В.В. Иванов также в своем переводе употребляет сибилянт [с] с целью показать живость Ньюстеда: «в**с**поминать», «доблес**т**ь», «в**с**егда», а также шипящий [щ] в слове «про**щ**ается» и [ш] в слове «ва**ш**у».

Принимая во внимание тот факт, что главным моментом в переводе поэзии является передача эмоционально-эстетической информации, т.е. достижение эквивалентности с помощью фонетических средств, к которым относится звукопись, то задача для переводчиков оказывается практически невыполнимой. Аллитерация и ассонансы, не совсем привычные для русского стиха создают определенные сложности при переводе. Однако оба перевода выполнены довольно точно. При этом перевод В.А. Мазуркевича представляется наиболее удачным, так как переводчику удалось в большей степени сохранить звукопись текста оригинала, не теряя образов, созданных автором, в то время как перевод В.И. Иванова наполнен большей печалью и трагедией.

Таким образом, анализ переводов стихотворения Дж.Г. Байрона "On Leaving Newstead Abbey", выполненных В.В. Ивановым и В.А. Мазуркевичем, позволил выявить все основные трудности, возникающие при переводе поэтических текстов, и сравнить различные переводческие решения.

В результате сравнительно-сопоставительного анализа переводов стихотворения Дж.Г. Байрона "On Leaving Newstead Abbey", выполненных В.В. Ивановым и В.А. Мазуркевичем, можно сделать вывод о том, что достижение максимальной эквивалентности при переводе представляет собой сверхсложную задачу с учетом отсутствия абсолютно идентичных звуков в фонологической системе разных языков.

С другой стороны, анализ поэтического текста свидетельствует не только о лексико-грамматических сходствах и различиях структуры языков, но и об ее фонологических особенностях, связанных с функционированием и соответствием тех или иных звуков в разных языках. С этой точки зрения проведенный анализ позволяет сделать вывод о принципиальной фонологической сопоставимости двух таких разноструктурных языков, как английский и русский.

Литература

1. *Алексеева, И.С.* Введение в переводоведение / И.С. Алексеева. – СПб., 2004.

2. *Бархударов, Л.С.* Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М., 1975.

3. *Гальперин, И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М., 2006.

4. *Квятковский, А.П.* Поэтический словарь / А.П. Квятковский. – М., 1966.

5. *Колшанский, Г.В.* Объективная картина мира в познании и языке / Г.В. Колшанский. – М., 2005.

6. *Комиссаров, В.Н.* Общая теория перевода / В.Н. Комиссаров. – М., 2000.

7. *Купина, Н.А.* Смысл художественного текста и аспекты лингвосмыслового анализа / Н.А. Купина. – Красноярск, 1983.

8. *Степанов, Ю.С.* Основы общего языкознания / Ю.С. Степанов. – М., 1975.

УДК 81-115

В.Н. Чижова

АФОРИЗМЫ О КОМПЛИМЕНТЕ: ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Публикация выполнена в рамках III Международной научной конференции «Взаимодействие языков и культур» 23 – 27 апреля 2014 г.

В статье рассматриваются понятия «афоризм» и «комплимент» и предлагается сопоставительная характеристика лексико-стилистических особенностей афоризмов о комплименте в немецком и русском языках.

Афоризм, комплимент, основные признаки афоризма, экспрессивность.

The paper considers the concepts “aphorism” and “compliment” and presents the comparative characteristics of lexical and stylistic peculiarities of aphorisms concerning the compliment in the Russian and German languages.

Aphorism, compliment, main features of aphorism, expressiveness.

Афоризмы являются объектом изучения на протяжении длительного времени [11, с. 5]. В зависимости от используемых в исследованиях подходов (литературоведческий, лингвокультурологический, лингвофункциональный, прагматический и пр.), разработаны различные классификации [см.: 12, с. 4], [6, с. 28 – 32], [11] и типология основных признаков афоризмов.

Одной из классификаций является деление афоризмов по формальному критерию, в соответствии с которым выделяют: а) *афоризмы, независимые высказывания* и б) *афоризмы, контекстные*, «встав-

ленные» [12, с. 22]. В нашей выборке представлены афоризмы как независимые высказывания преимущественно литературного происхождения, реализующие признак «паспортизованность».

Примечательно, что из 69 афоризмов на русском языке 22 принадлежат русским авторам (Л. Сухоруков, М.Ю. Лермонтов, П. Вяземский, А.П. Чехов. В. Синявский и др.), 36 – зарубежным авторам (П. Буаст, Л. Вовенарг. Ю. Маньюэл, О. Уайлд, Я. Ипохорская и др.), 7 – неизвестным авторам. В выборке на немецком языке (69) афоризмы принадлежат преимущественно немецким авторам (33) (Гете, Э. Кох, Е. Шнайдер Р. Кольмайер и др.), 19 иностранным авторам (в том числи 4 швейцарских, 7 австрийских, некоторые другие – Бельгия (Ф. Босманс), Швеция (С. Лагерлеф), 9 афоризмов неизвестных авторов). Такое расхождение обусловлено отчасти субъективным фактором: нашей целью было отобрать афоризмы авторов соответствующей страны.

Говоря о признаках афоризмов, отметим, что исследователи придерживаются разных мнений. Так, А.В. Шумакова говорит о *сильных* (краткость, лаконичность; автосемантичность, самодостаточность) и *слабых* (выразительность и художественность) признаках афоризмов. [12, с. 22]. Т.И. Манякина рассматривает в качестве значимых черт афоризма – *экспрессивность*, *общезначимость*, *информационную плотность*, *коммуникативную четкость* и *оригинальность* [7, с. 33 – 34]. Основой афоризма является «мысль, парадоксальная, противоречивая», «обобщающая идея, выражение жизненного опыта субъекта» [6, с. 37]. Эта формулировка перекликается с определением афоризма в словаре С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, которое используется здесь как рабочее: «Афоризм – краткое изречение, содержащее обобщающее умозаключение» [8, с. 295].

Мы хотим остановиться на афоризмах о комплиментах, в частности на их лексико-стилистических особенностях в сопоставительном аспекте.

Комплимент определяется в словарях как: «*лестное выражение, похвала*» [9, с. 343], "*Höflichkeitsbezeigung, Schmeichelei, Gruß*" [15, с. 192]; „lobende, schmeichelhafte Äußerung, die man an j-n richtet, um der betreffenden (weiblichen) Person etw. Angenehmes zu sagen u. ihr zu gefallen; (veralt.) Gruß“ [13, с. 867].

Интерес к этому виду афоризмов вызван неоднозначным отношением к комплиментам, несмотря на их конвенциональность как атрибутов «правильного» поведения в обществе, как условие успешной коммуникации. Процитируем высказывание Ю. Пробст: "Das Kompliment als Sprechakt ist im alltäglichen Sprachgebrauch fest verankert. Wenn nicht in allen, so doch in den meisten Sprachgemeinschaften dient der Austausch von Komplimenten als gängige Höflichkeitsstrategie. … die Vergabe von Komplimenten mehr oder weniger als universell bezeichnet werden kann…" [17, с. 1].

В лингвистике утвердилось мнение о стилистической природе афоризма. Благодаря различным стилистическим средствам реализуется один из основных признаков афоризма – художественность. Поэтому для афоризмов так важно «оригинальное словесное обличье» [11, с. 25]. Афоризм, по словам Л. Успенского, «… убеждает… не логикой (доказательств), а блеском неожиданного сопоставления слов, уверенностью автора в правоте, закрепленной при помощи оригинального, неслыханного доселе, остроумного их сцепления» [Цит.: 11, с. 24]; [3, с. 57]. Именно яркость языковой формы и усиленная выразительность являются следствием реализации экспрессивности как стилевой черты афоризма.

В афоризмах наиболее часто встречающимися стилистическими фигурами в русском языке являются антитеза, параллелизм и хиазм. Употребляются также анафора, градация, риторический вопрос, эллипсис. Нередки сочетания различных приемов в афоризме [3, с. 83 – 86). Для афоризмов в немецком языке более типичны парадокс, алогизм, игра слов, ирония [16, с. 30].

В результате анализа мы получили следующие данные. В русских афоризмах о комплименте были выявлены следующие стилистические фигуры и тропы: контраст (18), метафора (15), парадокс и языковая игра (по 8), параллелизм (6), сравнение (3), инверсия (3), парцелляция (2), градация (1), перифраз (1), приставочная конструкция (1), эпитет (1), метонимия (1), повтор и эллипсис (1). Всего выявлено 15 стилистических фигур.

В немецких афоризмах были выявлены: контраст (19), метафора (14), парадокс (14), сравнение (10), языковая игра (9), повтор (5), приставочная конструкция (4), инверсия (3), парцелляция (2), эпитет (2), параллелизм (2), метонимия (1), риторический вопрос (1), хиазм (1), перифраз (1), апозиопезис (1), определение (3) – всего 16 стилистических фигур. Таким образом, на материале нашей выборки в афоризмах о комплименте в немецком языке отмечается несколько большее разнообразие стилистических средств, чем на материале русского языка. В немецком языке не представлены два стилистических средства (градация и эллипсис), а в русском языке – апозиопезис, хиазм, определение. Наиболее частотные стилистические средства в обоих языках – контраст, метафора, парадокс, языковая игра, т.е. те средства, которые традиционно используются для достижения комичных, сатирических и ироничных эффектов. Именно контраст, языковая игра – это столкновение формы и содержания, которые лежат в основе алогизма как языково-стилистического средства [7, с. 156 – 157].

Примечательно, что афоризм о комплименте в обоих языках редко строится на одном стилистическом явлении (например, в русском языке только 8 таких случаев). Пример: (1) «*Люди верят всему, что ни скажи, если это комплимент*» (НН) [2]. В данном афоризме выражается удивление говорящего относительно некритичного восприятия комплимента.

(2) "*Komplimente sind häufig Wohlverhaltensregeln zum Erreichen eines bestimmten Zwecks"* (NN) [14]. В этом афоризме также находит отражение определенный социальный опыт – выражение комплимента как

проявление правильного поведения лица с целью достижения своих целей.

Однако значительно чаще, по нашим наблюдениям, в афоризмах использовались два – три стилистических явления. Приведем примеры. (3) «*Комплимент – похититель улыбок*» (Т. Семирджян). Средством создания образности является метафора: посредством олицетворения комплимент предстает в виде конкретного образа. Прагматический эффект состоит, по-видимому, в потенциально неоднозначной трактовки комплимент лицом, принимающим его. (4) "*Im Alter sind wir der Schmeichelei viel zugänglicher als in der Jugend"* (M.F. von Ebner-Eschenbach). Стилистическими приемами являются сравнение (*als in der Jugend*), антонимическое противопоставление (*im Alter – in der Jugend*) и инверсия.

В афоризме (4) «*Лучшая критика та, что гарцует в седле комплимента*» (Л. Сухоруков) метафора «гарцует в седле» создает другой образ, прагматический эффект которого – оригинальность и экспрессивность.

В некоторых афоризмах образность создается метафорой и «обыгрыванием» фразеологизма: (5) «*Оборотную сторону комплимента лучше не рассматривать*» (Ю. Татаркин). Замена одного элемента во фразеологизме «обратная сторона медали» на лексему «комплимент» создает неожиданный эффект и насыщает афоризм скрытой информацией, глубоким подтекстом, который допускает различную интерпретацию.

(6) «*Комплимент – это легкий путь к сердцу Женщины и к карману мужчины*» (В. Чайка). Здесь мы наблюдаем сходный прием. Структура фразеологизм «путь к сердцу женщины» расширяется путем добавления уточняющего элемента – словосочетания «карман мужчины». Противопоставление «мужчина – женщина», а также использование средств графики (заглавная буква в лексеме с нарицательным значением) позволяют достичь большей выразительности и, несомненно, воздействия на адресата.

По нашим наблюдениям, метафора выступает в русских афоризмах с такими стилистическими средствами:

метафора + метонимия: (7) «*Платья хорошеют от комплиментов*» (Я. Ипохорская);

метафора + индивидуальное сравнение: (8) «*Комплимент, как Батут Радости, женщину потрясывает*» (Г. Симанович). Здесь используется возможности графики (заглавная буква в индивидуальном сравнении), а также нарушается семантическая валентность глагола «потрясывать», т.е. заставить дрожать, сотрясаться время от времени, актантом которого является имя существительное с абстрактной семантикой.

(9) «*Красоту комплиментом не испортить*» (НН). В этом примере используется языковая игра: афоризм сопоставляется с хорошо известным фразеологизмом «Кашу маслом не испортить», в котором заменяется один элемент.

Прием *языковой игры* через обыгрывание и расширение фразеологизма «Денег много не бывает» используется в афоризме (10) «*Денег и комплиментов не может быть слишком много*» (С. Чиз). Вследствие этого происходит приращение смысла.

Контраст, по нашим наблюдениям, является весьма эффективным стилистическим средством в афоризмах о комплименте. Он позволяет путем противопоставления понятий, мыслей и образов заострить внимание на противоречиях и усилить общее впечатление: (11) «***Кислый** комплимент все равно **сладок***» (Арк. Теплухин). Основой для контраста служат здесь антонимы со значением «качество – вкусовое восприятие» – «кислый – сладкий». Лексические антонимы «льстить – хвалить», «многие – редкий» в параллельных синтаксических структурах создают контраст и в афоризме (12) «*Льстить любят многие, хвалить умеет редкий*» (НН).

Контраст может создаваться и лексемами, не являющимися системными антонимами. Однако при сближении в контексте они могут восприниматься как антонимы: (13) «Похвала *развращает* тех, кому она *нравится*» (Ж.Ж. Руссо) (противопоставляются семы «быть по вкусу» и «испортить»).

Контраст может выступать вместе с другими стилистическими средствами:

контраст + метафора: (14) «*Вообще-то, лесть – это яд, однако в малых дозах украшает комплименты*» (М. Мальчин);

контраст + параллелизм: (15) «*Слушая комплимент в свой адрес, одни становятся лучше, а другие – только подозрительнее*» (В. Синявский) (антонимические элементы одни – другие, становиться лучше – становиться подозрительнее);

контраст + повтор + обращение: (16) «*Льстецы, льстецы! Старайтесь сохранить и в подлости осанку благородства*» (А.С. Пушкин). Здесь важна ритмическая организация высказывания;

контраст + параллелизм + эллипсис (17) «*Женщину никогда нельзя обезоружить комплиментом, мужчину можно всегда*» (О. Уайлд);

контраст + параллелизм + метафора: (18) «*Похвала показывает путь, порицание подметает лестницу*» (А. Регульский); (19) «*Разделение труда: он говорит комплименты, а она их помнит*» (И. Карпов);

контраст + параллелизм + градация: (20) «*Умный человек никогда не злоупотребляет похвалой, а подлинный художник всегда будет проявлять чудесное неспокойствие, художественно-творческую бузу*» (И.О. Дунаевский). Контраст усиливается двумя синонимичными в данном случае лексемами, которые имеют разную стилистическую окрастку: *неспокойствие* – (простореч.) *буза (шум, скандал, беспорядок).*

В афоризмах о комплименте часто используется и *парадокс*: (21) «*Нам приятны порой даже такие похвалы, которым мы сами не верим*» (Д. де Вовенарг).

(22) «*Женщины, в большинстве своем, любят слушать правду, как бы она им не льстила*» (НН). В обоих случаях парадоксальное высказывание строится на противопоставлении лексем «похвалы – не ве-

рим» и «правда – льстить». Афоризм, облеченный в такую неоднозначную форму, позволяет выразить мысль в экспрессивной форме.

Парадокс может выступать в паре с противопоставленными лексемами: (23) «*Мы равнодушно принимаем заслуженные комплименты и с признательностью выслушиваем те, на которые, насколько мне известно, мы не имеем никакого права*» (О. Голдсмит) (равнодушно – признательность, заслуженные – незаслуженные = на которые не имеет права).

Как отмечалось выше, некоторые стилистические средства в русских афоризмах представлены единичными примерами. Приведем примеры: (24)

«*Если ты скажешь девушке, что она красивее всех на свете, она может тебе не поверить. Но если ты скажешь, что она красивее Зоси, Яди, Хеленки и Баси, – она поверит мгновенно*» (Я. Ипохорская). Афоризм строится на *градации* – от более общего к частному (красивее всех – Зося, Ядя, Хеленка, Бася).

Приставочная конструкция: (25) «*Комплимент – это обязательная ложь – и нередко обязывающая*» (А. Декурсель). Она усложняет мысль, добавляя уточнение.

Перифраз и рифма: (26) «*… я трачу, что осталось в русской речи / на Ваш анфас и матовые плечи*» (И. Бродский).

В немецких афоризмах так же, как и в русских, стилистические средства употребляются в комбинации с другими. Были выявлены следующие комбинации стилистических средств:

Контраст: (27) "*Geschlechtsspezifische Komplimente. – Er findet sie herrlich, sie findet ihn dämlich*" (R. Kohlmayer). Основой для контраста служат антонимы "er – sie", "herrlich – dämlich". Дополнительные коннотации создаются посредством стилистической окраски лексемы: *(ugs.) dämlich.* (придурковатый, глуповатый).

Контраст+сравнение: (28) "*Eine ungeschickte Schmeichelei kann tiefer demütigen als ein wohlbegründeter Tadel*" (M. Ebner-Eschenbach). (Schmeichelei – Tadel, ungeschickt – wohlbegründet).

Контраст + парцелляция+ эллипсис: (29) "*Frauen werden nie durch Komplimente entwaffnet. Männer immer"* (E. Kupke).

Контраст+хиазм+параллелизм: (30) "*Wer Komplimente verdient, braucht keine, wer Komplimente braucht, verdient keine"* (NN); или: (31) "*Die kluge Frau freut sich, wenn man sie für schön hält. Die schöne Frau freut sich, wenn man sie für klug hält"* (S. Lagerlöf). Парадоксальный характер этого афоризма создают противопоставленные друг другу элементы в (30) *verdienen* (заслуживать) – *verdienen keine (Komplimente)* (не заслуживать), brauchen (нуждаться) – brauchen *keine (Komplimente*) (не нуждаться), в (31) schön – klug.

Контраст + языковая игра: (32) "*Machst du einer Frau den Hof, mache dich mit dem übrigen Hausputz vertraut* (J. Panten). Языковая игра строится на «обыгрывании» фразеологизма "einem Mädchen den Hof machen" (ухаживать за девушкой) и – "vertraut machen mit" (знакомить с кем-/ чем-л.). Дополнительные коннотации создаются стилистической окраской элемента der Hausputz (ugs.) (уборка в доме, квартире).

Контраст+метафора: (33) "*Komplimente sind Geschenke, bei denen es nicht auf den Inhalt, sondern auf die Verpackung ankommt"*. (Fr.-J. Schaarschuh). Метафора: Komplimente = Geschenke – подарки, антонимы Inhalt (содержание) и *Verpackung* (упаковка). Здесь значение противоположности поддерживается и грамматическим средством – союзом sondern (а, но).

Контраст+метонимия: (34) "*Ohr und Geist können müde werden, dasselbe zu hören, das Herz nie*" (N. Chamfort). Метонимии *Ohr* (ухо), *Geist* (дух), *Herz* (сердце) буквально «визуализируют», как говорящий воздействует на собеседника, произнося комплимент.

Контраст+параллелизм: (35) "*Es gibt Komplimente des Herzens, und es gibt Komplimente der Diplomatie. Die einen drücken Bewunderung aus, die anderen Wertschätzun"* (Th. Nürnberg). В данном примере делается акцент на качество комплимента, его искренность, что подчеркивается тремя антонимическими парами в параллельно построенных предложениях: *Komplimente des Herzens – Komplimente der Diplomatie, die einen – die anderen, die Bewunderung* (восхищение, восторг, преклонение) – *(geh.)die Wertschätzung* (уважение). Стилистическая окраска элемента *Wertschätzung* усиливает семантику афоризма в целом.

Парадокс

(35) "*Es war kein Kompliment, es war die Wahrheit*" (W. Ludin).

Парадокс+апозиопезис: (36) "*Es gibt doch etwas schöneres als ernst gemeinte Komplimente: Ernst gemeinte Komplimente von fremden Personen. Die sind nämlich noch nicht beeinflusst*" (J. Weger).

Парадокс+сравнение: (37) "*Einer Frau wie dir, bin ich noch nie begegnet, muss nicht zwangsläufig ein Kompliment sein*" (E. Blanck).

Парадокс+метафора: (38) "*Wer schmeichelt, bettelt*"

Парадокс+приставочная конструкция (39) "*Man kann allem widerstehen, nur nicht den Komplimenten. Das macht sie so gefährlich*" *(NN)*. В примерах (35 – 37) вторая часть афоризма отрицает утверждение, содержащееся в первой части, но создает неожиданный новый смысл. В примере (38) вторая часть предложения также выражает неожиданную оценку говорящего, который произносит похвалу: *betteln* (просить милостыню, попрошайничать)

Метафора

(40) "*Komplimente sind Schutzpatrone der Sympathie*" (P. Rudl) (Schutzpatron`-Schutzheiliger)

Метафора + Сравнение: (41) "*Wenn man gebraucht wird, rieseln Komplimente wie Konfetti*" (T. Impekon). В афоризме находит отражение глубокое жизненное наблюдение относительно того, что тот, в ком нуждаются, получает много похвал и компли-

ментов. Количество получаемых комплиментов сравнивается с конфетти (*wie Konfetti*), струящимся на него (*rieseln – струиться, течь (сыпаться)(тонкими струйками)*). Сравнение, а также глагольная метафора (*rieseln)* создают очень яркий и емкий образ для выражаемого содержания.

Метафора+перифраз: (42) "Der Stahl hört es gerne, wenn du ihn "graues Silber nenst"" (NN)

Метафора+контраст+сравнение: (43) "*Schmeichler sind wie Sonnenblumen, blicken nach dem Himmel, wurzeln aber in der Erde, suchen Vorteile und Gewinn"* (Fr. Fr. von Logau).

Сравнение

Сравнение комбинируется с *инверсией* (44), *контрастом* (28), *приставочной конструкцией (45), языковой игрой (г)*:

(44) *"Ein Kompliment muss sitzen wie ein Brautschleier"* (E. Kupke). Образность и экспрессия создается метафорой *"*sitzen*"* и сравнением, вынесенным в конец предложения.

(45) *"Ein Kompliment zur rechten Zeit ist wie ein gutes Parfüm – es duftet, ist aber nicht aufdringlich"* (NN). Сопоставление своевременного комплимента с духами, запах которых не создает дискомфорта, подчеркивает, какими качествами должен обладать хороший комплимент (*duften* (пахнуть), *aber nicht aufdringlich* (но не навязчиво*)*).

(46) *"Schmeicheleinheiten sind genauso wichtig wie Streicheleinheiten"*. Здесь экспрессия создается «обыгрыванием» словообразовательной структурой двух лексем, звуковым повтором и сравнением (*Schmeicheleinheiten* (похвала, лесть) – *Streicheleinheiten* (streicheln – гладить, ласкать, поглаживать*)*). Примечательно, что обе лексемы являются окказионализмами.

Ряд фигур представлен на материале нашей выборке единичными примерами. Это, например, *риторический вопрос*: (47) "*Komplimente machen glücklich und was ist schon besser als ein glückliches Gegenüber?*" (NN), с помощью которого подчеркивается в более экспрессивной форме важная роль комплимента в общении между людьми.

Помимо стилистических средств в реализации литературно-художественных качеств и прагматических функций, несомненно, важная роль отводится лексике.

Лексический анализ отобранного материала с точки зрения синхронии свидетельствует о том, что в составе афоризмов о комплименте в немецком и русском языках преобладает лексика общелитературного языка. В единичных случаях, например, в немецком языке, представлена лексика *заимствованная* (Affektiertheit, charmant, fishing for complements, Parfüm), *окказионального типа* (Komplimentemacher*), устаревшая* лексика (Huldigung; als dass; buhlen, traktieren):

(48) "*Die Huldigungen eines guten Menschen haben doch etwas besonders Wohltuendes*" (Th. Fontane) ((veralt.) die *Huldigung* – Anerkennung, Lob).

(49) "*Die großen Komplimentemacher sind gewöhnlich voll Affektiertheit, besonders wenn ihre Komplimente sich an mittelmäßige Menschen richten…*» (D. Diderot). (*Affektiertheit* -affektiertes Benehmen, Wesen).

(50) "*Ein Kompliment ist die charmante Vergrößerung einer kleinen Wahrheit*" (J. Heesters).

(51) "*Ein charmantes Kompliment ist ein geglückter Seiltanz zwischen Wahrheit und Übertreibung*" (H. Bahr).

(52) "*Die Komplimente sind wie Parfüm. Sie dürfen duften, aber nie aufdringlich werden* (O. Wilde)".

(53) «*Beim Fishing for Compliments kommen einem manchmal die größten Grobheiten zu Ohren*" (E. Koch).

Сходство наблюдается и в русском языке: в нашей выборке преобладает общеупотребительная лексика литературного стандарта. Приведем примеры:

(54) «*Каждый знает: комплимент – лучший в споре аргумент»* (И. Карпов).

(55) «*Комплимент – это фрагмент уважения*» (Г. Симанович).

В обеих выборках не отмечена лексика ограниченной сферы употребления. Данное наблюдение подтверждает вывод А.В. Корольковой о том, что «Видимо, сама форма афоризма не предполагает употребление грубой лексики» [6, с. 17].

С точки зрения *функционально-стилистической* закрепленности в афоризмах о комплименте используется лексика стилистически нейтральная. В афоризмах на немецком языке были выявлены 6 стилистически маркированных единиц. Это – *der Hausputz* (ugs.) уборка в доме, квартире; *dämlich* (ugs., scherz.) придурковатый, глуповатый; buhlen um (poet.) домогаться, всеми силами добиваться, страстно стремиться:

(56) "*Der Schmeichler buhlt um Beifall, macht die Menschen groß in ihre m Sinn, und sie werden klein; der bessere Mann macht sie klein, auf dass sie groß werden*" (M. Claudius).

(57) "Machst du einer Frau den Hof, mache dich auch mit dem übrigen *Hausputz* vertraut" (Joachim Panten).

(58) "Geschlechtsspezifische Komplimente. – Er findet sie herrlich, sie findet ihn *dämlich*" (R. Kohlmayer).

6 лексических единиц (ЛЕ) имеют стилистическую отрицательную оценочность, сфера употребления которых ограничивается разговорной речью:

der Dummkopf (abw.) – dummer, einfältiger Mensch;

der Schleimer (abw.) – Schmeichler, Heuchler, Schönredner – льстец;

schleimen (abw.) – 2. schmeicheln, heuchlerisch reden oder schreiben – льстить;

schleimig (abw.) – falsch freundlich, schmeichelnd und heuchlerisch – льстивый, подлизывающийся;

der Komplize – Verbündeter (abw.), Mittäter, Helfershelfer einer Straftat – сообщник: соучастник, совиновник.

Две лексемы относятся к высокому стилю (vernehmen (geh.) hören, akustisch wahrnehmen). Одна ЛЕ выражает вместе с тем и отрицательную оценку

(*buhlen* (geh., abwert.) – 1. heftig um etw. werben, sich um etw. bemühen; 2. (veralt.) mit j-m kosen). Появление этой ЛЕ в данном афоризме можно объяснить временным фактором (годы жизни автора Матиаса Клаудиуса 1740 – 1815).

Приведем примеры:

(59) "*Gezielte Komplimente gehören zum Rüstzeug der Komplizen*" (M.G. Reisenberg).

(60) "*Der Mensch vernimmt nur, was ihm schmeichelt*" (J.W. von Goethe).

(61) "*Wenn ein Dummkopf einem anderen Dummkopf ein Kompliment machen will, sagt er Dummkopf zu ihm*" (E. Ferstl).

(62) "*Im Alter sind wir der Schmeichelei viel zugänglicher als in der Jugend*. (M. von Ebner-Eschenbach)"

(63) "*Der schlimmste Schleier ist der, der dir mit einem Lächeln sagt, dass er schleimt, denn die wenigsten sehen die Wahrheit, die hinter diesem schleimigen Lächeln steht*" (Rose von der Au).

В выборке на русском языке по *функционально-стилистическому* параметру также преобладает лексика литературного языка. Лишь 3 ЛЕ имеет стилистическую маркировку «разг.»: чепуха, дурак, (простореч.) буза. В русскоязычных афоризмах содержится также лексемы, выражающие отрицательную логическую оценку «льстец, подлость, брань, лгать, презирать», например: (64) «*Комплимент и дураку в радость*» (Г. Симанович).

(65) «*Я не люблю комплиментов, и мне не понятно, почему мужчины воображают, что делают женщине приятное, когда говорят ей всякую чепуху, о которой она вовсе не думает*» (О. Уайлд) (чепуха (разг.) = ерунда).

(66) «*Похвала есть пробный камень для дураков*» (П. Буаст).

(67) «*Не в меру похвала опасней брани едкой*» (П.А. Вяземский) (брань – осуждающие и обидные слова, едкий – язвительный, колкий).

Функционирование этих ЛЕ, по-видимому, не случайно. В афоризме отражается неоднозначное отношение членов социума к комплиментам, поскольку комплимент может выражать положительную оценку или похвалу разной степени объективности:

"Ein Kompliment ist der Sieg der Höflichkeit über der Ehrlichkeit" (Ralph Boller).

Афоризмы можно охарактеризовать с точки *зрения экспрессивно-стилистической* как нейтральные, книжные. Вместе с тем афоризмы могут иметь различную имплицитную «тональность» ироничную, шутливую, неодобрительную: *Лья* даме на *душу бальзам*, *не замочите* платье! (Ал.В. Иванов), а также примеры выше.

Частеречный анализ практического материала показывает, в обоих языках представлены все основные части речи: имена существительные (ИС), местоимения, глаголы, имена прилагательные, наречия, а также служебные части речи (артикли, частицы, предлоги, союзы) (см. таблицу).

Таблица

Частеречная характеристика

Часть речи	Немецкий язык	Русский язык
Имя существительное	211	126
Местоимение	115	114
Глагол	45	126
Имя прилагательное	38	51
наречие	25	17

В количественном отношении в немецких афоризмах ИС преобладают по сравнению с русским языком. Глаголов и имен прилагательных больше в русскоязычных примерах, чем немецких. Местоимения представлены приблизительно одинаково.

Имена существительные в афоризмах тематически ограничены. Они обозначают абстрактные понятия (das Kompliment, die Wahrheit, das Geschenk, die Lüge, der Kompromiss, der Gewinn, der Vorteil, der Weg; комплимент, уважение, культура, ложь), конкретные предметы – одушевленные и неодушевленные (die Frau, die Person, der bessere Mann, die Leute, das Herz; die Blume, die Sonnenblume, die Rose, der Himmel, die Erde, die Tasche; дама, мужчина, женщина, душа, платье, начальник).

Имена существительные позволяют говорящему обозначить:

1. (Сам) предмет речи (das Kompliment, похвала, лесть).

2. Лиц, которым адресован (женщина, девушка, люди, те, die Frau, man).

3. Лиц, от которых исходит комплимент (der Komplimentemacher, der Schmeichler, die Leute, man).

4. Явления, с которыми комплимент сопоставляется (der Kompromiss – die Lüge, das Parfüm, das Geschenk, похвала как вино, подношение, золото и алмаз, лекарство и др.). Эти лексемы образуют 4 тематические группы.

Частотны также и местоимения (116 / 114), так как они функционально указывают на предметы, их признаки, количества и т.д. Местоимения представлены несколькими разрядами: личные (du, er, sie, ich, я, мы, ты, вы), притяжательные (sein, ее), указательные (der, dieser, тот, та), относительные (derer, denen, какой, кто), неопределенные (man, einer, etwas), отрицательные (kein, nichts) возвратное местоимение sich и безличное es. Обращает на себя внимание количество глаголов в русских афоризмах по сравнению с немецкими. В немецких афоризмах часто встречается связочный глагол sein, глаголы haben, machen. Нередко глаголы, как отмечалось выше, употребляются в переносном значении («отпускать» комплимент подобно лекарству, обезоружить (комплиментом), rieseln, duften wie Parfüm).

Примечательно и то, что лексика в исследуемых афоризмах в обоих языках образует семантические пары: антонимы, синонимы (контекстуальные), паронимы, лексика, объединенная тематической общностью и сходством словообразовательной структуры. Наши наблюдения позволяют согласиться с мне-

нием К.М. Тангир о том, что на лексическом уровне в афоризме каждое слово, каждая часть речи может создавать противоречия, парадоксальность [10].

В создании образности и экспрессивности участвуют фигуры замещения (метафора, метонимия, перифраз), фигуры противопоставления (контраст, алогизм, парадокс) фигуры размещения перестановки (порядок слов, приставочная конструкция), фигуры добавления (разные виды повторов, сравнение, синтаксический параллелизм, эпитет, градация). Все перечисленные средства и фигуры речи позволяют достичь предельной краткости формы и, вместе с тем, дополнительный смысл, глубокий подтекст за счет ассоциаций и неожиданного столкновения формы и содержания. В целом, проведенное исследование показало, что афоризмы о комплименте в русском и немецком языках имеют достаточно много сходств.

Литература

1. Афоризмы / Сост. С.Б. Барсов. – М., 2006.

2. *Борохов, Э.* Мысль в слове / Э. Борохов. – М., 2003.

3. *Гаврилова, Е.Н.* Универсальные высказывания и другие обобщающие суждения / Е.Н. Гаврилова // Филологические науки. – 1986. – № 3. – С. 56 – 62.

4. *Душенко, К.В.* Большая книга афоризмов / К.В. Душенко. – М., 2006.

5. *Королькова, А.В.* Русская афористика в контексте фразеологии: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.В. Королькова. – URL: www/dissercat.com/content/russkaya-aforistika-v-kontexte-fraseologii//

6. *Королькова, А.В.* Русская афористика в контексте фразеологии: дис. ... д-ра филол. наук / А.В. Королькова. – Воронеж, 2006.

7. *Манякина, Т.И.* Языково-стилистическая характеристика жанра афоризмов (на материале немецкого языка): дис. … канд. филол. наук / Т.И. Манякина. – Днепропетровск, 1980.

8. *Ожегов, С.И.* Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М., 1992.

9. Словарь иностранных слов в русском языке / ред. И.В. Лехина, Ф.Н. Петрова. – М., 1995.

10. *Тангир, К.М.* Русские антонимические афоризмы: автореф. дис. ... канд. филол. наук / К.М. Тангир. – Краснодар, 2007. – URL: www.cheloveknauka.com/russkie-antonimichnye-aforizmy

11. *Федоренко, Н.Т.* Афористика / Н.Т. Федоренко, Л.И. Сокольская. – М.,1990.

12. *Шумакова, А.П.* Французский афоризм как текст: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.П. Шумакова. – Смоленск, 2006.

13. Duden Universal Wörterbuch. – Mannheim, Wien, Zürich, 1989.

14. www.aphorismen.de

15. Kleines Fremdwörterbuch. – Leipzig, 1981.

16. *Neumann, G.* Der Aphorismus. Zur Geschichte, zu den Formen und Möglichkeiten einer literarischen Gattung / G. Neumann. – Darmstadt, 1977. – URL: www.books.google.de/books?isbn=3110151375

17. *Probst, J.* Ein Kompliment in Ehren… Aspekte eines „höflichen“ Sprechaktes in mehreren Sprachen / J. Probst. – Hamburg, 2003. – URL: http: //www.spz.tu-darmstadt.de/projekt_jornal/jg-08-2-3/beitrag/Deckblatt1.htm

УДК 811.161.1

Н.В. Штыкова

РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННЫЙ: К ВОПРОСУ ОБ ИЗУЧЕНИИ ГРАММАТИКИ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ (МОРФОЛОГИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ)

Публикация выполнена в рамках III Международной научной конференции «Взаимодействие языков и культур» 24 – 27 апреля 2014 г.

В статье анализируются методические аспекты преподавания русской грамматики в иностранной аудитории на начальном этапе обучения, включающем элементарный и базовый уровни изучения русского языка как иностранного; презентируются теоретические сведения о грамматической системе русского языка, обусловленные практической направленностью обучения.

Грамматические навыки, языковые, речевые и коммуникативные компетенции, этапы обучения, грамматические темы, частотность и продуктивность.

The article analyzes the methodological aspects of teaching Russian grammar to foreign students on the elementary level, including elementary and basic levels of learning Russian as a foreign language; the article presents theoretical material about the grammatical system of the Russian language, this material is necessary for practical oriented learning.

Grammatical skills, linguistic, speech and communicative competence, levels of learning, grammatical topics, frequency and productivity.

Формирование коммуникативных навыков при обучении русскому языку как иностранному невозможно вне формирования грамматических навыков – навыков понимания, узнавания, выбора и употребле-