оскол, Белгородская область

Народные афоризмы, к которым относятся пословицы и поговорки, являются предметом изучения целого ряда лингвистических дисциплин — фразеологии, лингвофольклористики, этимологии, синтаксиса и т.д. Подобная разноаспектность вызвана спецификой паремий как текстовых знаковых единиц. Помимо того, наличие у пословиц и поговорок прецедентных свойств, которые позволяют относить многие из них к вторичным текстам, обеспечивает устойчивый интерес к данному материалу антропоцентрически ориентированной лингвистики, в частности, таких ее направлений, как лингвокультурология и когнитивная лингвистика. В рамках лингвокультурологического и когнитивного подходов актуальным является вопрос о лингвистическом статусе паремий, в частности о разграничении пословиц и поговорок, поскольку когнитивная и прагматическая функции, реализуемые этими разновидностями паремий, заметно различаются.

Для выработки определенного алгоритма, позволяющего последовательно различать эти два вида народных афоризмов, необходимо, прежде всего, определиться с видообразующими признаками, которые позволяют разграничивать паремии и иные афористичные языковые единицы.

Под термином «паремия» большинство исследователей понимает афоризмы народного происхождения, прежде всего пословицы и поговорки, которые наряду с афоризмами нефольклорного происхождения образуют относительно самостоятельный пласт языковых выражений, которые условно объединяются с фразеологией (в широком понимании ее состава), поскольку паремии и афоризмы, в отличие от фразеологизмов, не выполняют номинативной функции. Паремии активно включаются в систему синтагматико-парадигматических отношений языка и тем важней определение их лингвистического статуса.

Вопрос об отнесении или не отнесении паремий к фразеологическому фонду языка достаточно дискуссионный. Паремии как замкнутые устойчивые фразы совмещают свойства фразеологизмов со свойствами предложений и свободных сочетаний (З.К. Тарланов, В.П. Жуков). Между тем непосредственное противопоставление фразеологических единиц паремиям малопродуктивно, поскольку пословицы и поговорки по-разному соотносятся с фра-

зеологизмами в силу ряда структурных и семантических особенностей. Помимо того, в современной лингвистике существует проблема разграничения паремий и собственно афоризмов (Е.Н. Верещагин, В.Г. Костомаров).

Таким образом, выделяются следующие стороны обозначенной нами проблемы — пословица, являясь синкретичным по природе образованием, совмещает в себе черты как свободного, так и фразеологически связанного сочетания, что затрудняет определение ее фразеологического статуса, поэтому в современной лингвистике остается спорным вопрос не только о включении или не включении пословиц во фразеологическую систему языка, но и о специфике их знаковой природы, а также об отличии пословиц от поговорок, с одной стороны, и от крылатых выражений, с другой стороны.

Большинство лингвистов сходятся в том, что пословицы, наряду с афоризмами нефольклорного происхождения, исключаются из области собственно фразеологии, хотя могут являться ее источником (В.М. Мокиенко). В.П. Жуков утверждает, что «от фразеологизмов пословицы и поговорки отличаются в структурно-грамматическом отношении», поскольку они являются законченными предложениями (Жуков, 2000:9) (что абсолютно справедливо лишь по отношению к пословице, поскольку поговорка не всегда облекается в форму предложения (Тарланов, 1999:36)). В.П. Жуков также указывает на «смысловую и интонационную завершенность, синтаксическую членимость» и другие конструктивные признаки предложения, отличающие пословицу от фразеологизма. Не менее важно и то, что в основе пословицы лежат не понятия, как у фразеологизмов, а суждения (Жуков, 2000:9).

Проблема разграничения фразеологизмов и афоризмов рассматривается также с учетом того, что фразеологизмы «называют отдельные предметы или явления», а афоризмы называют «отношения между предметами или явлениями, т.е. комплексные ситуации», в силу чего они являются «эквивалентами целых рассказов» (Верещагин, Костомаров, 1983:81-82). Пословицы и поговорки, по мнению Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова, отличаются от крылатых слов (собственно афоризмов) лишь своим фольклорным происхождением. Разницу же между собственно пословицами и поговорками ученые считают несущественной, разделяя точку зрения В.П. Жукова и относя их к единой пословично-поговорочной группе языковых афоризмов (Костомаров, Верещагин, 1979:7).

Говоря о разграничении паремий и собственно афоризмов, следует отдельно отметить специфику такой единицы афористического жанра, как притча. Притча, использующаяся «в библейском и даже в народном языке» как «дикий случай, разительный пример», иллюстрирующий то или иное положение,

в силу своей убедительности, возводила «частный случай до общего понятия» (Снегирев, 1995:XXVIII), несомненно являясь одним из источников пословиц. И действительно, первые источники и образцы для письменных сборников пословиц были собраниями различных изречений библейского происхождения. Самый известный из первых сборников — сборник «Пчела», переведенный на русский язык в XIX веке. Многие изречения из этого сборника, в частности, стали источниками притч Даниила Заточника (Снегирев, 1995:XXXI). Следуя традиции подобных сборников изречений, более поздние, в том числе и современные сборники, содержат как пословицы, так и книжные афоризмы.

Вне сомнения, между пословицами и книжными афоризмами есть немало общего. Так, З.К. Тарланов отмечает, что и те, и другие относятся к произведениям малых жанров; предназначены для автономного функционирования в определенных тематически обозначенных ситуациях; включаются в контексты как целостные (неделимые) единицы; и те, и другие реализуют жанровую устремленность к образцу, эталону, хотя и по-разному трактуемому; и те, и другие выполняют в акте речи аксиоматическую функцию, освобождая говорящего от подробного обоснования высказываемой им мысли, так как роль аргумента перекладывается на афористическую формулу», имеют существенные отличия в характере содержания, возможности применения, композиции, ритмики, эвфонии и «диапазона синтаксических конструкций, в которые они облакаются» (Тарланов, 1999:363-364). Еще одна сложность в определении статуса паремий заключается в том, что в паремиологические сборники, наряду с традиционно определяемыми как паремии пословицами и поговорками, включаются и «самые разнообразные формы народной афористической речи», основой для унификации которых служит «наличие в том или ином предложении некоторой устойчивости, слаженности, образного начала» (Путилов, 1961:11).

Большинство авторов старых рукописных и печатных сборников (И.В. Паус, В.Н. Татищев, А.И. Богданов, Н.А. Добролюбов, А. Бутурлин, М.В. Красноженова, П. Симони, В.И. Даль, И.М. Снегирев и др.) размещали в сборниках помимо пословиц и поговорок многочисленные «присловья, скоро- (чисто-) говорки, прибаутки, загадки, поверья, приметы, суеверья» (Даль, 1984:12), «сельскохозяйственные приметы и даже изредка разгадки снов» (Путилов, 1961:11).

Современные исследователи (В.П. Жуков, В.И. Зимин, А.С. Спирин и др.) при подаче материала также не акцентируют внимания на семантических и структурных различиях, имеющих у паремий, размещая их в сборниках и словарях, следуя тематическому принципу русской паремиографии.

Паремиологические сборники, как правило, включают в себя и пословицы, и поговорки, так как эти разновидности паремий «тесно связаны и активно взаимодействуют на общей структурно-семантической платформе. Пословицы часто переходят в поговорки, поскольку имеют ряд общих черт» (Тихонов, 1996:7). Но, тем не менее, пословицы и поговорки имеют ряд существенных различий в содержании и в структурно-семантической организации, — в первую очередь это то, что пословица обладает как прямым, так и переносным планом, в отличие от поговорки, имеющей только буквальный план значения (Жуков, 2000: 9-10). На это же семантическое свойство пословицы указывает А.А. Потехня, отмечая, что поэтический образ, заключенный в ней, может являться как «представителем тысячи отдельных мыслей», так и представлять «только себя самого» (Потехня, 1976: 521).

Но, говоря об образной природе пословиц, на наш взгляд, нельзя отрицать и того факта, что существует немалое количество пословиц, которые, несмотря на наличие у них образной структуры, выражают только прямой смысл и употребляются в прямом значении. Например:

*Красота разума не придаст,
Свой разум лучше, неже чуждой,
Дальние проводы — лишние слезы,
Старый друг лучше новых двух.*

Собиратели и исследователи русских паремий также всегда пытались провести грань между пословицей и поговоркой. Так, В.И. Даль отмечал, что «пословица — обиняк, с приложением к делу, понятый и принятый всеми» (Даль, 1984:13), в то время как «поговорка — окольное выражение, переносная речь, простое иносказание, обиняк, способ выражения, но без притчи, без суждения, заключения, применения» (Даль, 1984:14).

И.М. Снегирев в предисловии к своему сборнику «Русские народные пословицы и притчи» отмечал, что «поговорки, не заключая в себе полного смысла, выражают только намек, применение, улобление, сравнение, общеупотребительный оборот речи», что сближает поговорки с фразеологизмами. В.П. Жуков даже говорил о возможности упразднения термина «поговорка» как аналога фразеологизма, хотя и указывал на предпочтительность переосмысления данного термина (Жуков, 2000:11). Тожественность же поговорок и фразеологизмов базируется на фразеологической связанности значения последних, позволяющей идентифицировать поговорки при помощи слов-синонимов (Тарланов, 1999: 36). З.К. Тарланов утверждает, что «принципиальное отличие фразеологизмов (включая и поговорки) от пословиц состоит в том, что всякий фразеологизм теоретически — это соединение постоянного содержания с постоянной формой» (Тарланов, 1993: 175), указывая также на тот

факт, что поговорка, как и пословица, может иметь форму предложения, но даже в этом случае она существенно отличается от последней как в формальном плане (способ выражения глагольного сказуемого), так и в ряде семантических особенностей (идентификация поговорок при помощи слов-синонимов и включение в поговорки слов с конкретно-указательной семантикой) (Тарланов, 1993: 173).

По мнению составителя одного из паремнологических сборников М.А. Рыбниковой, «поговорки — это поэтическая форма слова: метафора, сравнение, эпитет, определение», элемент суждения, в то время как «пословица — это законченное суждение, завершенная мысль». Известный исследователь паремий Г.Л. Пермяков называет пословицы «замкнутыми предложениями», клишированными целиком, в отличие от поговорок как «незамкнутых» предложений.

Не менее важно при разграничении пословиц и поговорок учитывать и степень денотативной референции у этих разновидностей паремий. Рассматривая пословицу как «синтаксически и композиционно завершенное поэтическое произведение, способное к самостоятельному функционированию», З.К. Тарланов отмечает, что пословица «не допускает использования слов, конкретизирующих значение синтаксической структуры в пространственном, временном, конкретно-личном и др. подобных отношениях». Помимо того, «синтаксическое значение пословицы имеет временную однонаправленность, реализуясь как всевременное и вневременное» (Тарланов, 1999: 59).

Пословица оформляется как темпорально и субъектно универсальное высказывание потому, что она передает суть события, которое не может трактоваться как прошедшее или происходящее в настоящее время, поскольку оно является типичным и совершается регулярно с теми или иными субъектами, в том или ином месте. В то время как поговорка весьма свободно использует слова с конкретно-указательной семантикой.

Наконец, интересно и то, что пословица сама «говорит» о специфике своей формы и содержания, «указывая» на глубину выражаемого умозаключения: *Пень — не околица, глупая речь — не пословица*; на стихийность возникновения и на творческую основу пословицы: *На рынке пословицы не купишь*; на возможную резкость и нелицеприятность высказывания при критическом взгляде на человеческие слабости и недостатки: *Пословица груба, да правда любя*; на прозорливость и меткость: *Пословица не мимо молвится, Пословица недаром молвится*; на особый речевой статус пословицы: *Не всякое слово пословица, Голая речь — не пословица, Без углов дом не строится, без пословицы речь не молвится, Хороша пословица в лад, да в масть*; на объективность и закономерность умозаключения, выражаемого пословицей: *На по-*

словицу ни суда, ни расправы, Пословицы не обойти, не объехать; наконец, на отличие пословицы от поговорки: *Поговорка — цветочек, пословица — ягодка*.

Разница между пословицами и поговорками, очевидная, на первый взгляд, с трудом подвергается четкой оценке еще и потому, что весь паремиологический фонд русского языка является, по сути, зоной суперпереходности, в которой крайне затруднительна классификация как самих видов паремий, так и разного рода проявлений системности по отношению к ним. В этой связи актуальны исследования, посвященные выделению пословично-поговорочных выражений, совмещающих в себе свойства и пословиц и поговорок. Так, одной из ведущих задач современной паремиологии является «классификация пословично-поговорочного фонда с точки зрения ядра и периферии» (Жуков, Жуков, 2002: 54).

Трудность в разграничении пословиц и поговорок связана еще и с тем, что виды народных изречений близки друг другу, сам народ никогда четко их не разграничивал. Тем не менее, мы можем условно выделить следующие точки зрения на самостоятельность статуса паремии вообще и пословицы в частности, существующие в современной лингвистике:

1. Пословицы и поговорки относятся к периферии фразеологического пространства и принципиально друг от друга не отличаются (В.Т. Бондаренко).

2. Пословицы и поговорки существенно отличаются от фразеологизмов и различаются между собой прежде всего в плане выражения суждения (В.И. Даль, И.М. Снегирев, М.А. Рыбникова) и в плане наличия буквального и переносного смысла (А.А. Потебня, В.П. Жуков).

3. Поговорки, в отличие от пословиц, относятся к фразеологии, поскольку обладают устойчивостью, смысловым единством, синтаксической неделимостью, воспроизводимостью и функциональной близостью к слову (А.Н. Тихонов, З.К. Тарланов);

4. Наряду с пословицами и поговорками выделяется обширный класс пословично-поговорочных выражений (А.В. Жуков, К.А. Жуков).

Таким образом, **пословицами**, на наш взгляд, уместно считать устойчиво воспроизводимые в речи афоризмы фольклорного происхождения (включая афоризмы нефольклорного происхождения, длительное время функционирующие в системе фольклора и традиционно включаемые в паремиологические сборники), имеющие как образную, так и «безобразную» (Потебня) структуру значения и обладают такими структурно-семантическими особенностями, как эквивалентность суждению, относительная независимость от внешнего контекста и наличие подтекста.

Поговорками мы считаем устойчивые выражения, не эквивалентные суждению. Поговорки не обладают семантической независимостью от внешнего контекста, и их функционирование во многом обусловлено способностью украшать и разнообразить речь, а также речевыми предпочтениями или даже речевыми привычками носителей языка.

Наряду с этим мы признаем тот факт, что ряд паремий может классифицироваться как пословично-поговорочные выражения, совмещающие в себе свойства этих двух видов паремий. Тем не менее, можно выделить ряд объективных критериев, которые позволят определить статус паремии как пословицы или поговорки и представить их в следующем виде:

Пословица	Поговорка
Обязательно имеет форму предложения	Может иметь или не иметь форму предложения
Имеет статус текста	Может, подобно любому фразеологическому сочетанию, замещаться в тексте словом
Выражает суждение	В семантическом плане близко к слову
Обобщает жизненный опыт в виде общепринятых правил (Тарланов З.К.)	Является преимущественно поэтической формой (Рыбникова М.А.)
Является замкнутым, целиком клишированным предложением (Пермяков Г.Л.)	Неполнота синтаксического оформления
Не включают в себя слова с конкретно-указательной семантикой	Свободно включают личные, притяжательные местоимения и другие слова с конкретно-указательной семантикой

ЛИТЕРАТУРА

1. Верещагин Е.Н., Костомаров В.Г. Язык и культура. М.: «Русский язык», 1983. 269 с.
2. Даль В. И. Пословицы русского народа: сборник. В 2-х т. / Вступ. слово М.Шолохова. М.: Худож. лит., 1984. 383 с.
3. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. М.: Рус. яз., 2000. 544 с.
4. Потенба А.А. Эстетика и поэтика. М.: Искусство, 1976. 614 с.
5. Тарланов З.К. Язык. Этнос. Время. Петрозаводск: Изд-во Петрозаводск. ун-та, 1993. 222 с.

6. Тихонов А.Н. Пословицы, поговорки и другие изречения русского народа. Предисловие // Зимин В.И., Спириин А.С. Пословицы и поговорки русского народа. Объяснительный словарь. М.: Сюита, 1996. 544 с.

Роль прецедентной ссылки в создании и функционировании рекламного текста

*Н.Н. Семенов, И. Репрынцева
СОФ БелГУ*

Россия Старый Оскол, Белгородская область

Рекламный текст имеет ряд специфических особенностей, обеспечивающих ему успешное функционирование в соответствующем дискурсе. Эти особенности обусловлены как текстовой природой рекламных слоганов, так и особенностями языка средств массовой информации. Реклама находится преимущественно в сфере науки о речевом воздействии, поскольку она связана с текстом, с его воздействием реципиента. Техническая сторона рекламы — графика, дизайн, визуальные средства, в том числе видеоряд, сопровождающий текст, а также интонационные особенности прочтения текста играют немалую роль в репрезентации определенного концептуального ряда, способствующего восприятию рекламного текста, но в данном исследовании мы ставили своей целью рассмотрение только речевого аспекта рекламы.

Реклама выполняет ряд культурно обусловленных функций, тесно связанных с языковыми функциями. Вербальный ряд, типичный для рекламного дискурса, реализует функции информационную, рекламно-коммерческую, регулятивную (в процессе формирования новых стереотипов), магическую (в плане воздействия на массовое и индивидуальное сознание), стилеобразующую (в смысле языковой и жанровой унификации средств разговорного и публицистического стиля).

Перечисленные функции способствуют быстрому и успешному формированию специфического рекламного дискурса, который оказывает существенное влияние на язык СМИ, с одной стороны, и на разговорную речь — с другой.

Такая особенность публицистического стиля, как совмещение стандарта и экспрессии особенно ярко проявляется в рекламных текстах, которые, будучи нацеленными на сиюминутный коммуникативный акт, ориентируются, прежде всего, на усредненный речевой стандарт. Рекламный текст создается для массовой аудитории и его успешное функционирование не в последнюю очередь связано с соотношением ожидаемого реципиентом стандарта в композиции и содержании слогана с эффектом неожиданности, обеспечиваемом игрой слов.