

На правах рукописи

Бредис Михаил Алексеевич

**ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ДЕНЕЖНЫХ ОТНОШЕНИЯХ В ПОСЛОВИЦАХ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, ЛАТЫШСКОГО, ЛИТОВСКОГО,
НЕМЕЦКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

**Специальность 10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание**

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**

Москва
2017

Работа выполнена на кафедре иностранных языков филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Научный руководитель:

доктор филологических наук (10.02.01) **Ломакина Ольга Валентиновна**,
доцент кафедры иностранных языков филологического факультета РУДН

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук (10.02.01), доцент **Селиверстова Елена Ивановна**,
заведующая кафедрой русского языка для гуманитарных и естественных факультетов ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

доктор филологических наук (10.02.01, 10.02.20), профессор **Хайруллина Раиса Ханифовна**,
профессор кафедры русского языка ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы»

Ведущая организация:

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Защита состоится 10 ноября 2017 г. в 13.00 на заседании диссертационного совета Д 212.203.12 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, зал №1.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-информационном центре (Научной библиотеке) Российского университета дружбы народов.

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах: www.rudn.ru и <http://vak.ed.gov.ru>

Автореферат разослан 10 октября 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 212.203.12
кандидат филологических наук, доцент

Н.Ю. Нелюбова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В круг актуальных вопросов современной лингвистики входит изучение роли и места человека в языке, благодаря чему она получает статус антропоцентрической лингвистики. Лингвокультурология, изучающая язык как явление культуры, исходит из антропоцентрической парадигмы в языкознании, анализирующей видение мира через национальные языки. Триада *человек – язык – культура* рассматривается в русле лингвокультурологического подхода, что позволяет выявить национальное / интернациональное благодаря рассмотрению языковых единиц разных языков.

Интерес лингвистов к фразеологии в целом и к паремиологии в частности усиливается в эпоху глобализации – к. XX – н. XXI века, когда вопросы изучения и сохранения особенностей национальных культур приобретают растущее значение. Люди всегда ощущают свою принадлежность к определённому этносу, который вырабатывает собственные ценности и принципы отношения к миру посредством родного языка. Именно эта принадлежность, творчески преобразованная сознанием и пропущенная через призму ценностной и эмоционально-чувственной сферы, воплощённая в знаковых формах родного языка, представляет собой *языковой менталитет*¹. Согласимся с точкой зрения Т.Б. Радбиля: антропоцентрическая лингвистика должна стать основой изучения национального менталитета, производной от которого является языковая картина мира (ЯКМ). ЯКМ, отражая когнитивные, культурные и социальные характеристики народа – носителя языка, а также географические условия его проживания (Е.В. Иванова), зависит от системы ценностей в обществе и обусловлена социально-культурными изменениями в нём. Именно ценности управляют построением видения мира через сообщество носителей языка и определяют культурную и общественную тождественность носителя языка (Е. Бартминьский).

Одной из составных частей ЯКМ является паремиологическая картина мира (ПКМ), которая отражает на своём уровне информацию, полученную как результат социокультурного опыта, а также стереотипные представления народа о мире. Сравнительно-сопоставительный анализ паремий разных народов в настоящее время неслучайно привлекает внимание многих исследователей в России и за рубежом: паремии представляют собой многочисленные мельчайшие фрагменты огромной мозаики, составляющей картину мира в понимании целого народа, и играют важную роль для лингвокультурной коммуникации представителей различных народов. По мнению Е.В. Ивановой, «яркость проявления народного менталитета в

¹ Радбиль Т.Б. Основы изучения языкового менталитета: учеб. пособие / Т.Б. Радбиль. – 3-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2013. – С.6.

пословицах и возможность реконструировать законченные картины мира делают интересным их сопоставительное изучение»². Хотя понятие аксиологической картины мира является спорным, мы придерживаемся точки зрения о том, что именно ценности в значительной степени формируют видение мира, ПКМ, в свою очередь, представляет собой аксиологическую модель мира, сформированную конкретной лингвокультурой. В паремиях сфокусированы ценностные основания межличностного речевого общения (Т.Е. Владимирова).

Паремии как фрагменты ЯКМ, являясь воплощением языкового менталитета, репрезентуют национальные варианты общечеловеческих ценностей, которые могут рассматриваться с лингвокультурологической точки зрения. Этот анализ общечеловеческих ценностей представляет интерес для знакомства с языковым сознанием народа. По мнению В.П. Синячкина, в основе философского определения ценности лежит мысль о том, что физические объекты приобретают ту или иную ценность в результате помещения их в социальные отношения людей, вследствие чего они получают специфическое социальное определение, проявляющее их качества с точки зрения социума. Согласно постулатам культурологии, общечеловеческие ценности характеризуют совокупность идеалов, принципов, нравственных норм, прав, имеющих приоритетное значение в жизни людей, независимо от их социального положения, национальности, вероисповедания, образования, возраста, пола и т. п. При этом иерархии базовых общечеловеческих ценностей в разных культурах различны.

Паремии являются амбивалентными, поскольку сами ценности по своей природе амбивалентны, а паремии можно считать непосредственным их отражением. К категории важных экономических (материально-утилитарных) ценностей относится такая ценность, как *богатство*. В свою очередь, главным мерилем материального богатства в течение многих столетий являются *деньги*, которые также относятся к экономическим ценностям. Ввиду важности и универсальности этих ценностей, денежные отражения находят своё выражение в довольно большом количестве паремий разных народов. Согласно Е.В. Ничипорчик, понятие *деньги* входит в число десяти доминантных ценностных понятий в паремиях, по частотности занимая в русских пословицах седьмое место, а в немецких – пятое³.

Выбор пословиц русского, латышского (с особым выделением латгальских паремий), литовского, немецкого и английского языков определяется тем фактом, что они принадлежат трём языковым группам индоевропейской семьи языков: славянской, балтийской и германской. Выбор именно этих языков определяется тем, что названные народы имеют различную степень родства, что объясняет разнообразие пословичных

² Иванова, Е.В. Мир в английских и русских пословицах: Учеб. пособие / Е.В. Иванова. – СПб.: Филол. факт Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2006. – С. 50.

³ Ничипорчик, Е.В. Отражение ценностных ориентаций в паремиях / Е.В. Ничипорчик. – Гомель: ГГУ им Ф. Скорины, 2015. – С.28.

параллелей, и различные исторические судьбы. Кроме того, на протяжении истории существования между этими народами в разные периоды существовали политические, хозяйственные и бытовые связи, что обуславливает наличие различного количества контактных пословичных параллелей.

Актуальность исследования обусловлена важной ролью понятия «деньги» и связанных с ними отношений в системе человеческих ценностей, а также тем, что лингвокультурологический анализ пословиц проводится в рамках современной научной парадигмы, предполагающей тесное взаимодействие языка и культуры. Исследование исходит из того факта, что зафиксированные в словарях паремии в основном имеют довольно долгую историю, иногда в течение столетий, а потому отражают важные для культуры рассматриваемых народов знания и опыт, а также сохранившиеся черты национального менталитета. Сопоставительный анализ пословиц рассматриваемых языков позволяет определить закономерности, характерные для системы паремий каждого из них, выявить общие черты паремиологического слоя европейских языков. Кроме того, актуальность исследования связана с необходимостью изучения паремиологического фонда рассматриваемых языков и расширения информации о ПКМ, возможностью толкования пословичных значений, поскольку словари пословиц в основном не содержат культурологических комментариев, а также со сложностью выявления оценочных характеристик.

Объектом исследования выступают особенности представления о деньгах и денежных отношениях, семантика и культурная информация, содержащиеся в пословицах ряда языков индоевропейской группы, имеющих различную степень родства, в сопоставлении их друг с другом.

Предметом исследования являются пословицы, отражающие семантику денежных отношений и представленные в лексикографических изданиях.

Цель работы состоит в дополнении посредством сопоставительного анализа фрагмента паремиологической картины мира, касающегося представления о денежных отношениях, определении сходных или различных характеристик русских, латышских, латгальских, литовских, немецких и английских пословиц, национального и интернационального в пословицах, выявлении культурных символов, понятий и культурных универсалий, связанных с представлением о ценности «деньги» в рассматриваемых лингвокультурах.

Достижение цели обеспечивается последовательным выполнением ряда **задач**:

1. Выделить основные характеристики языковой и паремиологической картины мира.
2. Охарактеризовать понятие ценности в лингвокультурологии, показав, что паремии отражают систему ценностей отдельного народа.

3. Рассмотрев основные подходы к определению пословиц в отечественной и европейской паремиологии, традиции русской, балтийской, немецкой и английской паремиологии, представить теоретические основы сопоставления пословичного фонда различных лингвокультур.

4. Провести сопоставительный анализ паремий, связанных с представлениями о денежных отношениях в разных лингвокультурах, показав возможные семантические корреляции с учётом аксиологической составляющей.

5. Доказать важность лингвокультурологического комментария для понимания пословиц, отражающих представления о денежных отношениях, в т.ч. для их паремиографического описания.

Материалом изучения стала собранная автором картотека, которая включает 1730 паремий (501 русскую, 342 немецких, 261 латышскую, 115 латгальских, 270 литовских, 241 английскую), содержащих представления о деньгах и денежных отношениях.

Источником для исследования послужили паремии, связанные с семантикой денежных отношений, взятые из следующих сборников русских, латышских, латгальских, литовских, немецких и английских пословиц: *Даль В.И.* Пословицы и поговорки русского народа; *Мокиенко В.М., Никитина Т.Г.* Народная мудрость; *Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К.* Большой словарь русских пословиц; *Мюррей Ю.В.* Большая книга русских пословиц и поговорок и их английских аналогов; *Arthaber A.* Dizionario comparato die proverbi e modi proverbiali: italiani, latini, francesi, spagnoli, tedeschi, inglesi e greci antichi con relativi indici sistematico-alphabetici; *Divu tautu dzīves gudrība: Latviešu un krievu sakāmvārdu krājums = Мудрость двух народов / Sast.: Elza Kokare : Il. R. Tilbergs; Düringsfeld I. von und Reinsberg-Düringsfeld O. von.* Sprichwörter der germanischen und romanischen Sprachen vergleichend zusammengestellt; *Gluski J.* Proverbs. A Comparative Book of English, French, German, Italian, Spanish and Russian Proverbs with a Latin Appendix; *Gudrība ir dzīves pamats: sakāmvārdi un parunas / sakārt. Inese Pelūde; Kokare E.* Latviešu un lietuviešu sakāmvārdu paralēles; *Kokare E.* Latviešu un vācu sakāmvārdu paralēles; *Latgaļu parunas un sokomvōrdi / sak. B. Opincāne; Latviešu tautas mīklas, sakāmvārdi un parunas; Latviešu sakāmvārdi un parunas / Savākuši un apkopjuši P. un M. Birkerti; Latviešu sakāmvārdi un parunas: izlase / sast. E. Kokare; Latviešu sakāmvārdi un parunas / sak. M. Milzere; Lietuvių patarlės ir priežodžiai. Parinko ir parengė spaudai Pranas Sasnauskas; Oxford concise dictionary of proverbs; The Oxford Dictionary of Proverbs. Ed. J. Speake; Paczolay G. European Proverbs in 55 Languages with equivalents in Arabic, Persian, Sanskrit, Chinese and Japanese; The Proverbs of Scotland by Alexander Hislop; Słownik przysłów w ośmiu językach = Dictionary of proverbs in eight languages / Dobrosława i Andrzej Świerczyńscy; Uļanovska Stefaneja. Pūļu Inflantejis latvīši, i seviški Rēzeknis aprīnka Viļānu pogosta: Etnografisys tāluojums / atb. red. A. Andronovs, L. Leikuma; Venedey J. Die Deutschen und Franzosen nach dem Geiste ihrer Sprachen und Sprichwörter;*

Wander K. F. W. Deutsches Sprichwörter-Lexikon; *Wordsworth The Wordsworth Dictionary of Proverbs*. Ed. G.L. Apperson, а также из электронных ресурсов Latvijas Universitātes Literatūras, folkloras un mākslas institūta Latviešu folkloras krātuves interneta vietne. – <http://valoda.ailab.lv/folkloras/sakamvardi/>; Lietuvių liaudies patarlės. – <http://www.patarles.lt/lietuviskos-patarles/patarles-apie-pinigus>; Letuvių liaudies išminties archyvas. – <http://patarles.dainutekstai.lt>; Lietuvių patarlės ir priežodžiai. Elektroninis sąvadas – www.aruodai.lt/patarles.

Теоретико-методологической базой исследования послужили работы российских и зарубежных исследователей в области фразеологии (Н.Ф. Алефиренко, А.Н. Баранова, Д.О. Добровольского, В.М. Мокиенко, В.Н. Телия и др.), паремиологии (О.Б. Абакумовой, Т.Г. Бочиной, К. Григаса, А. Дандиса, В.П. Жукова, Е.В. Ивановой, Э. Кокаре, А. Крикманна, М. Кууси, О. Лаухакангас, О.В. Ломакиной, В. Мидера, В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитиной, Г.Л. Пермякова, Л. Рёриха, Л.Б. Савенковой, Е.И. Селиверстовой, Н.Н. Семенович, К. Янка и др.), лингвокультурологии (С.Г. Воркачева, В.В. Воробьёва, М.Л. Ковшовой, А.С. Мамонтова, В.А. Масловой, В.Н. Телия, В.М. Шаклеина и др.), аксиологической лингвистики (Л.К. Байрамовой, Е. Бартминьского, И.В. Ерофеевой, В.П. Синякина и др.), межкультурной коммуникации (Т.Е. Владимировой, О.А. Корнилова, Т.Б. Радбиля и др.), сопоставительной фразеологии и паремиологии (Е.Ф. Арсентьевой, Х. Вальтера, М.Ю. Котовой, Ю.П. Солодуба, Э.М. Солодухо, Р.Х. Хайруллиной и др.).

Методы и приёмы исследования включают в себя: метод дефиниционного анализа, контекстологического анализа, семантического анализа, интерпретации, описательный и сопоставительный. Общий подход к исследованию – индуктивно-дедуктивный.

Гипотеза исследования заключается в том, что в содержании ПКМ разных языков, в части, отражающей стереотипные представления о денежных отношениях, присутствуют как универсальный компонент, так и национальный культурно-маркированный компонент. Универсальный компонент определяет значительное сходство представлений о денежных отношениях у разных народов и амбивалентность ценностей, отражаемых соответствующими паремиями. Национальный компонент репрезентован пословичными образами, которые определяются рядом специфических экстралингвистических факторов, влияющих на формирование менталитета народа.

Научная новизна работы заключается том, что впервые проведён сопоставительный анализ русских паремий, семантически объединённых с пословицами всех языков балтийской группы (литовского, латышского и

латгальского⁴ письменных языков), а также германских языков – немецким и английским; даётся обзор основных подходов к определению пословицы и традиций русской, балтийской, немецкой и английской паремиологии, основанный на аутентичных работах российских, латышских, литовских, немецких, швейцарских, английских и американских паремиологов; исследование расширяет представление о денежных отношениях в различных аспектах (с учётом амбивалентности ценности «деньги») в пяти лингвокультурах.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в научный оборот введены дополнительные теоретические данные для возможности дальнейшего исследования паремий, постулаты аксиологической лингвистики были применены к паремиям, репрезентирующим понятие *деньги*, различных языков и лингвокультур. Исследование лингвокультурных и аксиологических универсалий помогает определению национальных особенностей паремиологического фонда рассматриваемых языков

Практическая ценность работы состоит в том, что собранный материал может быть положен в основу многоязычного словаря пословиц конкретной тематической группы. Результаты исследования могут использоваться в качестве базы для создания многоязычного тематического словаря пословиц с лингвокультурологическими комментариями, а также в процессе преподавания лексикологии, фразеологии, стилистики, фразеологии русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков, страно- и переводоведения. Использование материалов работы в сопоставительном аспекте отвечает социальному заказу общества – обучению иностранным языкам как средству межкультурной коммуникации, при котором формируется личность, способная адекватно понимать национальную картину мира, отражённую в паремиях разных народов.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Паремии занимают важное место в ЯКМ, так как обеспечивают доступ к большому фонду «житейской мудрости» народа, к обширному хранилищу опыта, накопленному многими поколениями людей, поэтому ПКМ, являясь частью ЯКМ и функционируя как в индивидуальном, так и в групповом сознании народа, несёт в себе коды и базовые ценности национальной культуры в «свёрнутом», лаконичном виде. Сопоставительное изучение фрагмента ПКМ разных лингвокультур позволяет установить общее и различное в постижении мира разными народами, что важно для межкультурной коммуникации.

⁴ Традиционно пословицы латышского и латгальского языка рассматриваются совместно. При этом латгальский официально признан отдельным письменным языком. Согласно «Закону о государственном языке» Латвийской Республики (2000 г.), государство гарантирует сохранение, защиту и развитие латгальского письменного языка как исторического подвида латышского языка. Поэтому наряду с латышскими пословицами в ряде случаев в работе отдельно приводятся и латгальские варианты.

2. Поскольку ПКМ представляет собой одновременно аксиологическую модель мира, сопоставление ценностно ориентированных паремий с паремиями, репрезентирующими черты других лингвокультур, позволяет выявить особенности мироощущения и миропонимания, стереотипов поведения, нормативно-ценностных установок, связанных с денежными отношениями.

3. Представления о деньгах и денежных отношениях играют важную роль в системе ценностей рассматриваемых лингвокультур и относятся к культурным универсалиям. Универсальный характер, вне зависимости от этнических особенностей, определяет значительное сходство в тематической и идейной составляющей паремий разных языков.

4. Ценность «деньги» связана в сознании людей не только со сложной системой материально-экономических отношений, но и с системой духовно-нравственных и морально-этических отношений человеческого общества. Ценность «деньги» в рассматриваемых лингвокультурах является амбивалентной, что обуславливает амбивалентность значений пословиц, отражающих представления об этой ценности. Амбивалентность пословичных значений также связана с тем, что пословицы отражают представления и опыт различных социальных групп общества, часто имеющих противоположные взгляды и ценности.

5. Образная составляющая пословиц в разных языках может иметь различия, а совпадение пословиц по смыслу в языках соседствующих народов делает эти различия более заметными. Различия обусловлены этническими особенностями, системой образности конкретного языка, спецификой национального менталитета.

Апробация работы. Материалы диссертационного исследования обсуждались на международных конференциях и семинарах различного уровня в России и за рубежом в течение 2012-2016 гг.: Международной филологической конференции (СПбГУ, 2013, 2014); «Язык и межкультурные коммуникации» (Литовский эдукологический университет, Вильнюс, 2013); «Балтийские языки и литературы в истории и в современном мире» (МГУ, 2013); «Лингвистические, дидактические и социокультурные аспекты функционирования языка» (Литовский эдукологический университет, Вильнюс, 2014); «Язык лингвокультурологии: теория vs. эмпирия» (ИЯ РАН, 2015); «Фразеологизм и слово в художественном, публицистическом и народно-разговорном дискурсах» (КГУ им. Н. А. Некрасова, Кострома, 2016); «Научное наследие В.А. Богородицкого и современный вектор исследований Казанской лингвистической школы» (Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, 2016); Международном паремиологическом семинаре (ПСТГУ, Москва, 2015); фразеосеминаре профессора В. М. Мокиенко (Щельково, Костромская область, 2016).

Объём и структура работы. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключения, списка использованной научно-теоретической литературы, словарей и справочных изданий, а также приложения, содержащего списки

латышских, латгальских, литовских, немецких и английских пословиц с переводом на русский.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обоснована актуальность темы; определены объект и предмет исследования; сформулированы основная цель и задачи, которые необходимо решить для её достижения; выдвинута гипотеза исследования, определена его теоретическая и методологическая основа, источники и методы анализа языкового материала; заявлены аспекты научной новизны; сформулированы положения, выносимые на защиту; оценена теоретическая и практическая значимость исследования; представлены результаты его апробации.

Первая глава «Паремиология и пословичная картина мира» состоит из 9 разделов.

В разделе 1.1. «Место лингвокультурологии в антропоцентрической парадигме языкознания» рассмотрены взгляды лингвистов на лингвокультурологию в рамках антропоцентрической парадигмы. Поворот лингвистики к антропологической (антропоцентрической) парадигме стимулировал активное развитие междисциплинарных гуманитарных исследований (в том числе лингвокультурологии), в основе которых лежит триединство *человек – язык – культура*.

Лингвокультурология – «комплексная научная дисциплина синтезирующего типа, изучающая взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в его функционировании и отражающая этот процесс как целостную структуру единиц в единстве их языкового и внеязыкового (культурного) содержания при помощи системных методов и с ориентацией на современные приоритеты и культурные установления (система норм и общечеловеческих ценностей)»⁵. Ряд исследователей считает важнейшим объектом лингвокультурологии фразеологизмы, выполняющие двоякую функцию – языковую и культурную. Пословицы рассматриваются как часть фразеологической системы языка наряду с идиомами, коллокациями, грамматическими фразеологизмами, фразеологизмами-конструкциями и ситуативными клише.

В разделе 1.2 «Языковая картина мира и языковой менталитет» рассмотрены вопросы распространения и трактовки понятия языковой картины мира, начиная с трудов В. Гумбольдта, считавшего каждый язык своеобразным мировоззрением. Единого устоявшегося определения и подхода к ЯКМ нет: в лингвистике существуют различные трактовки, некоторые из которых рассматриваются в разделе.

⁵ Воробьев В.В. Лингвокультурология: Монография / В.В. Воробьев. – М.: РУДН, 2008. – С. 37.

С понятием ЯКМ связан вопрос о сути языковой личности (ЯЛ), которую, по мнению ряда исследователей пронизывает национальная специфика. ЯЛ связана с *языковым менталитетом* как национально-специфичным способом знакового представления знания о мире, системы ценностей и моделей поведения, воплощённым в семантической системе национального языка (Т.Б. Радбиль).

В рамках ЯКМ фонд паремий национального языка составляет собственную картину мира, называемую паремиологической (ПКМ).

Раздел 1.3. «Паремиология в свете лингвокультурологии» посвящён рассмотрению лингвокультурологического потенциала паремий. Паремиология – лингвистическая дисциплина, изучающая паремии, объединяющие в себе в широком смысле большой класс народных афоризмов: пословицы, поговорки, загадки и приметы. В данной работе термин *паремии* используется как синоним понятия *пословицы*. Исследователи отмечают большой лингвокультурологический потенциал пословиц: как отражение культуры они интересны в плане реконструкции пословичного представления о мире и описания характеристик культуры того или иного народа.

Представляется, что весь пословичный фонд языка является составной частью ЯКМ, поэтому его необходимо рассматривать в свете лингвокультурологии. На паремии распространяется *лингвокультурологический метод* во фразеологии (М.Л. Ковшова), одним из инструментов которого является лингвокультурологический комментарий. Такой комментарий, отвечающий задачам создания фразеологического словаря или словаря паремий, позволяет показать, как «вплетаются» в языковую семантику семантика культурная, как это образует семантику фразеологизма в целом и влияет на его оценку. Мы разделяем идею о необходимости использования лингвокультурологического комментария при описании пословиц. Необходимо снабжать словари пословиц соответствующими лингвокультурологическими комментариями, особенно когда речь идёт о сопоставительной паремиологии, что в большой степени расширяет лингвокультурную компетенцию (В.В. Воробьёв), систему знаний о культуре, воплощённую в определённом национальном языке.

В разделе 1.4. «Паремиологическая картина мира: определение, структура» рассматривается понятие паремиологической картины мира (ПКМ) – особой картиной мира, формируемой пословицами. ПКМ в нашем понимании – это мир, возникший в национальном сознании и пропущенный сквозь призму стереотипических представлений, нашедших отражение в пословицах. ПКМ представляет собой социокультурный опыт народа в обобщённом сжатом виде. В ПКМ проявляется менталитет народа, называемый *пословичным менталитетом* (Е.В. Иванова).

В разделе 1.5. «Понятие ценности в лингвокультурологии» речь идёт об амбивалентности ценностей и ценностных ориентирах как предмете паремий.

В параграфе 1.5.1. «Амбивалентность ценностей» рассматриваются различные подходы российских и зарубежных лингвистов к обсуждению ценностей. Исследователи обращают внимание на сложность ценности как аксиологического термина, поскольку в общей аксиологии понятие *ценность* имеет очень общее значение: «то, что считаем хорошим (или *позитивные ценности*) и то, что считаем плохим (или *негативные ценности*)» (Я. Пузынина). Под ценностью может пониматься объект разнообразных человеческих желаний и устремлений (Л.Б. Савенкова). Для обозначения негативных ценностей часто используется также термин *антиценность*. Паремии связаны с системой ценностей и являются амбивалентными. Это естественно, если принять точку зрения о том, что и сами ценности по своей природе амбивалентны, паремии же можно считать непосредственным их отражением.

Ценности могут носить разный характер: экономический, утилитарно-практический, познавательный, нравственный, общественно-политический, религиозный, эстетический и др. Ценность *деньги*, относящаяся к экономическим ценностям, также амбивалентна как составная часть ценности *богатство*.

В параграфе 1.5.2. «Ценностные ориентиры как предмет паремий» рассматриваются вопросы отражения аксиологической тематики в лингвистике. С позиций лингвокультурологии в паремиологическом фонде языка неизбежно отражаются ценностные ориентиры людей, поскольку пословицы являются оценочными суждениями и содержат оценки различных наций и социальных групп в отношении людей и окружающей реальности. Собрания пословиц можно расценивать как справочники алгоритмов человеческого поведения в соответствии с установками о том, что хорошо и что плохо.

Ряд исследователей считает, что ПКМ в целом является собой аксиологическую модель мира. Представляется, что о полном отождествлении ПКМ с аксиологической картиной мира речь идти не может. Однако, поскольку паремии отражают определённые жизненные представления, через которые фиксируются ценности, можно говорить о том, что ПКМ, существующая как часть ЯКМ, определённым образом связана с аксиологической картиной мира, имея общие зоны пересечения благодаря «аксиологически заряженным» (Л.К. Байрамова) паремиям.

В разделе 1.6. Отечественная и европейская паремиология. Проблема определения пословицы представлен обзор подходов и определений пословиц, принятых в ряде европейских культур. Многогранность пословицы, её специфические (прагматические) характеристики, особенности значения объясняют факт отсутствия единого, устраивающего всех её определения. Значительное сходство обнаруживается в паремиях европейских языков, которое объясняется не только сходством человеческой логики, но и общеевропейской историей и источниками, а

также сходством условий жизни, языковыми и культурными контактами народов.

Изучение европейских паремий берёт начало в классической античности, в трудах Аристотеля, определявшего пословицы (*παροιμίαις*) как «метафоры от одного рода вещей к другому». В Древней Греции впервые появились паремиографы – собиратели и толкователи важных для этики и риторики пословиц и способов их составления. Греческую паремиологическую традицию продолжили римские авторы. В дальнейшем римские пословицы сыграли большую роль в формировании национальных европейских культур западных стран. Большую роль в распространении классических пословиц в Европе сыграл писатель-гуманист эпохи позднего Возрождения Эразм Роттердамский (1469-1536), посвятивший паремиям большой труд под названием *Adagia* («Пословицы»).

В параграфе 1.6.1. «Отечественная традиция в изучении пословиц и традиция лексикографии» приводится краткий обзор российской традиции в паремиологии и лексикографии, начиная с первых переводных византийских сборников XII-XIII вв. Этап научного осмысления русских пословиц начался в XIX в. Одним из первых исследований пословиц в лингвокультурологическом аспекте можно считать книгу И.М. Снегирева (1793-1868), «Русские в своих пословицах», написанную в середине XIX в. Масштабным в истории русской паремиологии собранием и исследованием отечественных пословиц стал труд В.И. Даля (1801-1872), названный им «Пословицы русского народа» и вышедший в свет в 1861-1862 гг.

Паремиография на Руси хронологически опередила паремиологию. Первый сборник русских пословиц датируется XVII в., а теоретическое изучение паремий начинается в XIX в., при этом пословицы рассматриваются как тексты с позиций литературоведения и фольклористики. Несомненным достижением современной отечественной паремиологической лексикографии можно считать Большой словарь русских пословиц.

Во второй половине XX в. происходит разграничение литературоведческого и лингвистического подходов к изучению пословиц. Изучение паремий как единиц языка обуславливает расширение количества аспектов исследований (фразеологический, семантический, когнитивный, аксиологический и др.). Рассмотрение ряда определений пословицы показывает, что термин *пословица* в отечественной традиции не имеет единого всеобъемлющего определения. В настоящее время российскими исследователями разрабатывается и отражается в применении понятия *пословичный конденсат*, близкого к используемым Е.В. Ивановой понятиям *когнитивной темы* и *когнитивной модели* пословицы.

В параграфе 1.6.2. «Английская традиция в паремиологии» речь идёт о подходах к изучению и определению английских пословиц, разработанных учёными XIX и XX столетий, а также современными исследователями. Так же, как и в отечественной, в английской

паремиологической традиции не существует единого общепринятого определения пословицы. Структурно английская традиция в основном рассматривает пословицу как целое предложение. Большое значение придаётся традиционности пословиц, т.е. определённому времени их бытования в народе.

Параграф 1.6.3. «Немецкая традиция в паремиологии» даёт обзор подходов к пониманию пословицы, разработанных немецкими исследователями.

В параграфе 1.6.4. «Пословицы в балтийской филологии» речь идёт о традиции изучения латышских и литовских пословиц, начиная с XVII в. до настоящего времени. Все определения пословицы, разработанные иностранными исследователями, в работе даются в нашем переводе.

В разделе 1.7. «Статус пословицы в языке» рассматриваются точки зрения отечественных и зарубежных исследователей на значение, структуру и признаки пословиц. **В параграфе 1.7.1. «Значение и структура пословицы»** речь идёт о том, что паремии представляют собой сложные образования, имеющие несколько планов. С лингвистической точки зрения пословица представляет собой одновременно и текст, и знак. Исследователи считают пословицу самым сложным образованием, которое может иметь статус языкового знака (В.В. Гвоздев), лексическим элементом со статусом языкового знака (Дэвид Крэм).

Подобно лексическим единицам, пословица имеет свое значение. Вопрос исследования значения пословиц принадлежит к числу наиболее сложных в паремиологии. По мнению одних исследователей, значение пословицы – это то, что можно передать метаязыком без учёта образности (Ю.И. Левин), по мнению других, это лишь семантический потенциал (А. Крикманн), который реализуется в конкретном контексте. Вопрос структуры пословицы также остаётся не проясненным полностью.

В параграфе 1.7.2. «Признаки пословиц» рассматриваются основные характеристики паремий. Большим вопросом для исследователей остаётся то «непередаваемое качество» пословиц, которое В. Мидер называет *proverbiality* (*пословичность*). Существует точка зрения, что понятие *пословичности* связано с определением пословицы, но отличается от него ракурсом: *пословичность* относится к точке зрения пользователей и к тому, как они способны идентифицировать высказывания в качестве пословиц в потоке речи, а определение обычно строится с точки зрения исследователя (П. Хакамиес). При этом люди обычно без труда распознают пословицы, особенно если речь идёт о пословицах на родном языке. Среди важных признаков пословицы рассматриваются: *общеупотребительность, традиционность, авторитет, анонимность, обобщающий характер, поучительность, краткость, диалогичность и образность.*

В разделе 1.8. «Теоретические основы сопоставления пословиц» рассмотрены теоретические воззрения отечественных и зарубежных лингвистов на принципы выделения пословичных компонентов для

сопоставления, приводятся примеры типологических систем пословиц. **В параграфе 1.8.1. «Принципы выделения компонентов пословиц для сопоставления»** речь идёт о когнитивной модели и пословичном конденсате. **В параграфе 1.8.1.1. «Когнитивная модель»** описывается подход к определению семантических эквивалентов с позиций когнитивной лингвистики. Внутренняя форма и значение пословицы образуют единое когнитивное пространство (согласно Е.В. Ивановой), или *когнитивную модель* пословичного знака, которая используется как заместитель содержательного пространства пословицы. **В параграфе 1.8.1.2. «Пословичный конденсат»** речь идёт о понятии сжатой пословичной идеи, или пословичного конденсата (согласно Е.И. Селиверстовой), сжатого конденсированного значения, которое используется в данной работе для сопоставления паремий.

В параграфе 1.8.2. «Типологические системы пословиц» рассмотрены наиболее заметные попытки классификации типов пословиц. **Параграф 1.8.2.1 «Система Г.Л. Пермякова»** рассматривает типологическую систему пословиц Г.Л. Пермякова, а **в параграфе 1.8.2.2. «Международная система типов пословиц Матти Кууси»** речь идёт о принципах системы Матти Кууси, дело которого продолжает его дочь, Оути Лаухакангас, создавшая в интернете электронную базу данных под названием *The Matti Kuusi international type system of proverbs*. Благодаря усилиям О. Лаухакангас международная система классификации типов пословиц стала доступной каждому паремиологу в любой точке мира.

В разделе 1.9. «Пословицы в межкультурной коммуникации» поднимается тема роли социокультурного пословичного контекста, а также антипословиц и контрпословиц. **В параграфе 1.9.1. «Роль социокультурного пословичного контекста»** рассмотрены взгляды российских и зарубежных исследователей относительно понимания роли контекста для пословиц.

Пословицы обладают относительной самостоятельностью на паремиологическом уровне языка. Общий смысл, традиционное базовое значение воспринимаются носителями языка вне контекста, но лишь при условии владения определёнными знаниями в области культуры и менталитета народа, что позволяет говорить об ограниченном (условном) контексте, который при функционировании в дискурсе уточняется в конкретном контексте (ситуации). Смысл пословицы вне контекста может быть понятен практически всем, если речь идёт об общеупотребительных пословицах, или людям из одного региона, или одной группы, где эта пословица в ходу, но лишь потенциально, так как неизвестно, будет ли она произнесена «как ода или как сатира» (М. Кууси). Пословица не увязана жёстко с каким-то одним ситуационным контекстом.

В параграфе 1.9.2. «Антипословицы и контрпословицы» рассмотрены взгляды исследователей на пословичные трансформы. Пародированные, искажённые или исковерканные пословицы с целью

произведения юмористического эффекта В. Мидер называет *антипословицами*. При всей новизне современных антипословиц они создаются по моделям, свойственным традиционным паремиям, и прототип сразу узнаётся носителями языка. Американский исследователь Ч. Дойл предложил для отдельного вида трансформаций пословиц термин *контрпословица*, под которой он понимает открытое отрицание или звучащее как сентенция опровержение пословицы – недвусмысленное отрицание утверждаемой в пословице истины. В отличие от антипословиц, контрпословица, как правило, не задаётся целью достичь эффекта иронии.

Таким образом, изучение дефиниций пословицы в отечественной, английской, немецкой и балтийской традиции показывает, что до настоящего времени не существует её однозначного определения, которое устроило бы всех исследователей.

Представляется, что основным семантическим элементом пословицы является опыт. По аналогии с утверждением «слово – вместилище знаний» (Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров), можно считать пословицы весьма компактным вместилищем опыта или, другими словами, упаковкой опыта. Функционально упаковка и пословица имеют схожие характеристики. Упаковка, помимо защиты и продления срока годности продукта, служит для привлечения внимания покупателя, чтобы тот выделил из множества других, запомнил торговую марку и принял решение о покупке товара. Пословица также служит для облегчения запоминания констатации опыта и побуждения к следованию ценностной установке, заключённой в ней. На основе многочисленных определений, предложенных мировой наукой, в нашем исследовании мы понимаем под понятием *пословица* следующее: пословица – общеупотребительное краткое обобщение человеческого опыта, стандартизированное для типичных жизненных ситуаций и выраженное в речи законченным устойчивым предложением, чаще всего с переносным смыслом.

Наличие в дискурсе трансформированных антипословиц и контрпословиц свидетельствует о том, что современные люди нуждаются в пословицах, как и их предки. При этом продолжается активное использование традиционных пословиц.

Во второй главе «Сопоставительный анализ пословиц о деньгах и богатстве (на материале русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков)» представлен сопоставительный анализ паремий рассматриваемых языков, объединённых в группы по семантике для сопоставления.

В разделе 2.1. «Роль лингвокультурологического комментария в понимании пословиц» речь идёт об особой роли лингвокультурологического комментария к пословицам, роли этнолингвомаркёров и топонимии в паремиях о деньгах и богатстве, а также рассматриваются названия денежных единиц в пословицах.

В параграфе 2.1.1. «Необходимость лингвокультурологического комментария» обосновывается необходимость снабжения паремий лингвокультурологическими комментариями там, где это возможно. Для иллюстрации особенной роли лингвокультурологического комментария к пословицам независимо от типа языка приводятся примеры пословиц из типологически разных языков, не входящих в число рассматриваемых паремий. Иногда сдвиг в значении одного из компонентов пословицы влечёт изменение её смыслового потенциала, и она начинает употребляться в других контекстах, что позволяет говорить о взаимозависимости значения пословицы и контекста.

В параграфе 2.1.2. «Этнолингвомаркёры в паремиях» рассмотрена роль этнолингвомаркёров (О.В. Ломакина) – особых компонентов пословиц, которые отражают национальное своеобразие, «культурную память» и могут не иметь прямых аналогов в другом языке. При сопоставительном исследовании пословиц разных народов значение этнолингвомаркёров тем больше, чем больше расхождения между культурами народов, разница в условиях жизни, отличия в религии. При рассмотрении антропонимов в паремиях о деньгах и денежных отношениях выявлены антропонимы в русских (Иван, Фома, Мартын, Варвара, Роман, Андрюшка), литовских (Judošius, Baltrus, Tadas) и немецких (Hans) паремиях.

В параграфе 2.1.2.1. «Топонимия в паремиях о деньгах и богатстве» представлены пословицы с топонимами (астионимами), характеризующие различные города и населённые пункты с точки зрения денег и богатства.

В целом, выявлено относительно немного пословиц, связанных с деньгами и материальным благополучием, по сравнению с общим количеством паремий о деньгах и денежных отношениях. В абсолютном исчислении наибольшее количество упоминаний астионимов наблюдается в русских пословицах о деньгах (11 из 501). Это столицы – Москва и Питер. Относительная доля упоминаний названий разных населённых пунктов наибольшая в рассматриваемых нами литовских паремиях (10 из 270). Наибольшее разнообразие названий городов и населённых пунктов в связи с деньгами и денежными отношениями зафиксировано в литовских и немецких пословицах. В латышских и в английских пословицах упоминается только один астионим – Рига и Лондон соответственно.

В параграфе 2.1.2.2. «Названия денежных единиц в паремиях» рассматриваются как знаки экономического, исторического и культурного наследия разных народов. Как монеты способны многое рассказать об истории и культуре народа и государства, так и названия денежных единиц в пословицах дают дополнительные культурные сведения, добавляющие исследователю лингвокультурологическую компетенцию. В русских пословицах используются названия – это *рубль, деньга, копейка, грош, денежка, гривна* (в значении *гривенник*), *полтина*. Чаще всего в них упоминаются *рубль, деньга* и *алтын*. Лишь один раз в русских пословицах нам встретилось название *шелаг* (*шелег*), пришедшее к нам через польский

язык от названия *шиллинг*. В латышских и латгальских пословицах фигурируют *rublis* (рубль), *kapeika* (копейка), *grasis* (грош, латгальск. уменьшительное *graseits* – грошик), а также *lats* (лат) и *santīms* (сантим). В литовских паремиях упоминаются следующие денежные единицы: *šilingas* (шиллинг), *grašis*, *skatikas* (грош), *rublis* (рубль), *litas* (лит), *centas* (цент) и *doleris* (доллар).

Большое многообразие названий денежных единиц наблюдается в исследуемых немецких паремиях, в которых упоминаются такие счётные единицы, имевшие хождение в немецких землях, как *пфенниги*, *гроши*, *талеры*, *гульдены*, *батцены*, *орты*, *крейцеры*, *штюберы* и *геллеры*. В английских пословицах фигурируют названия денежных единиц *фартинга*, *пенни*, *гроута* и *фунта*.

Интересно, что в зафиксированных нами балтийских паремиях наиболее частотной единицей является *рубль* (*rublis*). Лишь в литовских пословицах он на втором месте, уступая первенство *грошу* (*grāšis*).

В параграфе 2.1.3. «Отражение морально-этических норм в паремиях» поднимается тема морально-этических аспектов, связанных с деньгами (пути приобретения богатства, душевные качества богатых людей и пр.). Пословицы о деньгах отражают как материальный уровень ценности *богатство*, так и духовный аспект, что связано с амбивалентностью ценностей *деньги* и *богатство*, которые одновременно выступают в качестве антиценностей. Рассмотренные паремии о деньгах и богатстве в ракурсе морально-этических норм обнаруживают между собой большое сходство, которое объясняется общностью моральной основы европейских народов – христианской религии, влияющей в течение продолжительного времени на европейскую культуру. В большинстве подобных назидательных пословиц богатство и деньги представляются антиценностью по сравнению с духовными ценностями и идеалами. При этом наблюдается ряд пословиц, представляющих деньги в качестве большой ценности.

В разделе 2.2. «Понятие „деньги” в пословицах» проводится анализ пословиц, в разных аспектах характеризующих деньги. Например, *Деньги* рассматриваются как **средство**: рус. *Добрый хозяин господин деньгам, а плохой – слуга*; латышск. *Nauda ir labs kalps, bet bīstams kungs* (*Деньги – хороший слуга, но опасный господин*); лит. *Ne žmogus pinigui, bet pinigai žmogui* (*Не человек – деньгам, а деньги – человеку*); нем. *Man muß dem Gelde gebieten, nicht gehorchen* (*Нужно деньгам приказывать, а не слушаться их*; англ. *Money is a good servant but a bad master* (*Деньги – хороший слуга, но плохой хозяин*). Русская, латышская и английская пословицы оперируют одними и теми же образами *господина и слуги*, понятиями *хороший/плохой*, но в русской субъектом выступает человек, а в английской и латышской – деньги.

В разделе 2.3. «Соотношение понятий „деньги” и „ум” в пословицах» рассматриваются паремии с семантикой *Богатый умён*,

Богатство даёт ум, Богатый глуп, Бедный умён, Ум рождает богатство (деньги), Ум не купишь, Ум можно купить.

В разделе 2.4. «Ценность „дружба” в отношении к ценности „богатство”» рассмотрены разные аспекты соотношения в пословицах ценностей дружба и богатство (деньги). Русская пословица *Не имей сто рублей, а имей сто друзей* имеет эквиваленты во всех рассматриваемых языках: латгальск. *Nātur symtu rublu, tūr symtu drāugu* (*Не имей сто рублей, а имей сто друзей*), латышск. *Lai tev nav simts rubļu, bet lai ir simts draugi* (*Пусть у тебя не будет ста рублей, но пусть будет сто друзей*), лит. *Neturėk pinigų, bet turėk gerų draugų* (*Не имей денег, а имей хороших друзей*), нем. *Wo viel Freund sind, da ist auch Geld* (*Где много друзей, там и деньги*), англ. *They are rich who have true friends* (*Те богаты, у кого есть верные друзья*). Анализ показал большое сходство семантики рассматриваемых паремий.

В разделе 2.5. Ценность «любовь» в отношении к ценности «богатство» рассмотрено отражение в паремиях соотношения понятий *любовь* и *деньги* (*богатство*). В паремиях всех рассматриваемых языков присутствует семантика *Любовь сильнее денег, Любовь не купишь*. В паремиях большинства рассматриваемых языков *любовь* персонифицируется. Во всех языках (в русском не обнаружены) пословицы, выражающие семантику *Нужда – в дом, любовь – в окно*, используют образы дома, двери и окна. В русских и английских паремиях присутствует понятие *приданое*.

В разделе 2.6. «Ценность „бережливость” в пословицах» рассматриваются различные аспекты пословиц о бережливости. Большинство русских пословиц о бережливости имеет семантику, сходную с паремиями рассматриваемых языков, за исключением смыслового оттенка *Сэкономить – значит заработать*, свойственной немецким и английским пословицам. Среди русского фонда не обнаружены пословицы с семантикой *Экономить бесполезно*.

В разделе 2.7. «Соотношение понятий „скупость” и „расточительность”» приводятся примеры пословиц, отражающих различные аспекты семантики, связанной со скупостью и расточительностью. Понятие *скупость* (*жадность*) в целом отрицательно оценивается в паремиях рассматриваемых языков. Так, во всех рассматриваемых языках пословицы сравнивают скупого человека с бедняком, имея в виду, в первую очередь, духовную бедность. Семантику *Скупой – бедный* передают пословицы: рус. *Скупой богач беднее нищего*; латышск. *Skopums – vislielākā nabadzība* (*Скупость – самая большая бедность*); лит. *Šykštus didžturtis yra iednesnis už ubagą* (*Скупой богач беднее нищего*); нем. *Geiz ist die größte Armut* (*Скупость – самая большая бедность*); англ. *Covetousness is the mother of ruin and mischief* (*Скупость – мать разорения и бед*).

В разделе 2.8. «Соотношение понятий „правда” („справедливость”) и „богатство”» рассмотрены пословицы разной семантики, отражающей это соотношение. В русских и балтийских паремиях на эту тему преобладает понятие *правда* (латышск. *taisnība, tiesa*, лит. *tiesa, teisybė*), а в немецких и

английских поговорок – *право, закон* (нем. *Recht*, англ. *law*). Латвийское понятие *tiesa* семантически находится между русской *правдой* и немецким *правом, законом*, поскольку латвийское слово обозначает и *правду* (соответствие действительности), и *суд*.

В разделе 2.9. «Соотношение понятий „деньги” и „заботы”» рассматриваются группы пословиц с семантикой *Деньги – это заботы, Меньше богатства – меньше забот, Отсутствие денег – благо*.

В разделе 2.10. «Понятие „долг” в поговорок» рассмотрены пословицы, связанные с долгом и займами.

Таким образом, важной проблемой понимания иноязычного пословичного фонда является проблема адекватного перевода с максимальной передачей смыслового содержания пословицы. Здесь большую роль играют этнолингвомаркеры. Антропонимы в качестве этнолингвомаркеров обнаруживаются в русских, литовских и немецких пословицах о деньгах, причём в русских значительно чаще.

Упоминание в пословицах денежных единиц даёт дополнительные сведения относительно истории и культуры народа, что добавляет исследователю лингвокультурологическую компетенцию. В такой универсальной области, как деньги и денежные отношения, единственными специфическими этнолингвомаркерами часто являются указания на различные денежные единицы.

Понятие *деньги* как основной выразитель понятия *богатство* в поговорок всех рассматриваемых языков используется не только для характеристики собственно денежных отношений, но и для характеристики качеств человека, его поведения и ценностных ориентиров.

Такие ценности, как дружба, любовь, правда и др. сравниваются с ценностью *деньги*. В этом сравнении проявляется двойственность поговорок: с одной стороны, в ряде пословиц деньгам предпочитают другие ценности (дружба, любовь, справедливость), а с другой – в ряде других пословиц деньги оказываются сильнее этих других ценностей.

В целом, анализ выявил большое сходство семантики поговорок рассматриваемых языков, что подтверждает гипотезу исследования.

В Заключении подводятся итоги проделанной работы, обобщаются результаты исследования, содержатся выводы по обозначенной тематике и приводится ряд перспектив диссертационного исследования: 1) исследование может быть продолжено на материале других языков, в том числе разных типологически, что даст лучшее понимание о пословицах данной семантики, дополнит фрагменты национальных ПКМ, связанных с деньгами и денежными отношениями, покажет соотношение национального и интернационального компонентов в поговорок; 2) исследование может быть продолжено в плане изучения узнаваемости упомянутых пословиц для современного человека, особенно в зависимости от принадлежности к определенной социальной группе или профессиональному сообществу, использования их в профессиональных кругах специалистов разных сфер; 3)

работа имеет определённые перспективы также с точки зрения обучения иностранным языкам и страноведению, так как знакомство с культурными реалиями и фразеологией изучаемого языка является важной частью адекватной межкультурной коммуникации.

Библиографический список включает 366 наименований, в т.ч. научные и лексикографические работы.

Приложение содержит таблицы со списками русских, а также латышских, латгальских, литовских, немецких и английских пословиц с переводом на русский язык. Дается паспортизация всех исследуемых паремий.

Содержание диссертации отражено в следующих публикациях

Статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК РФ

1. Бредис, М.А. Деньги и богатство в пословицах разных народов (на материале русского, латышского, немецкого и английского языков) / М.А. Бредис // Вестник Орловского гос. ун-та. – 2012. – №4 (24). – С. 234-238.
2. Бредис, М.А. Соотношение понятий богатство и правда в паремиях (на материале русского, латышского, немецкого и английского языков) / М.А. Бредис // Вестник Орловского гос. университета. – 2013. – №1 (30). – С. 125-128.
3. Бредис, М.А. Отражение ценностных ориентиров в паремиологии (на материале пословиц русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков о дружбе и деньгах) / М.А. Бредис // Вестник Новгородского государственного университета. Сер.: Филологические науки. – 2014. – №77. – С. 102-104.
4. Бредис, М.А. Соотношение понятий „богатство” и „ум” в паремиологической картине мира разных лингвокультур (на материале русского, латышского, литовского и немецкого языков) / М.А. Бредис // Вестник ЦМО МГУ (Вестник ИРЯиК МГУ). Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2015. – № 2. – С. 54-59.
5. Бредис, М.А. Определения пословицы в отечественной лингвистике / М.А. Бредис // Вестник ЦМО МГУ (Вестник ИРЯиК МГУ). Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2015. – № 4. – С. 12-17.
6. Бредис, М.А. Бережливость и скупость в паремиях (на материале русского, латышского, немецкого, английского и таджикского языков) / М.А. Бредис // Вестник РУДН. Серия Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2016. – №1. – С. 131-138.

Статьи, опубликованные в других изданиях

1. Бредис, М.А. Скупость и расточительность в паремиях (на материале русского, латышского, немецкого и английского языков) / М.А. Бредис // Kalba ir kontekstai. Mokslo darbai. – V tomas (2 dalis). – Vilnius: Lietuvos edukologijos universiteto leidykla, 2013. – P. 38-51.
2. Бредис, М.А. О кажущейся бессмысленности отдельных пословиц (на материале эстонского, финского и кхмерского языков) / М.А. Бредис // Homo

Communicans III: человек в пространстве межкультурной коммуникации. – Szczecin: volumina.pl Daniel Krzanowski, 2013. – С. 47-52.

3. Бредис, М. Денежные единицы в поговорках о бережливости (на материале русского, латышского, немецкого и английского языков) / М. Бредис // Słowo. Tekst. Czas XII. Frazeologia w idiolekcie i systemach języków słowiańskich. W 200. rocznicę urodzin Tarasa Szewczenki. Tom I. – Szczecin-Greifswald, 2014. – С. 218-226.

4. Бредис М.А. Отражение ценностных установок в поговорках (на примере русских, латышских, литовских, немецких и английских пословиц о деньгах) / М.А. Бредис // Internationales Slawistenkomitee – Phraseologische Kommission. Die slawische Phraseographie und Parömiographie. Славянская фразеография и паремиография. Коллективная монография. / Redaktion: H. Walter, V.M. Mokienko. – Greifswald: Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 2014. – S. 103-108.

5. Бредис, М.А. Лингвокультурологическая парадигма денежных отношений в поговорках (на материале русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков) / М.А. Бредис // Паремиология в дискурсе. Общие и прикладные вопросы паремиологии. Пословица в дискурсе и в тексте. Пословица и языковая картина мира / Под редакцией О. В. Ломакиной. – М.: Ленанд, 2015. – С. 191-213. 6. Бредис, М.А. Балтийская паремиология от истоков до современности: подходы к изучению и определению пословиц в латышском и литовском языках / М.А. Бредис // Филологические науки в МГИМО: Выпуск 4. Гл. редактор С. В. Евтеев. – М.: МГИМО-Университет, 2015. – С. 116-133.

7. Бредис, М.А. Ценностные ориентиры в поговорках о долге (на материале русского, латышского, литовского, немецкого, английского и турецкого языков) / М.А. Бредис // Сучасний вимір православної культури: збірник матеріалів IV Міжнародних наукових Кирило-Мефодіївських читань. – Вип. 4. – Кривий Ріг: Конон. – 2016. – С. 17-25.

8. Бредис, М.А. К вопросу о признаках пословиц / М.А. Бредис // Фразеологизм и слово в художественном, публицистическом и народно-разговорном дискурсах: материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Кострома, 18-23 марта 2016 года) / под науч. ред. И.Ю. Третьяковой. – Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2016. – С.78-80.

9. Бредис, М.А. Отражение морально-этических норм в поговорках о деньгах и богатстве (на материале русских, латышских, латгальских, литовских, немецких и английских пословиц) / М.А. Бредис // Научное наследие В.А. Богородицкого и современный вектор исследований Казанской лингвистической школы: тр. и матер. междунар. конф. (Казань, 31 окт. – 3 нояб. 2016 г.): в 2 т./ под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Е. А. Горобец, Г. А. Николаева. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – Т.1. – С. 68-74.

10. Бредис, М.А. Отражение ценности «богатство» в паремиологической картине мира разных лингвокультур (на материале русского, латышского, немецкого и английского языков) / М.А. Бредис // Лингвокультурологические

исследования: Язык лингвокультурологии: теория vs. эмпирия. – М.: Ленанд, 2016. – С. 314-318.

11. Briedis, Michail. Денежные отношения в поговорках в свете лингвокультурологии (на материале русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков) / М. Briedis // *Žmogus ir žodis*, Vol 15, No 3. – Vilnius, 2013. – С. 17-23.

12. Bredis, Mikhail. Der Begriff „Sparsamkeit“ in den Sprichwörtern unter dem Aspekt der Kulturwissenschaftlichen Linguistik (basierend auf Russisch, Lettisch, Deutsch und Englisch) // *Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship*, Volume 31: 2014. – The University of Vermont, 2014. – P. 89-108.(на нем.яз.)

Бредис Михаил Алексеевич

Представления о денежных отношениях в пословицах (на материале русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков)

Диссертация посвящена сопоставительному анализу поговорок, связанных с представлениями о денежных отношениях в разных лингвокультурах (русской, латышской, литовской, немецкой, английской). В работе рассматриваются основные подходы к определению пословиц в отечественной и европейской поговорковедении, традиции русской, балтийской, немецкой и английской поговорковедении, представлены теоретические основы сопоставления пословичного фонда различных лингвокультур. Показана важность лингвокультурологического комментария для понимания пословиц, отражающих представления о денежных отношениях, в т.ч. для их поговорковедческого описания.

Сопоставительный анализ пословиц с учётом аксиологической составляющей раскрыл универсальные черты в отношении разных народов к деньгам и вытекающее из этой универсальности тематическое и идейное сходство поговорок, а также наглядно продемонстрировал, что различия между пословицами рассматриваемых языков состоят в их образах, выражающих национальный «угол зрения».

В работе использовано 1730 поговорок (501 русская, 342 немецких, 261 латышская, 115 латгальских, 270 литовских, 241 английская), содержащих представления о деньгах и денежных отношениях.

Результаты исследования могут использоваться в качестве основы для создания многоязычного тематического словаря пословиц с лингвокультурологическими комментариями, а также в процессе преподавания лексикологии, фразеологии, фразеологии русского, латышского, литовского, немецкого и английского языков, страноведения и переводоведения.

Bredis Mikhail Alekseyevich

Ideas about money relations in proverbs (based on Russian, Latvian, Lithuanian, German and English)

The thesis research is devoted to the comparative analysis of the proverbs, related to the ideas about money relations in different linguocultures (Russian, Latvian, Lithuanian, German, English).

The thesis considers the main approaches to the definition of proverbs in domestic and European paremiology, the traditions of Russian, Baltic, German and English paremiology, and presents the theoretical bases for comparison of the proverbial fund of various linguocultures. The importance of linguistic and cultural comments for understanding proverbs reflecting the ideas about monetary relations is shown, especially for their paremiographic description.

A comparative analysis of the proverbs, taking into account the axiological component, revealed the universal traits in attitude of different peoples toward money, and the thematic and ideological similarity of these proverbs stemming from this universality, and also clearly demonstrated that the differences between the proverbs of the languages in question consist in their images expressing the national "angle of view".

A total of 1730 proverbs (501 Russian, 342 German, 261 Latvian, 115 Latgalian, 270 Lithuanian, 241 English), containing ideas about money and money relations, were used in the thesis.

The results of the research can be used as a basis for creating a multilingual topical dictionary of proverbs with linguistic and cultural comments, as well as in the teaching of lexicology, phraseology, phraseography of Russian, Latvian, Lithuanian, German and English, area studies and interpretation and translation studies.