

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2020.81.41.037

Концепт «деньги» в немецкой культуре

Денисенкова Юлия Сергеевна

Преподаватель,
кафедра английского языка № 2,
Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации,
119454, Российская Федерация, Москва, просп. Вернадского, 76;
e-mail: miracles-happen@yandex.ru

Аннотация

В данной статье автор проводит анализ паремий лексико-семантического поля «деньги» в немецком языке. Автор обосновывает необходимость изучения концепта «деньги» через призму паремиологического фонда немецкого языка. Деньги представляют собой ключевой элемент системы ценностей в любой культуре, а также занимают важное место в лексическом инвентаре языка, поэтому данный концепт является одним из основных объектов изучения не только в лингвистическом, но и в культурологическом аспекте. Автор проводит анализ 50 паремиологических единиц семантического поля «деньги» по трем параметрам: лексическая единица, номинирующая концепт, стилистический прием и семантика. В ходе исследования автор выделяет следующие семантические группы паремий: деньги – движущая сила общества, второстепенная роль денег в жизни человека, тлетворная природа денег, деньги – как продукт бережливости и упорного труда, деньги как социальный инструмент, власть денег над человеком и моральными принципами. В заключении автор рассматривает паремии лексико-семантического поля «деньги» в лингвокультурологическом аспекте, прослеживая отражение немецкого менталитета в пословицах и поговорках, а также делает вывод о роли концепта «деньги» в немецкой культуре.

Для цитирования в научных исследованиях

Денисенкова Ю.С. Концепт «деньги» в немецкой культуре // Культура и цивилизация. 2020. Том 10. № 3А. С. 280-286. DOI: 10.34670/AR.2020.81.41.037

Ключевые слова

Паремии, деньги, семантика, лингвокультурология, паремиология, концепт, пословицы, поговорки, культура.

Введение

Взаимосвязь культуры и языка всегда представляла большой интерес для лингвистов и культурологов. Данную тематику разрабатывали: И. Гердер, В. Гумбольдт, К. Фосслер, Э. Сепир, В.Н. Телия, Г.О. Винокур, Ю.М. Лотман и прочие. Основными вопросами в данной области являются изучение языка через культуру и культуры через язык.

В данной статье рассматривается такое базовое понятие когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, как концепт. Согласно В.А. Масловой, концепт – семантическое образование с определенной лингвокультурной спецификой, определяющее носителей той или иной культуры, отражающее этническое мировоззрение и детерминирующее этническую языковую картину мира. Это квант знания, отражающий содержание человеческой деятельности, возникающий из значения слова и представляющий собой результат столкновения словарного значения лексической единицы с опытом народа или отдельно взятого индивида [Маслова, 2004, 36]. Другими словами, концепт представляет собой ключевой элемент картины мира.

Основное содержание

Как известно, восприятие концепта представителями той или иной культуры наиболее ярко отражено в лексике, выражающей ценностные установки языковой общности. По мнению некоторых ученых, в частности, Э. Сепира, наибольшее внимание в контексте изучения взаимодействия языка и культуры заслуживает словарь, а именно, паремиологические единицы, т.к. именно пословицы и поговорки, обладая кумулятивным свойством, т.е. отражая основные события, тенденции, изменения и явления, происходящие в обществе, представляют собой ключ к пониманию характера того или иного народа [Сепир, 1993, 233]. По этой причине паремии играют особую роль в изучении концептов. Отражая специфику быта, обычаев и традиций, суеверий народа, пословицы и поговорки представляют собой «застывшие осмысления того или иного концепта, складывавшиеся на протяжении длительного времени» [Попова, 2007, 183]. Таким образом, анализ пословиц является неотъемлемой частью изучения языковой картины мира и выявления специфических черт языкового сознания народа [Палеева, 2010, 71].

Языковая пословичная картина мира включает две составляющие: семантику, т.е. смысл, и внутреннюю форму. При их совпадении эти два плана совмещаются, в противном случае смысл пословицы свидетельствует об определенном отношении народа к тому или иному феномену, а внутренняя форма отражает направление ассоциаций, образное видение народа [Майоренко, 2005, 157].

Необходимо четко разграничивать сам концепт от лексической единицы его обозначающей. Последняя является не содержанием концепта, а его именем, что подтверждается тем фактом, что концепт соотносится не с одной, а с целым рядом лексических единиц, синонимичных друг другу или, по крайней мере, принадлежащих к одному лексико-семантическому полю. Названия концептов, т.е. лексические единицы, употребляющиеся для их детерминации, представляют собой материальную реализацию концептов, без которой последние не могут существовать. Концепты существуют не только в нашей ментальности, коллективном бессознательном, они также прочно зафиксированы в языке, материальных объектах и элементах культуры, т.е. концепты не просто осознаются, но и находят реализацию в окружающем нас мире. Слово –

материальная форма обозначения концепта в языке, поэтому исследование концептов представляется возможным только в сопряжении с изучением средств языка их выражающих.

Как известно, деньги играют ключевую роль в социальной жизни людей. Являясь ключевым элементом системы ценностей и маркером социальной стратификации, деньги оказывают сильное влияние как на общество в целом, так и на отдельных граждан, что прослеживается во фразеологическом и паремиологическом фондах немецкого языка [Керимов, Федянина, 2012, 174]. Отражая систему материально-денежных отношений и морально-этических ценностей, концепт «деньги» вызывает интерес ученых в области филологии, лингвокультурологии и социологии [Камышанченко, Нерубенко, 2012, 78].

Цель работы – провести анализ паремий лексико-семантического поля «деньги» в немецком языке для установления места и роли денег в культуре его носителей.

Обратимся к этимологии. Слово *Geld* (нем. «деньги») появилось в немецком языке в XIV в. Оно восходит к древневерхненемецкому *gelt* и имеет значение «плата, жалование, доход, состояние, богатство» [Köbler, www.koeblergerhard.de/derwbhin.html].

Материалом исследования послужили 50 немецких пословиц, принадлежащих к лексико-семантическому полю «деньги» и отобранных из следующих источников: Е.С. Азарова «Английские, немецкие, французские пословицы и поговорки», В.К. Шалагина «Немецкие пословицы и поговорки» Beyer H. u. A. “Sprichwörter-lexikon”. Автор проводит классификацию данных пословиц и поговорок по семантическому признаку.

Методы исследования:

- аксиологический метод с целью рассмотреть культуру как систему материальных ценностей;

- системный метод в рамках изучения взаимосвязи языка и культуры;

- метод сплошной выборки с целью получения материала исследования;

В ходе исследования паремии были проанализированы по следующим параметрам:

1. Стилистический прием, лежащий в основе пословицы;

Преобладающим приемом является метафора: *Der Geiz wächst mit dem Gelde* (жадность растет вместе с деньгами); *Geld hat manchen an den Galgen gebracht* (деньги привели некоторых на виселицу); *Geld heilt alle Wunden* (деньги лечат любые раны); *Geld ist ein guter Diener, aber ein böser Herr* (деньги хороший слуга, но злой хозяин); *Geld löst die Zunge* (деньги развязывают язык) и т.д.

Также встречаются примеры параллелизма и антитезы: *Je mehr Geld, desto mehr Sorgen* (чем больше денег, тем больше и забот); *Viel Geld, viel Freunde* (много денег, много друзей); *Der eine ist des Geldes Herr, der andere sein Sklave* (один является хозяином денег, другой – их рабом); *Das ist das Leiden in der Welt, der eine hat den Beutel, der andere das Geld* (так устроен этот мир: у одного есть кошелек, у другого – деньги); *Viel Geld, wenig Verstand* (много денег, мало разума) и т.д.

Олицетворение представлено в следующих пословицах: *Geld hat einen feigen Hals* (у денег трусливая шея); *Geld führt den Krieg* (деньги ведут войну); *Das liebe Geld kann alles* (деньги могут все); *Wo Geld redet, muss Verstand schweigen* (если говорят деньги, то разум молчит) и т.д.

Гипербола: *Wer Geld hat, dem geht der Teufel aus dem Wege* (кто имеет деньги, тому черт не помеха).

Сравнение: *Geld ist eine Hure, es will immer unter Leuten sein* (деньги как путана – всегда хотят быть среди людей).

Как показывают результаты исследования, значительное количество паремий содержат антитезу. Как известно, антитеза – стилистический прием, который строится на резком противопоставлении слов, образов, понятий. Так, в следующих пословицах: *Viel Geld, wenig Verstand* (много денег, мало ума); *Geld kann viel, Liebe alles* (деньги могут многое, любовь – все) деньги противопоставляются пониманию и любви, что, в свою очередь, свидетельствует о негативном отношении к деньгам.

Во многих немецких пословицах используется метафора и олицетворение, другими словами, деньги наделяются функциями и качествами, присущими человеку *Geld heilt alle Wunden* (деньги лечат любые раны); *Geld ist eine Hure, es will immer unter Leuten sein* (деньги, как путана, всегда хотят быть среди людей); *Sein Geld ist so dumm wie er* (его деньги такие же глупые, как и он сам); также деньгам присваивается определенный статус и полномочия *Geld ist ein guter Diener, aber ein böser Herr* (деньги – хороший слуга, но злой хозяин); *Der eine ist des Geldes Herr, der andere sein Sklave* (один – хозяин денег, другой – их раб). Данный факт свидетельствует о том, что деньги воспринимаются как нечто живое и наделяются большой силой.

Как отмечают Р.Д. Керимов и Л.И. Федянина, деньги в немецких пословицах и поговорках умеют «говорить», что отражает их способность влиять на разум человека и управлять поступками людей, влиять на ситуацию и менять положение вещей. Так, пословица *Geld spricht alle Sprachen* (деньги говорят на всех языках) подразумевает, что тот, кто располагает средствами может найти подход и любому человеку [Керимов, Федянина, 2012, 175].

Семантика.

Были выделены следующие семантические группы паремий:

1) Деньги – движущая сила общества (15 паремий)

Geld hat keine Zipfel (у денег нет вершин); *Das liebe Geld kann alles* (деньги могут все); *Geld gibt Courage* (деньги придают смелости); *Geld heilt alle Wunden* (деньги лечат любые раны); *Geld regiert die Welt* (деньги правят миром) и т.д.

2) Второстепенная роль денег в жизни человека (7 паремий)

Ein guter Namen ist besser als bares Geld (доброе имя лучше наличных денег); *Besser in der Tasche kein Geld als ohne Freund in dieser Welt* (лучше не иметь денег в карманах, чем не иметь друзей на свете); *Geld kann viel, Liebe alles* (деньги могут многое, любовь – все); *Geld stillt keinen Hunger* (деньги не утоляют голод) и т.д.

3) Тлетворная природа денег (8 паремий)

Geld hat manchen an den Galgen gebracht (деньги привели некоторых на виселицу); *Geld hat einen feigen Hals* (у денег трусливая шея); *Beim Gelde hört die Freundschaft auf* (из-за денег заканчивается дружба); *Geld ist eine Hure, es will immer unter Leuten sein* (деньги, как путана, всегда хотят быть среди людей) и т.д.

4) Деньги – продукт упорного труда и бережливости (3 паремии)

Der Weizen auf dem Feld ist noch kein Geld (пшеница на полях – это еще не деньги); *Es ist alles möglich, aber es regnet kein Geld* (все возможно, кроме дождя из денег); *Geld will zu Geld* (деньги к деньгам) и т.д.

5) Деньги как социальный инструмент (8 паремий)

Der eine ist des Geldes Herr, der andere sein Sklave (кто-то является хозяином денег, а кто-то – слугой); *Geld ist ein guter Diener, aber ein böser Herr* (деньги – хороший слуга, но плохой господин); *Geld ist weder böse noch gut, es liegt an dem, der es brauchen tut* (деньги сами по себе не хорошие и не плохие, все зависит от того, кто ими распоряжается) и т.д.

6) Власть денег над человеком и моральными принципами (9 паремий)

Der Geiz wächst mit dem Gelde (жадность растет вместе с деньгами); *Viel Geld, viel Freunde* (чем больше денег, тем больше и друзей); *Geld macht stumm/taub* (деньги делают немых/глухим); *Wo Geld redet, muss Verstand schweigen* (когда деньги говорят, разум молчит) и т.д.

Как показывает статистика, наибольшее количество паремий относится к группам «деньги – движущая сила общества» и «власть денег над человеком и моральными принципами». Помимо этого, значительное число пословиц входит в семантическую группу «тлетворная природа денег». Таким образом, подавляющее количество поговорок несут негативную коннотацию: деньги связывают с жадностью *Der Geiz wächst mit dem Gelde* (жадность растет вместе с деньгами), виселицей *Geld hat manchen an den Galgen gebracht* (деньги привели некоторых на виселицу), войной *Geld führt den Krieg* (деньги вдут войну), чертом *Für Geld lässt man den Teufel tanzen* (ради денег человек позволит черту танцевать), хлопотами *Je mehr Geld, desto mehr Sorgen* (чем больше денег, тем больше и забот), их наделяют такими качествами, как трусость *Geld hat einen feigen Hals* (у денег трусливая шея) и глупость *Sein Geld ist so dumm wie er* (его деньги такие же глупые, как и он сам), деньги противопоставляют добру имени *Ein guter Namen ist besser als bares Geld* (хорошее имя лучше денег) и дружбе *Beim Gelde hört die Freundschaft auf* (из-за денег заканчивается дружба).

Тот факт, что деньги являются социальным инструментом, отражен в таких паремиях как *Gelt macht aus Vogelscheuchen Grazien* (деньги делают из пугала красавицу) *Geld ist eine Hure, es will immer unter Leuten sein* (деньги как пугана – всегда хотят быть среди людей).

Заключение

Таким образом, можно прийти к заключению, что понятие «деньги» в немецком языке сильно коррелировано, а в немецкой паремиологии присутствует сложная система оппозиций. С одной стороны, деньги – сила, с другой – источник бед и хлопот. Деньги и добродетель не всегда уживаются вместе. Иными словами, прослеживаются взаимоисключающие концептуализации в рамках концепта: деньги видятся как источник хорошего и плохого.

Библиография

1. Азарова Е.С. Английские, немецкие, французские пословицы и поговорки. М.: Энтраст Трейдинг, 2015. 256 с.
2. Камышанченко Е.А., Нерубенко Н.В. Сопоставительный анализ пословиц и поговорок английского и немецкого языков, репрезентирующих концепт «деньги» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2012. №1. С. 78-80.
3. Керимов Р.Д., Федянина Л.И. Лингвокогнитивная структура немецких социальных концептов «деньги» и «политика» // Вестник КемГУ. 2012. №1. С. 174-185.
4. Майоренко И.А. Концептуализация понятия «деньги» в лексической системе и фонде устойчивых единиц русского, английского и французского языков: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2005. 258 с.
5. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика. Минск: Тетросистемс, 2004. 256 с.
6. Палеева Е.В. Способы вербализации концепта «деньги» средствами английского и русского языков: дис. ... канд. филол. наук. Курск, 2010. 159 с.
7. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. М.: АСТ: Восток- Запад, 2007. 314 с.
8. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 1993. 656 с.
9. Шалагина В.К. Немецкие пословицы и поговорки. М: Изд-во МГИМО, 1962. 89 с.
10. Beyer H. u. A. Sprichwörter-lexikon. München, 1984. 390 S.
11. Köbler G. Deutsches Etymologisches Wörterbuch. Verlag: Utb., 1995 [Электронный ресурс]/ Режим доступа: www.koeblergerhard.de/derwbhin.html

Money concept in German culture

Yuliya S. Denisenkova

Lecturer,
English language department No. 2,
Moscow State Institute of International Relations (University)
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation,
119454, 76, Vernadskogo ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: miracles-happen@yandex.ru

Abstract

The article centres on proverbs as linguistic and cultural units. The author highlights the necessity to study money proverbs in the German language and emphasizes the fact that as an integral part of culture and society money is largely represented in the vocabulary of the German language, and thus can be considered an important phenomenon, which should be analyzed both in terms of linguistics and linguacultural studies.

The author samples 50 German money proverbs and conducts their sematic analysis to divide them into the following groups: money is the sinews of our society, money as a secondary priority in life, the toxic nature of money, money as a reward for hard labour and toil, money as a social tool and the power of money over men and moral values. In conclusion the author analyzes the chosen proverbs from a linguacultural perspective disclosing the correlation between the mentality of German speakers and the role of money in German culture.

For citation

Denisenkova Yu.S. (2020) Kontsept «den'gi» v nemetskoj kul'ture [Money concept in German culture]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 10 (3A), pp. 280-286. DOI: 10.34670/AR.2020.81.41.037

Keywords

Proverbs, money, semantics, linguistics, linguacultural studies, paremiology, concept.

References

1. Azarova E.S. Anglijskie, nemeckie, francuzskie poslovice i pogovorki [English, German and French proverbs]. M: Entrast Trejding, 2015. 256 s.
2. Kamyshanchenko E.A., Nerubenko N.V. Sopostavitel'nyj analiz poslovic i pogovorok anglijskogo i nemeckogo yazykov, reprezentiruyushchih koncept «den'gi» [Money proverbs in English and German] // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2012. №1. S. 78-80.
3. Kerimov R.D., Fedyanina L.I. Lingvokognitivnaya struktura nemeckih social'nyh konceptov «den'gi» i «politika» [Cognitive linguistic structure of the German social concepts “money” and “politics”] // *Vestnik KemGU*. 2012. № 1. S. 174-185.
4. Majorenko I.A. Konceptualizatsiya ponyatiya «den'gi» v leksicheskoy sisteme i fonde ustojchivyh edinic russkogo, anglijskogo i francuzskogo yazykov: dis. ... kand. filol. nauk. [Money-concept in Russian, English and French phraseology] Krasnodar, 2005. 258 s.
5. Maslova V.A. Kognitivnaya lingvistika [Cognitive linguistics]. Minsk: Tetrosystems, 2004. 256 s.
6. Paleeva E.V. Sposoby verbalizatsii koncepta «den'gi» sredstvami anglijskogo i russkogo yazykov: dis. ... kand. filol. nauk [Money concept in the English and Russian languages]. Kursk, 2010. 159 s.
7. Popova Z.D. Kognitivnaya lingvistika [Cognitive linguistics] / Z.D. Popova, I.A. Sternin. M.: AST: Vostok-Zapad, 2007. 314 s.

-
8. Sepir E. Izbrannye trudy po yazykoznaniyu i kul'turologii [Selected works on linguistics and cultural studies]. M.: Progress, 1993. 656 s.
 9. Shalagina V.K. Nemeckie poslovice i pogovorki [German proverbs]. M: Izd-vo MGIMO, 1962. 89 s.
 10. Beyer H. u. A. Sprichwörter-lexikon [Proverbs]. München, 1984. 390 S.
 11. Köbler G. Deutsches Etymologisches Wörterbuch [German etymological dictionary]. Verlag: Utb., 1995 [Elektronnyj resurs]/ Rezhim dostupa: www.koeblergerhard.de/derwbhin.html