

Деньги в русских антипословицах

ПОЛИНА ОЛЕНЕВА¹, АННА ЛИТОВКИНА^{2*}

¹Eötvös Loránd Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar, Múzeum krt. 4/A., H-1088 Budapest, Magyarország

²Selye János Egyetem Tanárképző Kar, Angol Nyelv és Irodalom Tanszék, Bratislavská cesta 3322, SK-94501 Komárno, Slovensko

Received: 21 March 2021 • Accepted: 10 May 2021

© 2021 The Authors



АННОТАЦИЯ

В течение многих столетий паремии (пословицы и поговорки) служили великолепной почвой для бесконечной трансформации. В последние же десятилетия паремиологическая трансформация приняла такие масштабы, что порой можно чаще встретить трансформы, чем традиционные паремии. Вольфганг Мидер назвал такого рода паремии *антипословицами* (нем. *Antisprichwörter*, англ. *anti-proverbs*). Этот термин был широко принят паремиологами всего мира.

Данная статья посвящена анализу русских пословиц и антипословиц о деньгах.

В первой части работы были рассмотрены способы трансформации традиционных русских пословиц: замена одного или двух слов; замена второй или первой части пословицы; добавление новых слов или, наоборот, выпадение слов; использование буквального значения вместо метафорического; смешение нескольких пословиц. Многие антипословицы одновременно включают в себя несколько способов трансформации.

Во второй части статьи мы кратко осветили такие понятия как *семантическое поле* и *гиперсема* в контексте денег (к которой относятся помимо лексемы *деньги* также и такие слова как *рубль*, *копейка*, *платить*, *богатый*, *бедный*, *золото*, *долг*, *платеж* и др.), а также мы привели примеры пословиц о деньгах из различных языков мира (например, из английского, немецкого, французского, испанского, итальянского).

Третья часть статьи была посвящена анализу русских пословиц и антипословиц о деньгах. Сначала нами были рассмотрены примеры трансформации пословиц, в текстах которых есть слова, относящиеся к гиперсеме «деньги» (19 примеров). Потом мы направили фокус нашего внимания на

* Corresponding author. E-mail: litovkinaa@uj.sk

антипословицы, в текстах которых присутствовала гиперсема «деньги», но в самих пословицах ее не было (14 примеров). Всего в этих двух разделах нами было проанализировано 33 русские пословицы и 88 антипословиц о деньгах. Фокус нашего внимания был прежде всего на том, что происходит в ходе трансформации с пословицами, какие виды трансформации являются наиболее популярными в нашем корпусе, а также мы рассмотрели, какие смысловые изменения происходят с пословицами во время их модификации. Эту часть статьи мы завершили анализом трех самых популярных в нашем корпусе пословиц о деньгах: *Не в деньгах счастье*; *Не имей сто рублей, а имей сто друзей*; *Долг платежом красен* и их многочисленных переделок.

Большая часть антипословиц о деньгах отражают актуальные реалии для носителей русского языка, в которых добавлены темы секса, коррупции, преступного мира, работы, кредитов, здоровья, ежедневных будней и праздников, качеств характера и др. По мнению В. Мидера, антипословицы нередко становятся моралистичными или даже дидактичными высказываниями, и мы это наглядно увидели на примере многочисленных антипословиц о деньгах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

русская паремология, пословицы, антипословицы, трансформация, трансформа, семантическое поле, гиперсема, деньги, пословичная переделка

Пословицы в настоящее время набирают большую популярность в лингвистической среде, особенно часто в СМИ и интернете можно встретить переделанные варианты известных пословиц. Порой журналисты или обычные пользователи интернета для описания какой-либо комичной ситуации прибегают к перефразированию или добавлению слов в пословицах, тем самым создавая «антипословицы», о которых и будет идти речь в данной статье.

В первой части работы будут кратко освещены теория вопроса и терминология, а также будут показаны наиболее популярные способы трансформации русских традиционных пословиц. Во второй части статьи рассматриваются пословицы и антипословицы о деньгах. В этой части мы бегло осветим понятия *семантическое поле* и *гиперсема*, а также познакомим нашего читателя с пословицами о деньгах из различных языков мира. В третьей части статьи будут проанализированы русские антипословицы о деньгах. В начале этой части мы рассмотрим трансформы пословиц о деньгах, а потом мы сфокусируемся на русских антипословицах о деньгах, образованные от пословиц без гиперсемы «деньги». В конце третьей части статьи мы продемонстрируем три самые популярные пословицы о деньгах: *Не в деньгах счастье*; *Не имей сто рублей, а имей сто друзей*; *Долг платежом красен* и остановимся на анализе их многочисленных трансформ. Всего авторами будет проанализировано 33 русские пословицы и 88 антипословиц о деньгах.



1. ПОСЛОВИЦЫ, АНТИПОСЛОВИЦЫ И ВИДЫ ТРАНСФОРМАЦИИ

1.1. Теория вопроса и терминология

В течение многих столетий паремии (пословицы и поговорки) служили великолепной почвой для бесконечной трансформации. В последние же десятилетия паремиологическая трансформация приняла такие масштабы, что порой можно чаще встретить трансформы, чем традиционные паремии. Вольфганг Мидер, назвавший такого рода паремии *антипословицами* (нем. *Antispruchwörter*, англ. *anti-proverbs*) или *перекрученными (исковерканными, искаженными) мудростями* (нем. *verdrehte Weisheiten*, англ. *twisted wisdom*), издал несколько собраний немецких и английских антипословиц (MIEDER–TÓTHNÉ LITOVKINA 1999, T. LITOVKINA–MIEDER 2006). Термин Мидера *антипословица* был широко принят паремиологами всего мира (о подробном обсуждении жанра антипословиц см. MIEDER 2007, MIEDER 2020, ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2007, T. LITOVKINA 2005, T. LITOVKINA 2007, T. ЛИТОВКИНА 2014: 270–274, T. ЛИТОВКИНА–ФЕДОСОВ 2015: 249–252, HRISZTOVA–GOTTHARDT et al. 2018). В последние годы термин *антипословица* как неологизм проник и в русский язык, благодаря многочисленным публикациям Х. Вальтера и В. М. Мокиенко (ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2001, ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2005, ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2006, ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2007) и других ученых (REZNIKOV 2009, REZNIKOV 2012, KOZINTSEV 2014, T. ЛИТОВКИНА 2014, T. ЛИТОВКИНА–ФЕДОСОВ 2015). Х. Вальтер и В. М. Мокиенко предлагают также термин *пословица-«переделка»* и *трансформа* (см. ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2005: 3–17). Итак, авторы данной статьи для такого типа паремий будут использовать термины *антипословица*, *пословица-«переделка»* и *трансформа*.

И хотя собрание и изучение антипословиц в национальном и интернациональном масштабе только пускают свои ростки, оба начинания становятся все более популярными в паремиологии и паремиографии. И действительно, лишь 39 лет прошло с тех пор, как вышел в свет первый сборник немецких антипословиц (MIEDER 1982). Первый сборник антипословиц английского языка был опубликован только в 1999 г. (см. MIEDER–TÓTHNÉ LITOVKINA 1999).

Некоторые трансформы напрямую ставят под вопрос истину (догму), выраженную в многовековой кладези народной мудрости, показывая ситуацию, в которой данная пословица может звучать нелепо, или совсем не подходит по смыслу: *Если внешность обманчива, почему люди хотят хорошо выглядеть? {Внешность обманчива}*.¹

Когда же истина пословицы противоречит нашим представлениям об окружающей нас жизни, очень трудно не поддаться искушению и не изменить пословицу на прямо противоположное высказывание (превращая положительное высказывание прототипа в отрицательное его переделки, или, наоборот, отрицательное высказывание в положительное): *Третий не лишний: он запасной {Третий лишний}*.

Некоторые такие пословицы-«переделки» пользуются особенной популярностью у носителей русского языка: *Много будешь знать – не успеешь состариться {Много будешь знать, скоро состаришься}*; *Тише едешь – вообще не доедешь {Тише едешь – дальше будешь}*.

¹ В скобках {} даются прототипы трансформ.



Конфронтация с выраженной в прототипе истиной (догмой) может быть достигнута с помощью применения антонимов: *Незванный гость лучше татарина* {*Незванный гость хуже татарина*}. Однако подавляющее большинство антипословиц только частично ставят провербиальную истину под вопрос, показывая контекст, к которому традиционная паремия явно не подходит.

Антипословицы, отражая актуальные для носителей языка реалии, «выполняют особый „социальный заказ“ и потому уже почти всегда действенно „осовременивают“ шаблонизированные многолетним (а часто и многовековым) употреблением паремии» (Вальтер–Мокиенко 2005: 13).

Популярность трансформ продолжает набирать обороты, и носители русского языка увеличивают количество антипословиц в интернет-пространстве и делятся своими остроумными изречениями со всеми пользователями паутины.

Явление интенсификации «осмеяния» пословиц, наблюдаемое в настоящее время, объясняется В. Мидером в первую очередь тем, что они ни в коей мере не представляют собою каких-либо универсальных общечеловеческих или специфично национальных норм и не выражают никакой абсолютной истины. В. Мидер утверждает:

Эти трансформы существующих пословиц могут быть просто юмористической игрой, но чаще всего такие антипословицы представляют критическую реакцию на истину, выраженную в пословицах, кажущиеся устарелыми и потерявшими какую бы то ни было актуальность. Противопоставление текста традиционной пословицы его инновативной трансформе заставляет читателя задуматься более критически. И если древние пословицы вели себя как правила, которым непременно нужно было следовать, предназначение антипословиц наших дней состоит в том, чтобы способствовать пересмотру нашего наивного восприятия традиционной мудрости (Мидер 1993: 90).

Помимо выражения несогласия по поводу банальной истины, выражаемой оригиналами (а то и принципиального ее опровержения), единственной целью творцов антипословиц является «смех ради смеха», желание позубоскалить или просто ополщить традиционную пословицу, а также любовь игры со словами, которая ведет к созданию каламбуров.

1.2. Способы трансформации традиционных русских пословиц

Хотя провербиальная трансформация отличается необыкновенным многообразием, несколько наиболее частых видов ее могут быть выделены. Например: замена одного или двух слов; замена второй или (реже) первой части пословицы; добавление новых слов или, наоборот, (реже) выпадение слов; использование буквального значения вместо метафоричного; смешение нескольких пословиц (контаминация). Многие антипословицы одновременно используют несколько способов трансформации. Несколько популярных способов трансформации русских традиционных пословиц будут рассмотрены и наглядно продемонстрированы ниже (Т. Литовкина 2014: 274–282, Литовкина–Федосов 2015: 252–257).



1.2.1. Замена одного слова

Очень популярны антипословицы, в которых происходит замена одного единственного слова (чаще всего первого или последнего). Например: *Игла что дышло: куда повернул, туда и вышла* {Закон что дышло: куда повернул, туда и вышло}. Иногда одно из слов прототипа заменено антонимом: *Каждый сам кузнец своего несчастья* {Каждый сам кузнец своего счастья}. Необыкновенно часто создатели антипословиц пытаются подобрать слово, фонетически созвучное с одним из слов традиционной пословицы, как в следующих примерах: *Куй железо, пока Горбачев* {Куй железо, пока горячо}. Особый интерес представляют антипословицы, в которых происходит замена, добавление или выпадение единственного звука в одном слове. Наиболее часто происходит замена звука: *Каждой твари – по харе* {Каждой твари – по паре}.

1.2.2. Замена двух слов

При трансформации зачастую происходит замена двух слов: *Было бы здоровье, а болезни найдутся* {Было бы болото, а черти найдутся}.

1.2.3. Прибавление новых компонентов

В огромном количестве переделок текст традиционной пословицы остается без каких либо изменений, а происходит прибавление новых компонентов к ней. Некоторые трансформы такого типа пользуются огромной популярностью и устойчивостью у носителей языка. Например: *С милым рай и в шалаше, если милый атташе* {С милым рай и в шалаше}; *Тише едешь – дальше будешь от того места, куда едешь* {Тише едешь – дальше будешь}; *Век живи – век учись, а дураком помрешь* {Век живи – век учись}.

Ивэн Изар называет такой тип пословицы «расширенной пословицей» (*extended proverb*). Согласно его мнению, это наиболее многочисленная группа трансформ. Он объясняет популярность этого класса расширенных пословиц необыкновенной легкостью, с которой трансформация такого типа может произойти (Esar 1952: 201). Согласно мнению Х. Вальтера и В. М. Мокиенко, это соответствует одной из наиболее активных тенденций развития фразеологической и паремиологической системы – тенденции к эксплицитности (Вальтер–Мокиенко 2005: 13).

В исключительно редких случаях только одно слово добавляется к пословице: *От любви до ненависти один шаг. Налево* {От любви до ненависти один шаг}. В большинстве же наших примеров к оригиналу добавляется фраза, предложение или даже несколько предложений: *Человеку свойственно ошибаться, но с помощью компьютера это ему удастся намного лучше* {Человеку свойственно ошибаться}.

При расширении пословицы часто становятся ироническими (Mieder 1998: VI), что достигается и при помощи введения в переделку противительных союзов (чаще всего *но* и *а*): *Истина рождается в споре, но там же и умирает* {Истина рождается в споре}; *Береженого бог бережет, а небереженого – конвой стережет* {Береженого бог бережет}.



1.2.4. Повтор одинаковых слов

Следующие примеры продемонстрируют, как слово из первой части пословицы повторяется во второй части антипословицы: *Не рой другому яму, пусть сам роет* {*Не рой другому яму, сам в нее попадешь*}. Пословица, однако, может цитироваться целиком (без каких-либо изменений), а в прибавленных к ней компонентах переделки может присутствовать и повторяющееся слово оригинала: *Соловья баснями не кормят, ими кормят народ* {*Соловья баснями не кормят*}.

1.2.5. Использование буквального значения

Метафоричные пословицы обычно употребляются метафорично. В многочисленных антипословицах, однако, значение метафоричных пословиц сужается за счет их употребления в контексте, в котором они интерпретируются буквально, другими словами, идет противопоставление образного значения пословицы буквальному значению переделки. Наглядными примерами применения буквального значения вместо метафорического являются следующие трансформы: *Слово не воробей, а последовательность символов алфавита* {*Слово не воробей, вылетит – не поймаетшь*}; *За одного битого пятнадцать суток дают* {*За одного двух небитых дают*}.

1.2.6. Смешение нескольких паремий (контаминация)

Одним из наиболее популярных способов трансформации русских традиционных паремий является контаминация (смешение) нескольких паремий. «Этот процесс преобразования паремий также в какой-то мере соответствует языковому духу нашего времени – духу смешения стилей» (ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2005: 15). В подавляющем большинстве анализируемых нами примеров происходит смешение двух пословиц, наиболее часто первой части одной и второй части другой, без каких-либо других изменений, например: *Голод не тетка, в лес не убежит* {*Голод не тетка, пирожка не подсунет; Работа не волк, в лес не убежит*}.

2. ПОСЛОВИЦЫ И АНТИПОСЛОВИЦЫ О ДЕНЬГАХ

В паремиологических переделках можно найти все то, что интересует современного человека (любовь, секс, семья, работа, политика и многое-многое другое). Например: *Обещанного три года ждут. А там снова выборы* {*Обещанного три года ждут*}; *Хочешь жить – умей раздеться* {*Хочешь жить – умей вертеться*}; *Соловья баснями не кормят, ими кормят народ* {*Соловья баснями не кормят*}. И, конечно же, в пословичных переделках очень популярна тема денег, тема третьей части нашей статьи, в которой мы подробно рассмотрим русские пословицы и антипословицы о деньгах. Но прежде чем приступить к нашему анализу, мы кратко осветим такие понятия как *семантическое поле* и *гиперсема* в контексте денег, а также мы приведем примеры пословиц о деньгах из различных языков мира.



2.1. Семантическое поле «деньги»

Понятие «деньги» в настоящее время является одним из основных в современной картине мира. Данное определение можно выразить посредством их главной функции, а именно: деньги – это мера стоимости, средство оплаты, обогащения, накопления и т. п. В жизни каждого человека деньги занимают особое место не только в повседневной и обыденной сфере, но и в профессиональной. Определение лексемы *деньги* можно свести к двум значениям: 1. ‘металлические и бумажные знаки’; 2. ‘капитал, средства’ (БТС 2000: 251).

Семантическое поле представляет собой группы слов по близости значения. Каждое семантическое поле имеет в своей структуре ядро, центр и периферию. Ядро поля представлено гиперсемой, т. е. семантическим компонентом, вокруг которого образуется поле. Центр поля представлен единицами, имеющими интегративное, общее значение с ядром поля. Периферия включает в себя единицы с удаленным от ядра значением (Колшанский 1980: 32). В данном случае ядром является гиперсема «деньги».

Лексико-семантическое поле «деньги» в русском языке состоит из двух подполей: 1. «деньги как денежные знаки»; 2. «деньги как денежные средства, финансы».

Структура и содержание первого подполя «деньги как денежные знаки»: *деньги, банкнота, купюра, монета, рубль, копейка, валюта*. В приядерную структуру входят разговорные употребительные слова: *денежки, бумажки, пятак, десятка, мани, зеленые, бабло* и т. п. (Наньнань 2018: 111–112).

В структуру и содержание второго подполя «деньги как денежные средства, финансы» включены следующие слова: *средства, финансы, капитал, бюджет, ассигнование, расходы, доходы, плата и оплата*. В приядерную зону и в зону периферии также входит множество разговорных слов: *барыш, взятка, выручка, сбережение, поборы, налог, штраф, неустойка, оклад* и т. д. (Наньнань 2018: 112).

При детальном изучении семантического поля «деньги» мы можем прийти к выводу, что структуру данного поля составляют не только единицы, которые обладают лексическим значением ‘деньги’, но и единицы, косвенно связанные с данным понятием, и имеют другое лексическое значение.

Другими словами, при поиске антипословиц для третьей части нашей статьи, мы опирались на данную структуру и использовали не только такие ключевые слова, как существительные *рубль, копейка, средства, финансы*, но и глаголы *купить, платить*, прилагательные *богатый, бедный* и т. д. Эта часть исследования помогла нам собрать материал для анализа пословиц и антипословиц в рамках данной статьи.

2.2. Пословицы о деньгах в разных языках

Анализ семантического поля «деньги» позволил вычленил английские пословицы из словаря известного паремолога В. Мидера «A Dictionary of American Proverbs» (MIEDER et al. 1992), а также посмотреть аналогичные пословицы о деньгах в других языках, например, в немецком, французском, испанском, итальянском и др. (MIEDER 1986: 329–334).

Многие пословицы в разных культурах и языках имеют очень схожее значение и семантический состав: *Деньги не пахнут; Время – деньги; Не в деньгах счастье* (русский, английский, немецкий, итальянский, испанский, французский языки).



Тема денег безусловно является одной из самых популярных тем, затронутых в пословицах в разных культурах мира, поскольку наша жизнь очень тесно связана с финансами: *Сильна любовь, но деньги сильнее* (французский); *Из-за денег заканчивается дружба* (немецкий); *Дружба дружбой, а деньги врозь* (итальянский); *Деньги не сделают умным того, кто родился глупцом* (испанский).

Довольно часто встречается проблема пагубного влияния денег на человека в пословицах из разных языков: *Деньги должны служить человеку, а не человек деньгам* (английский); *Один является хозяином денег, а другой их рабом* (немецкий); *Деньги часто губят тех, кто их наживает* (английский); *Жадность растет вместе с деньгами* (немецкий); *Из-за денег заставляют чёрта танцевать* (немецкий); *Грязь (навоз) и деньги идут вместе* (английский); *Если у тебя есть деньги, то ты можешь заставить танцевать даже кота* (филиппинский).

Также есть пример пословицы, в которой поднимается тема разлада в семьях из-за денежного вопроса: *Денежные вопросы вызывают отчужденность даже между родителями и детьми* (японский). С другой стороны – деньги также могут испортить отношения между близкими друзьями: *Лучше потерять немного денег, чем немного дружбы* (малагасийский); *Деньги делают друзей врагами* (английский); *Кто решает приземлиться – теряет деньги и друга* (голландский).

Альтернативный сюжет, который упоминается в пословицах о деньгах в разных языках – тема небрежного отношения к деньгам или жадности потратить их как можно скорее: *Деньги прожигают дыру в кармане* (английский); *Деньги не утоляют голод* (немецкий). Тем не менее, в разных языках встречаются пословицы и о бережном отношении к деньгам, что нужно их тратить с умом: *Пенни сэкономленное – пенни заработанное* (английский); *Деньги к деньгам* (идиш); *Деньги растут на дереве терпения* (японский).

В разных языках представлены самые противоречивые пословицы о деньгах. Одни дают определение денег как братьев, путешественников (другими словами – только позитивная трактовка): *Деньги – отличные путешественники в мире* (английский); *Деньги повсюду мастера* (чешский); *Деньги – это матрас престолов* (мальтийский); *Деньги братья денег* (итальянский). Другие пословицы характеризуют деньги как зло, врагов и порой их сравнивают с дьяволом: *Деньги – враг* (японский); *Деньги – это глаз дьявола* (румынский); *Деньги – это жила войны* (английский).

Данные примеры отражают влияние денежных средств на общество, причем оно может быть как положительным, так и негативным. Большое число пословиц демонстрируют важную роль денег в жизни каждого человека, а также ярко выражена их сила и последствия, которые могут возникнуть в будущем из-за их влияния на людей.

3. АНАЛИЗ РУССКИХ ПОСЛОВИЦ И АНТИПОСЛОВИЦ О ДЕНЬГАХ

Третья часть нашей статьи посвящена анализу русских пословиц и антипословиц о деньгах. Сначала мы рассмотрим примеры трансформации пословиц, в текстах которых есть слова, относящиеся к гиперсема «деньги» (19 примеров), и разберем, что происходит с пословицами в ходе их трансформации. Потом мы обратимся к антипословицам, в текстах которых присутствует гиперсема «деньги», но в самих пословицах ее нет (14 примеров).



Мы анализируем, что происходит в ходе трансформации, какие виды трансформации, перечисленные в первой части статьи, наиболее популярны в нашем корпусе, а также анализируем, какие смысловые изменения происходят с пословицами. Всего авторами будет проанализировано 33 русские пословицы и 88 антипословиц о деньгах. Эту часть статьи мы завершим анализом трех самых популярных в нашем корпусе пословиц о деньгах: *Не в деньгах счастье; Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Долг платежом красен* и их многочисленных переделок (39).

Все трансформы цитируются из сборника русских антипословиц под редакцией Х. Вальтера и В. М. Мокиенко «Антипословицы русского народа» (ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2005).²

3.1. Анализ антипословиц, образованных от пословиц с гиперсемой «деньги»

Деньги как неотъемлемый элемент жизни человека всегда имели неоднозначное отношение. С одной стороны, стремление к финансовому благополучию и независимости является одной из основных потребностей современного человека. С другой стороны, стремление к денежному обогащению нередко может сопровождаться алчностью, скупостью, агрессивностью и т. д. Представление о роли и значимости денег, а также их влияние на человека получило свое отражение в пословицах и антипословицах, которые ярко демонстрируют их ценность и воздействие на людей.

В данном разделе статьи мы разберем список антипословиц о деньгах (74), которые представлены в вышеуказанном источнике. Они были вычленены из корпуса Х. Вальтера и В. М. Мокиенко по следующим ключевым словам: *деньги, рубль, копейка, платит, богатый, бедный, серебро, золото, долг, платеж*.

Способы трансформации традиционных русских пословиц о деньгах

В начале данной статьи (в разделе 1.2.) было перечислено несколько видов самых распространенных трансформаций пословиц в русском языке. Здесь мы подробнее остановимся на нескольких часто встречающихся способах трансформации русских пословиц о деньгах (замена одного слова, замена двух или более слов, прибавление новых компонентов, смешение нескольких пословиц, повтор слов). Многие из антипословиц соединяют в себе несколько способов модификации одновременно.

3.1.1. Замена одного слова

Одним из самых популярных способов трансформации пословиц о деньгах в русском языке является замена одного слова. Например: *Не имей сто рублей, а имей сто тысяч; Не имей сто рублей, а имей сто баксов* {*Не имей сто рублей, а имей сто друзей*}.

² В вышеуказанном сборнике читатель может также найти точные ссылки на все источники трансформ.



В процессе создания подобных антипословиц количество измененных слов может не совпадать с оригиналом, одно слово, например, может заменяться двумя лексемами: *Не имей сто рублей, а имей сто печатных станков* {*Не имей сто рублей, а имей сто друзей*}.

3.1.2. Замена двух или более слов

Во время трансформации пословиц можно встретить замену двух или более слов, и в большинстве случаев это происходит на сексуальной или национальной почве: *Ноги – дело откидное; Ноги – дело раздвижное* {*Деньги – дело наживное*}; *Агор шекель бережет* (израильская пословица) {*Копейка рубль бережет*}.

Следующий пример антипословицы был трансформирован при помощи замены двух слов прототипа друг другом: *Лучше быть богатым и здоровым, чем бедным и больным* {*Лучше быть бедным и здоровым, чем богатым и больным*}. Создатели этой антипословицы хотели донести мысль, что главное здесь – это деньги, а остальное уже поправимо. Если же нет денег и здоровья, то тогда жизнь не удалась. И если прототип, сравнивая важность богатства и здоровья, утверждает, что здоровье важнее, то в антипословице говорится о банальных вещах. Конечно же, никто не будет спорить с тем, что богатство лучше бедности, и, конечно же, никто не будет утверждать, что быть здоровым – это хуже, чем быть больным. Данный пример вызывает смех именно благодаря утверждению такой неоспоримой тривиальности.

Интересен следующий пример: *Не живи богато – не зли соседей* {*Не купи двора, [а] купи соседа*}. В данной переделке единственное слово остается от прототипа: это первая отрицательная частица *не*, все остальные заменяются. Однако переделка следует схеме прототипа (*Не делай X, а делай Y*). Только в переделке добавляется вторая отрицательная частица *не* (*Не делай X, не делай Y*). Значение данной переделки следующее: не нужно показывать соседям, что у тебя есть деньги и ты можешь себе позволить купить дорогостоящие вещи. Люди это не любят. Как видно, идея антипословицы опять не имеет ничего общего с общеизвестной пословицей.

3.1.3. Прибавление новых компонентов

Очень большой пласт пословиц остается без каких-либо изменений, просто к традиционным устоявшимся выражениям прибавляются новые компоненты. Некоторые антипословицы такого типа пользуются большой популярностью среди носителей русского языка: *Деньги не пахнут, но улетучиваются*; *Деньги не пахнут, потому что их моют*; *Деньги не пахнут, потому что их отмывают* {*Деньги не пахнут*}; *Деньги счастья не приносят, но укрепляют нервную систему* {*Деньги счастья не приносят*}; *Время – деньги, а денег у нас нет* {*Время – деньги*}; *Деньги – зло. Для получения более подробной информации пришлите \$1000* {*Деньги – зло*}; *Не имей сто рублей, а имей сто друзей: всегда по рублю скинут* {*Не имей сто рублей, а имей сто друзей*}.

Довольно часто к пословицам прибавляют противительные союзы *но, а, зато*, и за счет этого достигается иронический эффект в переделанном варианте: *Кто платит, не только заказывает музыку, но и заставляет ее слушать* {*Кто платит, тот заказывает музыку*}



ку}, *Деньги не пахнут, но улетучиваются* {*Деньги не пахнут*}; *Не в деньгах счастье, а в их количестве* {*Не в деньгах счастье*}.

Благодаря добавлению союза *зато* следующая антипословица приобретает более ироничный смысл по сравнению с оригинальным вариантом. Этому способствует также использование в переделке антонима слова *купить*, т. е. *продать*: *Друга нельзя купить, зато его можно продать* {*Друга нельзя купить*}.

В другом примере мы тоже можем проследить трансформацию пословицы при помощи добавления фразы, введенной союзом *а*: *Скупой платит дважды, а тупой – всю жизнь* {*Скупой платит дважды*}. Здесь антипословица обретает саркастическое значение благодаря добавленной фразе. И да, если умные учатся на ошибках других, то тупые не учатся ни на чужих, ни на своих ошибках, и поэтому они совершают одни и те же ошибки опять и опять.

Новые компоненты могут быть также прибавлены в начале и в конце пословиц. Другими словами, расширение пословицы может происходить с двух концов, что встречается очень редко: *Жулики спят спокойно: раз деньги не пахнут – собаки не возьмут след* {*Деньги не пахнут*}.

Есть еще два примера модификации пословиц, где изначальный вариант пословицы был расширен в несколько раз: *Время, которое у нас есть – это деньги, которых у нас нет* {*Время – деньги*}. В следующей пословичной переделке кроме расширения пословицы происходят изменения и в структуре самой пословицы: *Когда много денег, как-то легче переносится, что не в них счастье* {*Не в деньгах счастье*}.

3.1.4. Контаминация

В нашем корпусе нашелся лишь один пример контаминации: *Любишь кататься – имей сто рублей* {*Любишь кататься – люби и саночки возить; Не имей сто рублей, а имей сто друзей*}. Здесь произошло смешение двух пословиц таким образом, что была использована первая часть одной и вторая часть другой пословицы.

3.1.5. Повтор одинаковых слов

Наряду с другими видами изменений иногда происходит повтор одинаковых слов. Следующая трансформа обращается к использованию одного слова *платит* три раза, еще более интенсифицируя истину паремии: *Скупой платит дважды. Тупой платит трижды. Лох платит постоянно* {*Скупой платит дважды*}. В следующем примере повторяется слово *зло*: *Деньги – зло. Зайдешь на рынок, и зла не хватает* {*Деньги – зло*}. В трех трансформах пословицы *Время – деньги* происходит повтор слова *деньги*, а в самом последнем примере, помимо повтора этого слова происходит и повтор слова *время*: *Время – деньги, а денег у нас нет; Время – те же деньги, но деньги лучше; Время – деньги, а денег и времени всегда не хватает*.



3.2. Анализ антипословиц о деньгах, образованных от пословиц без гиперсемы «деньги»

Данный раздел статьи посвящен анализу антипословиц, в которых присутствует гиперсема «деньги», но в оригинальном прототипе ее нет. Поиск антипословиц происходил по таким ключевым словам как *деньги, купить, продать, зарабатывать, рубль, богатый, касса, платить, должен, дешево, средства* и т. д. Всего в этом разделе рассмотрено 9 пословиц и 14 антипословиц по данной теме. Мы проанализируем, какими способами трансформируются пословицы, а также пронаблюдаем, что происходит с их значением.

3.2.1. Замена слов

Замена одного слова лексемой *деньги* происходит в следующих пословичных переделках: *Делу время, потехе – деньги* {*Делу время, потехе час*}; *Лес рубят – деньги летят* {*Лес рубят – щепки летят*}.

В следующей трансформе одно слово заменяется двумя лексемами: *Хорошо смеется тот, кто смеется по средствам* {*Хорошо смеется тот, кто смеется последний*}. В антипословице *Кто не работает, тот зарабатывает* {*Кто не работает, тот не ест*}, наоборот, два слова заменяются одной лексемой.

В двух примерах ниже произошла замена двух слов (или полная замена второй части пословицы): *Делу – время, помехе – деньги* {*Делу время, потехе час*}; *Тише едешь – дешевле обойдется* {*Тише едешь – дальше будешь*}. Согласно второй трансформе, чем осторожнее ты передвигаешься на транспортном средстве, тем меньше шансов быть остановленным и получить штраф – соответственно, дешевле выйдет.

Следующие три антипословицы также являются яркими примерами замены второй части пословицы: *Хорошо смеется тот, кто денег занял* {*Хорошо смеется тот, кто смеется последний*}; *Тише едешь – дешевле обойдется* {*Тише едешь – дальше будешь*}. В третьем примере меняется полностью вторая часть прототипа, в который также добавлен противительный союз *но*: *Чем бы дитя ни тешилось, но деньги не получит* {*Чем бы дитя ни тешилось, лишь бы не плакало*}. Здесь видно, что значение антипословицы имеет совершенно другой смысл по сравнению с оригиналом. Авторы данной переделки хотели подчеркнуть значимость денег и бессмысленность трат, которые ребенок может совершить при получении финансов от родителей. Более того, этот пример показывает, что хорошие, последовательные родители не ведутся на уловки, манипуляции их детей, и не дают им в ответ деньги.

Схожий прием трансформации оригинальной пословицы при помощи замены слов использован и в следующих двух примерах, только с той разницей, что в самих прототипах есть повтор слов, и в трансформах также произошла замена повторяющихся слов. В примере *Кто к нам с рублем придет – тот от рубля и погибнет* {*Кто с мечом к нам придет, тот от меча и погибнет*} трансформация произошла при помощи замены двух (одинаковых) слов; и в этом примере, так же как и в следующем, повторяющееся в прототипе слово *меч* заменяется в переделке дважды лексемой *рубль*. Здесь смысл антипословицы заключается в нестабильности российской валюты, ее непредсказуемом курсе и неустойчивости.



В антипословице *Не деньги портят человека, а человек деньги* {*Не место красит человека, а человек место*} вновь был изменен смысл общеизвестной пословицы. Главная идея данной антипословицы – человек портит деньги, а не они его. В прототипе говорилось о месте – человек красит место. Можно подытожить, что переделанный вариант пословицы не имеет ничего общего по смыслу с оригиналом.

Все слова прототипа за исключением одного заменяются, однако схема пословицы остается такой же в следующей переделке: *Ближе едешь, больше платишь* {*Тише едешь – дальше будешь*}.

3.2.2. Прибавление новых компонентов

В следующих двух антипословицах можно выделить прием прибавления новых компонентов к традиционной пословице, которые вводятся перед текстом пословицы. В этих переделках также происходит замена второй части пословицы: *ГАИ говорит: «Тише едешь – никому не должен»*; *ГИБДД напоминает: «Тише едешь – меньше должен»* {*Тише едешь – дальше будешь*}.

3.2.3. Контаминация

При анализе антипословиц мы также выявили один пример использования контаминации: *Куй железо не отходя от кассы* {*Куй железо, пока горячо*}. Здесь мы наблюдаем контаминацию пословицы *Куй железо, пока горячо* и популярной надписи в магазинах «Проверьте сдачу не отходя от кассы».

3.3. Самые популярные пословицы о деньгах

В последнем разделе данной статьи мы продемонстрируем три самые популярные пословицы о деньгах в нашем корпусе: *Не в деньгах счастье*; *Не имей (не держи) сто рублей, а имей сто друзей*; *Долг платежом красен* и проанализируем их многочисленные переделки. 39 трансформ этих пословиц составляют больше половины (52,7%) всех антипословиц-трансформ (74) пословиц с гиперсемой «деньги», рассматриваемых в данной статье.

3.3.1. Пословица *Не в деньгах счастье* и ее переделки

Первой по популярности пословицей в нашем корпусе является *Не в деньгах счастье* (*Счастье не в деньгах*). Пословица состоит всего из 4 слов, одно из которых предлог *в*, а другое отрицательная частица *не*. Мы нашли 15 переделок этой пословицы.

Самым популярным способом трансформации этой пословицы является прибавление новых компонентов к тексту прототипа (10). Чаще всего это происходит после самого текста (7). В следующих пяти примерах используется противительный союз *а*: *Не в деньгах счастье (счастье не в деньгах), а в их количестве*; *Не в деньгах счастье (счастье не в день-*



гах), а в мужчине с деньгами; Не в деньгах счастье, а в их наличии; Счастье не в деньгах и даже не в их количестве, а в том, как долго им удастся пользоваться; Не в деньгах счастье, а в бабках. В особенности цинично звучит эта пословица, когда ее дают в уста миллионеров или когда речь идет о миллионерах: Не в деньгах счастье: человек, имеющий десять миллионов долларов, может быть ничуть не счастливее человека, имеющего девять; «Не в деньгах счастье», сказал один знакомый миллионер. Последнее высказывание – наглядный пример велеризма. Прибавление компонентов к пословице происходит в двух трансформациях и в начале, и в конце: Верю, что не в деньгах счастье, но хочется убедиться самому; Если ваше счастье не в деньгах, то шлите их мне. Расширение текста пословицы может происходить и в самом начале (1 пример): Хочу убедиться, что не в деньгах счастье.

В трех примерах структура прототипа меняется, слово *деньги* перемещается в первую часть переделок и обрастает новыми словами, а в конце пословицы остается *не в них счастье*. Если первые две переделки являются утверждениями, последний пример является вопросом, как бы наивно заданным: Когда деньги есть, как-то легче согласиться, что не в них счастье; Когда много денег, как-то легче переносится, что не в них счастье; Интересно, сколько денег надо иметь, чтобы понять, что не в них счастье? В следующем примере, так же как и в трех предыдущих, тоже наблюдается изменение структуры прототипа, только в нем слово *счастье* переходит в самое начало пословицы и обрастает новыми словами, и в самом конце трансформы от прототипа остается *не в деньгах*: Отказался от счастья, узнав, что оно не в деньгах.

Замена только одного слова *деньги* лексемой *жизнь* произошло только один раз: Не в жизни счастье. Эта антипословица несколько нелепо звучит. Хочется сразу же задать вопрос: а тогда в чем же?

3.3.2. Пословица *Не имей сто рублей, а имей сто друзей* и ее переделки

Вторая самая популярная для трансформации в нашем корпусе пословица о деньгах: *Не имей сто рублей, а имей сто друзей*. Она интересна рифмой, а также и тем, что в ней есть повтор двух слов: *имей* и *сто*. Более того, эта пословица, сравнивая важность друзей и денег в жизни человека, отдает полное предпочтение наличию друзей, и нужно добавить, что эта пословица родилась не в XXI веке, когда за 100 рублей практически ничего не купишь. В пословице мы можем обнаружить схему *Не делай X, а делай Y*. Нам удалось найти 14 трансформ. Ниже рассмотрим, что происходит во время модификации этой пословицы.

Одновременная замена слова *рубли* лексемой *друзья* в первой части пословицы, а также замена слов *сто друзей* во второй части пословицы двумя другими лексемами происходит в следующих трех пословичных переделках: *Не имей сто друзей, а имей всех врагов*; *Не имей сто друзей, а имей их подруг*; *Не имей сто друзей, а имей наглую рожу*.

Замена одного слова *друзья* происходит в одной пословичной переделке: *Не имей сто рублей, а имей сто баксов*.

Замена двух слов наблюдается в трех антипословицах: *Не имей сто друзей, а имей сто подруг*; *Не имей сто рублей, а имей сто тысяч*; *Не имей сто рублей, а имей двух грудей*. В следующей трансформе происходит выпадение двух слов *сто* из обеих частей пословицы, а также замена слов *рубли* и *друзья*: *Не имей мобильный, а имей рабочий*. Замена одного слова двумя наблюдается в следующей трансформе: *Не имей сто рублей, а имей сто пе-*



чатных станков. И наоборот, замена двух слов одним происходит в следующем примере: *Не имей сто рублей, а имей тысячу.*

Нам удалось найти лишь один пример контаминации двух пословиц: *Любишь кататься – имей сто рублей* {*Любишь кататься – люби и саночки возить* и *Не имей сто рублей, а имей сто друзей*}.

В двух трансформах происходит прибавление новых компонентов к тексту пословицы: *Не имей сто рублей, а имей сто друзей: всегда по рублю скинутся; Не имей сто рублей, не имей сто друзей, а имей одну наглуую морду.* Во втором примере союз *а* прототипа заменяется отрицательной частицей *не*, а также к тексту пословицы добавляется *имей одну наглуую морду*, вводимый союзом *а*. Таким образом, слово *имей*, повторяющееся дважды в прототипе, повторяется уже в третий раз в переделке, этим самым еще более интенсифируя сказанное.

В последнем примере происходит полная трансформация схемы прототипа: *Друзей не надо иметь, с ними надо [просто] дружить.* От слов прототипа остается только существительное *друзья*, глагол *иметь* и отрицательная частица *не*, которые из второй части прототипа переключиваются в первую часть переделки (совсем в другой форме), и вторая часть прототипа полностью заменяется. В данном примере, также как и в нескольких примерах выше, у слова *иметь* появляется сексуальная коннотация.

3.3.3. Пословица *Долг платежом красен* и ее переделки

В конце данного раздела мы проанализируем третью самую популярную в нашем корпусе пословицу о деньгах: *Долг платежом красен.* Мы нашли 10 трансформ этой пословицы. Она состоит всего из трех слов, и подавляющее большинство переделок (9 из 10) сохраняют такое же количество слов. Всего только в одной антипословице трансформация происходит за счет прибавления новых компонентов, в то время как текст прототипа остается без изменений: *Долг платежом красен, но отдавать почему-то не хочется.*

Во всех примерах, кроме одного, происходит замена одного или двух слов. В восьми примерах слово *долг* остается неизменным. Наряду с этим словом в антипословице остается также и лексема *платеж* (два примера), и происходит замена слова *красен*: *Долг платежом страшен; Долг платежом зелен.* В трех примерах кроме слова *долг* в трансформах остается слово *красен*, и происходит только замена лексемы *платеж*: *Долг займом красен; Долг кутежом красен; Долг процентом красен.*

В двух переделках от прототипа осталось только лексема *долг*, а второе и третье слово заменяется: *Долг нагишом платят; Долг утюгом страшен.*

В следующих двух примерах происходит замена первых двух слов: *Нос кутежом красен; Полк нагишом красен.*

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В первой части данной статьи мы рассмотрели теорию вопроса, связанную с антипословицами, а также перечислили несколько распространенных способов их трансформаций: замена одного или двух слов, добавление новых слов, повтор слов, использование бук-



вального значения вместо метафоричного, смешение нескольких пословиц (контаминация).

Во второй части работы мы разобрали семантическое поле «деньги» и его структуру, определили основные значения лексемы *деньги*, а также познакомили читателя с пословицами о деньгах из различных языков мира.

В третьей части статьи нами было рассмотрено 33 русские пословицы и 88 антипословиц на тему деньги. Мы проанализировали, какие изменения происходят в ходе модификации и выделили самые распространенные способы изменения пословиц: замена одного слова, замена двух или более слов, добавление новых компонентов, смешение двух пословиц, повтор одинаковых слов. Мы также сделали подробный анализ 39 трансформ трех самых популярных пословиц о деньгах в нашем корпусе (*Не в деньгах счастье; Не имей сто рублей, а имей сто друзей; Долг платежом красен*).

Многочисленные пословицы-переделки о деньгах ставят под вопрос истину, которая была выражена в пословицах много десятилетий назад, тем самым показывая, что ранее известные пословицы могут звучать неуместно или не подходить не смыслу: *Не в деньгах счастье, а в их наличии {Не в деньгах счастье}; Деньги – зло. Причините мне его побольше {Деньги – зло}; Не имей сто рублей, а имей тысячу; Не имей сто рублей, а имей сто баксов {Не имей (не держи) сто рублей, а имей сто друзей}*.

В каких-то переделках истина пословицы может ставиться под вопрос введением отрицательной частицы *не*, если ее не было в прототипе (*Деньги – не навоз, сегодня нет, а завтра воз {Деньги – навоз}*), или, наоборот, выпадением частицы *не* из прототипа (*Деньги пахнут: маленькие – потом, а большие – кровью {Деньги не пахнут}*).

Большая часть антипословиц о деньгах отражают актуальные реалии для носителей русского языка, в которых добавлены темы коррупции, преступного мира, работы, кредитов, здоровья, ежедневных будней и праздников, качеств характера и др.: *Деньги – зло. Зайдешь на рынок, и зла не хватает {Деньги – зло}; Деньги не пахнут, потому что их отмывают; Жулики спят спокойно: раз деньги не пахнут – собаки не возьмут след {Деньги не пахнут}; Деньги счастья не приносят, но укрепляют нервную систему {Деньги счастья не приносят}; Долг кутежом красен {Долг платежом красен}*.

И, конечно же, популярна тема секса: *Ноги – дело раздвижное; Ноги – дело откидное {Деньги – дело наживное}; Долг нагишом платят; Полк нагишом красен {Долг платежом красен}*. Самой популярной пословицей с добавлением сексуальной коннотации в трансформы является пословица *Не имей сто рублей, а имей сто друзей*. Происходит это за счет наличия сексуальной коннотации у слова *иметь*, к использованию которой зачастую прибегают авторы переделок: *Не имей сто друзей, а имей всех врагов; Не имей сто друзей, а имей их подруг; Не имей сто друзей, а имей сто подруг*.

Антипословицы, по мнению В. Мидера, «становятся моралистичными, если не дидактичными высказываниями до определенной степени» (Мидер 1989: 243), и мы это наглядно видели на примере многочисленных переделок о деньгах. Цель некоторых трансформ, проанализированных в данной статье, однако, просто связана с желанием пошутить, поиграть со словами или просто опошлить известную пословицу.

Возможно, в будущем некоторые пословицы-«переделки» о деньгах, разобранные в данной статье, смогут стать житейской мудростью своего рода, а какие-то из них смогут заменить существующие оригиналы.



ЛИТЕРАТУРА

- БТС 2000 = Кузнецов С. А. (ред.) *Большой толковый словарь русского языка*. Санкт-Петербург: «Норинт», 2000.
- ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2001 = ВАЛЬТЕР Харри, МОКИЕНКО Валерий: *Пословицы русского субстандарта. Материалы к словарю*. Greifswald: Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 2001.
- ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2005 = ВАЛЬТЕР Харри, МОКИЕНКО Валерий: *Антипословицы русского народа*. Санкт-Петербург: «Нева», 2005.
- ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2006 = ВАЛЬТЕР Харри, МОКИЕНКО Валерий: *Прикольный словарь: антипословицы и антипоговорки*. Санкт-Петербург: «Нева», 2006.
- ВАЛЬТЕР–МОКИЕНКО 2007 = ВАЛЬТЕР Харри, МОКИЕНКО Валерий: Русские антипословицы и их лексико-графическое описание. *Acta Ethnographica Hungarica* 52 (2007): 157–175.
- КОЛШАНСКИЙ 1980 = КОЛШАНСКИЙ Г. В. *Контекстная семантика*. Москва: «Наука», 1980.
- Т. ЛИТОВКИНА 2014 = ЛИТОВКИНА Анна: Способы трансформации традиционных русских пословиц. In: *Slowo. Tekst. Czas* XII. *Frazeologia w idiolektach i systemach języków słowiańskich w 200. rocznicę urodzin Tarasa Szewczenki*. Т. 1. Szczecin–Greifswald, 2014. 270–285.
- Т. ЛИТОВКИНА–ФЕДОСОВ 2015 = ЛИТОВКИНА Анна, ФЕДОСОВ Олег: Русские антипословицы в семиотическом пространстве In: *Bis dat, qui cito dat. Gegengabe in Paremiology, Folklore, Language, and Literature. Honoring Wolfgang Mieder on His Seventieth Birthday*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2015. 249–258.
- НАНЬНАНЬ 2018 = НАНЬНАНЬ Ван: Лексико-семантическое поле лексемы «деньги» в русском и китайском языках. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. № 7. Ч. 1. Тамбов: «Грамота», 2018. 110–114.
- ESAR 1952 = ESAR Evan: *The Humor of Humor*. New York: Horizon Press, 1952.
- HRISZTOVA-GOTTHARDT et al. 2018 = HRISZTOVA-GOTTHARDT Hrisztalina, T. LITOVKINA Anna, VARGHA Katalin, BARTA Péter: *A közmondásferdítések ma. Öt nyelv antiproverbiumainak nyelvészeti vizsgálata*. Budapest: Tinta, 2018.
- КОЗИНТСЕВ 2014 = КОЗИНТСЕВ Alexander: Notes on Russian Anti-Proverbs. In: BARAN Anneli, LAINESTE Liisi, VOOLAID Piret (ed.): *Scala Naturae. Festschrift in Honour of Arvo Krikmann*. Tartu: ELM Scholarly Press, 2014. 241–258.
- Т. ЛИТОВКИНА 2005 = Т. ЛИТОВКИНА Anna: *Old Proverbs Cannot Die. They Just Fade into ParoDY. Anglo-American Anti-Proverbs*. Habilitációs dolgozat. Budapest: ELTE BTK, 2005.
- Т. ЛИТОВКИНА 2007 = Т. ЛИТОВКИНА Anna: Introduction. *Acta Ethnographica Hungarica* 52 (2007): 3–16.
- Т. ЛИТОВКИНА–МИДЕР 2006 = Т. ЛИТОВКИНА Anna, МИДЕР Wolfgang: *Old Proverbs Never Die, They Just Diversify*. Burlington–Veszprém, 2006.
- МИДЕР 1982 = МИДЕР Wolfgang: *Antisprichwörter*. Band 1. Wiesbaden: Verlag für deutsche Sprache, 1982.
- МИДЕР 1986 = МИДЕР Wolfgang: *The Prentice-Hall Encyclopedia of World Proverbs. A Treasury of Wit and Wisdom through the Ages*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1986.
- МИДЕР 1989 = МИДЕР Wolfgang: *American Proverbs. A Study of Texts and Contexts*. Bern: Peter Lang, 1989.
- МИДЕР 1993 = МИДЕР Wolfgang: *Proverbs Are Never out of Season. Popular Wisdom in the Modern Age*. New York: Oxford University Press, 1993.



- MIEDER 1998 = MIEDER Wolfgang: *Verdrehte Weisheiten. Antispruchwörter aus Literatur und Medien*. Wiesbaden: Quelle & Meyer, 1998.
- MIEDER 2007 = MIEDER Wolfgang: Anti-Proverbs and Mass Communication. The Interplay of Traditional and Innovative Folklore. *Acta Ethnographica Hungarica* 52 (2007): 17–45.
- MIEDER 2020 = MIEDER Wolfgang: *The Worldview of Modern American Proverbs*. (International Folkloristics 15.) Bern: Peter Lang, 2020.
- MIEDER et al. 1992 = MIEDER Wolfgang (ed.): *A Dictionary of American Proverbs*. New York: Oxford University Press, 1992.
- MIEDER–TÓTHNÉ LITOVKINA 1999 = MIEDER Wolfgang, TÓTHNÉ LITOVKINA Anna: *Twisted Wisdom. Modern Anti-Proverbs*. Burlington, Vermont: The University of Vermont, 1999.
- REZNIKOV 2009 = REZNIKOV Andrey: *Old Wine in New Bottles. Modern Russian Anti-Proverbs*. Burlington, Vermont: The University of Vermont, 2009.
- REZNIKOV 2012 = REZNIKOV Andrey: *Russian Anti-Proverbs of the 21st Century. A Sociolinguistic Dictionary*. Burlington, Vermont: The University of Vermont, 2012.

POLINA OLENEVA

Faculty of Humanities, Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary

ANNA LITOVKINA

Department of English Language and Literature, J. Selye University, Komárno, Slovakia

Money in Russian Anti-Proverbs

For centuries, proverbs have provided a framework for endless transformation. In recent decades, the modification of proverbs has taken such proportions that sometimes we can even meet more proverb transformations than traditional proverbs. Wolfgang Mieder has coined the term *anti-proverb* (or in German, *Antispruchwort*) for such deliberate proverb innovations. This term has been widely accepted by paremiologists all over the world as a general label for such innovative alterations and reactions to traditional proverbs.

This paper is devoted to the analysis of Russian proverbs and anti-proverbs about money.

In the first part of the work, we have demonstrated various mechanisms of proverb variation, e.g. replacing a single word; substituting two or more words; changing the second part of the proverb; adding new words; omitting words; adding literal interpretations; melding two proverbs. Many anti-proverbs include several ways of transformation.

In the second part of the paper, at first, we have briefly covered such notions as the semantic field of the word *money* (which includes, in addition to the lexeme *money*, such words as *ruble*, *kopeyka*, *pay*, *rich*, *poor*, *gold*, *debt*, *payment*, etc.). Moreover, we have also introduced examples of proverbs about money from various languages of the world (for example, English, German, French, Spanish, and Italian).

The third part of the paper has been devoted to the analysis of Russian proverbs and anti-proverbs about money. In the first section, we have considered examples of transformations of proverbs with words related to the semantic field of the word *money* (19 proverbs). In the second section, we have focused on anti-proverbs in which the words belonging to this semantic field are present but in the original proverbs are absent (14 proverbs). In a nutshell, in these two sections, we have analyzed 33 Russian proverbs and 88 anti-proverbs about money. Mainly, we have focused on what happens during proverb transformation as well as on what types of transformation are the most common in our corpus. In addition, we have also examined various types of semantic change occurring to proverbs during their modification. We have finished the



third part of the paper with an analysis of three most common proverbs about money in our corpus: *Не в деньгах счастье* [Money does not bring happiness]; *Не имей сто рублей, а имей сто друзей* [Do not have a hundred roubles but have a hundred friends]; *Долг платежом красен* [Debt should be returned by paying back].

The vast majority of the anti-proverbs about money portray real situations for native speakers of Russian. Among the themes treated in our proverb alterations are sexuality, corruption, criminal world, work, credits, health, weekdays and holidays, character traits, etc. According to Mieder, anti-proverbs often become moralistic or even didactic statements, and we have observed it in the numerous anti-proverbs about money treated in our study.

Keywords: Russian paremiology, anti-proverbs, proverbs, transformation, semantic field, hyperseme, money, proverb alteration, proverb mutation

Open Access. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited, a link to the CC License is provided, and changes – if any – are indicated. (SID_1)

