

КЛАССИФИКАЦИЯ АФОРИЗМОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Попова Екатерина Александровна

Узбекский государственный университет мировых языков,

Ташкент, Узбекистан

E-mail: katerinapopova0952@gmail.com

Аннотация: Статья посвящена описанию различных подходов к классификации афоризмов в немецком языке, рассматриваемой с лингвистической, стилистической и культурной точек зрения.

Раскрываются различия между оригинальными и квазиафоризмами, описываются их функции и формы в современной коммуникативной практике. Отдельное внимание уделяется визуальным разновидностям афоризмов – демотиваторам и афотизмам, объединяющим текст и изображение. Анализируются принципы их построения, культурная значимость и отражение лингвокультурных реалий.

Представлены теоретические подходы к систематизации афористических единиц, предложенные рядом исследователей.

Ключевые слова: афористика, лингвокультурология, квазиафоризмы, афотизмы, демотиваторы, классификация.

Афоризм – это литературный жанр, характеризующийся краткостью и лаконичностью. Он состоит из одного или нескольких предложений и выражает мысль или мудрость. Этот жанр является важным объектом лингвистических исследований, поскольку в нём проявляются различные языковые явления, такие как метафора, ирония, парадокс и каламбур.

Анализ афоризмов может способствовать совершенствованию лингвистической компетенции учащихся, помогая им лучше понять значение языка и способы его использования [1., 17-20]. Кроме того, афоризмы могут служить средством размышления о жизни и человеческом опыте [3].

Афоризмы обладают свойством лаконичности, но в то же время могут содержать в себе большую долю смысла и эмоциональной насыщенности. Они находят широкое применение в языке, играя важную роль в литературе, философии, а также в повседневной речи. Эти краткие высказывания часто становятся не только выразительными, но и легко запоминающимися, отражая суть сложных жизненных ситуаций и человеческих переживаний. В зависимости от контекста, афоризмы могут быть философскими, юмористическими, моральными или социальными, обогащая язык и придавая ему большую выразительность и многозначность. Афоризмы могут быть классифицированы по множеству различных критериев, среди которых выделяются такие, как происхождение, содержание, форма и структура.

Фридеманн Шпикер в своей работе „Der deutsche Aphorismus im XX Jahrhundert: Spiel, Bild, Erkenntnis“ [4] выделяет эволюцию немецкого афоризма в 20 веке, рассматривая его развитие от традиционных форм к более современным гибридным формам, находящимся на грани между эссе, поэзией и фрагментом.

Франц Маутнер, анализируя афоризмы, выделяет 2 основных формы их появления [2]:

- Идея (Einfall): внезапное понимание целостного смысла или символа, вспышка озарения, которая приводит к созданию афоризма.
- Прояснение (Klärung): результат длительных размышлений, формулирование ответа на сложный вопрос или выражение ранее неясной мысли.

Лингвистическая классификация афоризмов Дильнозы Ташпулатовой [5] основывается на их композиционной и стилистической структуре, на логико-семиотических инвариантах и логико-тематических группах. Такая классификация помогает разграничить афористические единицы и понять их взаимосвязь с определёнными предметно-тематическими полями реальности.

Е. О. Туманова в своей кандидатской диссертационной работе классифицирует современные немецкоязычные афоризмы по включению в их состав фразеологизмов по следующим типам [9, 126-128]:

1. Оригинальные афоризмы – афоризмы без фразеологизмов в своём составе, но с перспективой становления основой для будущего переосмысления или перехода в группу крылатых выражений, пословиц или превращения в источник новой идиомы, например:

- Der ideale Mann raucht nicht, trinkt nicht, spielt nicht und: existiert nicht.

Peter Silie (1938-2022)

- Freiheit ist ein wertvoller Schatz, der schwer zu suchen und selten zu finden ist.

Sinan Gönül (1973)

- Kinder verlieren ist schlimmer als selbst sterben.

Ein braves Pferd stirbt in den Sielen.

Otto von Bismarck (1815 - 1898)

«Оригинальные афоризмы представляют собой изречения современных авторов, основанные на личном опыте и знаниях их создателей. В них не встречаются обращения или употребления устойчивых выражений, уже известных носителям языка. Оригинальные афоризмы представляют собой речевые афоризмы, не получившие пока широкое распространение среди носителей языка.» [9, 194]

2. Квазиафоризмы – афоризмы, возникшие из образных фразеологических единиц разного языкового уровня (идиом и фразеологических выражений), имеющих определённое значение для культуры и истории немецкого народа [9, 127]. Например:

Wenn alle an einem Strang ziehen, reißt dieser. (Reiner Klütting)

Wer die erste Geige spielt, kann in den seltensten Fällen Geige spielen.
(Peter F. Keller)

Wer Schlange steht vorm Baum der Erkenntnis, muß in den sauren Apfel beißen. (Ulrich Erckenbrecht)

Das süße Leben hat meist nur einen Haken: das Geld dazu will sauer verdient sein. (Emst Ferstl)

Einen Teil seines Lebens verarbeitet der Mensch für sein täglich Brot. Den Rest für die daraus entstandenen Folgen. (Martin Gerhard Reisenberg)

Die Füße lehren uns, daß wir unser Leben nur Schritt für Schritt meistern können. (Hubert Joost)

Als das Gold zu regieren begann, war das goldene Zeitalter vorbei. (Kurt Haberstich)

Wenn schon viele Wege nach Rom führen, warum sollte es dann nur einen Weg zu Gott geben? (Helga Schäferling)

Wenn alle Recht haben, tun alle Unrecht, wenn sie auf ihrem Recht beharren.
(Walter Ludin)

Kein Witz: im Schnitt ist Nehmen seliger denn Geben. (Peter Rudi)

Platon und Cusanus, Kant und Nietzsche: Sie wollten die Welt erkennen und kannten noch nicht einmal eigene Kinder. (Gregor Brand)

В середине первого десятилетия XXI века в Интернете была замечена тенденция в формировании афоризмов и квазиафоризмов, которая выражалась в форме так называемого демотиватора. Эта разновидность интернет-мемов [— «быстрое распространение какой-либо фразы, медиафайла или иной информации в интернете, также сама эта информация или фраза» [7]] была популярна в молодёжной среде в оригинальном формате примерно до 2015 года [8].

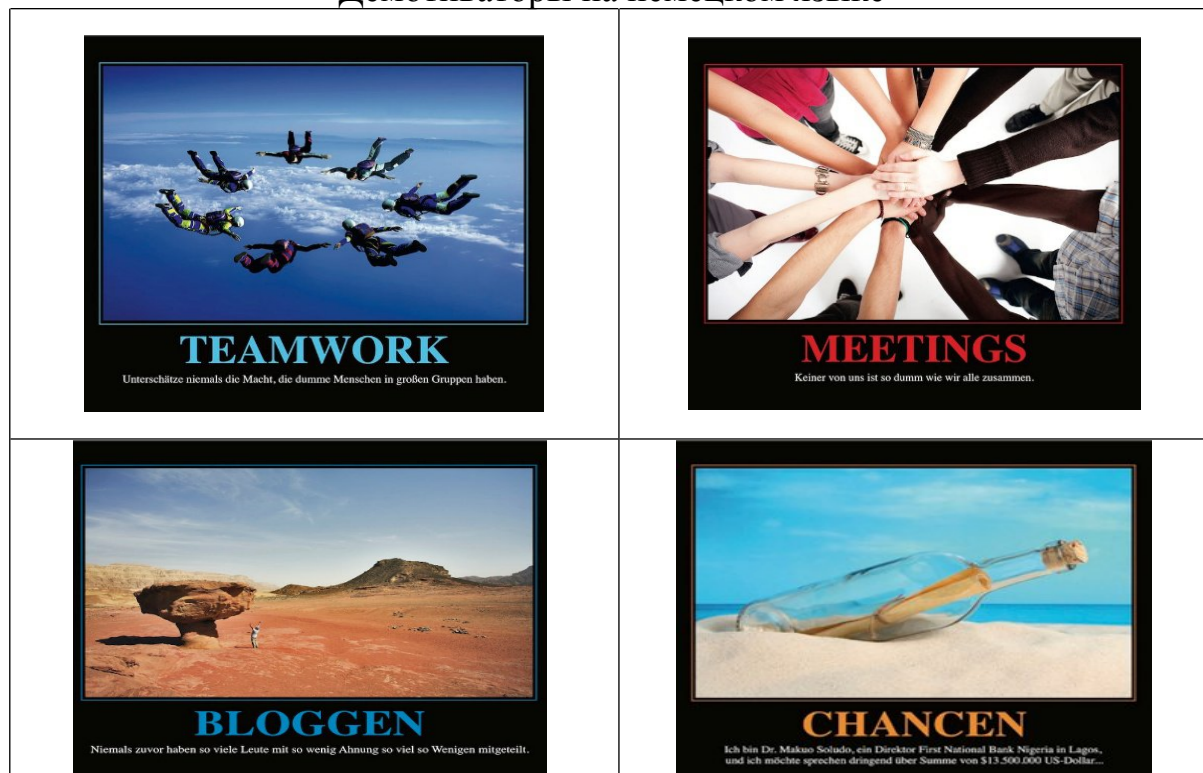
Демотиваторы (демотивационные постеры) — «изображение, состоящее из графического компонента в чёрной рамке и поясняющего его слогана, создающегося по особым правилам. Демотиваторы имеют чёткую композицию и содержат три основных элемента: изображение в чёрной рамке, слоган или лозунг, набранный крупным шрифтом с засечками; пояснительную надпись к лозунгу, набранную более мелким шрифтом. Таким образом, собственно языковые элементы и изобразительные (фотография, рисунок, цвет, шрифт) воспринимаются как единое информационное целое. Для демотиватора характерна неоднородность, как на уровне формы, так и на уровне содержания.» [6, 148-149].

Данное лингвокультурное явление возникло «как пародия на мотивационные постеры. Но если такие мотивационные постеры, или мотиваторы, ставили перед собой цель побудить человека что-то делать и были субъективно скучны, то демотиваторы пытались сделать всё наоборот — вместо положительных эмоций вызвать уныние, грусть и тоску посредством неоднозначных подписей.» [9, 36-39].

Демотиваторы делятся на множество тем и регулярно обновляют свои коллекции. Чаще всего обновляются «рубрики про жизнь, чувства и любовь, философские проблемы, а также раздел «прикольные демотиваторы», т. е. демотиваторы юмористического содержания.

Демотиваторы — это современная разновидность афоризма, представляющая собой обобщенную мысль, конкретизированную наглядным примером, т.е. изображением» [10, 127].

Демотиваторы на немецком языке



Также Е. О. Туманова отмечает, что афотизмы – единицы, состоящие из афоризма и вызывающего размышления фото и представляющие «усовершенствование путей, выбранных немецким афористом конца XX столетия Петером Холем в его «иллюстрированных изречениях недели» (illustrierten Wochensprüchen) [<http://www.apphorismen.de/aphotismen>]]» [10, 128].

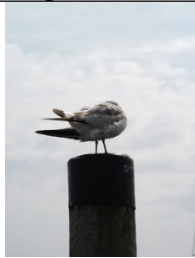
Так как, по мнению исследователя, одна из возможных форм афоризмов XXI века — это наглядные афоризмы, которые:

- объединяют в себе оригинальные и мудрые демотиваторы и афотизмы и
- являются афоризмами с иллюстративным примером.

В свою очередь, разница между демотиватором и афотизмом формулируется автором исследования следующим образом [10, 128]:

	Демотиватор	Афотизм
Мнение автора	появляется сразу	скрыто
Используется фотография	+	+
Используется картина / картинка / рисованное изображение	+	-
	наглядный афоризм	

Афотизмы

 Vorrat ist ungegessene Ernte.	 Gibt es eine Grenze von „unmöglich“?	 Erinnerung, das ist Vergangenheit in der Gegenwart.
 Probiere sie aus, deine Möglichkeiten - alle.	 Ist Schönheit essbar?	 Wenn man immerzu im Kreis läuft, spielt das Tempo keine Rolle.
 Die Lösung zählt keine Fehlversuche.	 Auch der richtige Wind bringt mein Boot nicht an sein Ziel, wenn ich es nicht losbinde.	 Durchblicken ordnet Durcheinander.



Freude weiß um die schnelle Vergänglichkeit - und kümmert sich einfach nicht darum.



Auf der Suche nach dem perfekten Freund war ich erfolgreich.



Wer sich nur halb fühlt, sollte sich entfalten.

Афоризмы в немецком языке представляют собой сложное и многогранное языковое явление. Они могут объединять традиционные литературные формы с современными визуально-текстовыми жанрами. Их классификация по происхождению, структуре и стилистическим особенностям позволяет глубже понять механизмы языковой образности и семантической плотности. Возникновение таких форм, как демотиваторы и афотизмы, свидетельствует о трансформации афористики под влиянием цифровой культуры и визуального мышления. Таким образом, исследование подтверждает актуальность изучения афоризмов как динамичного и значимого элемента лингвокультурного пространства.

Список литературы

1. Bilut-Homplewicz Z. “Der literarische Dialog als Gegenstand linguistischer Forschung”. Kognitive Aspekte der Sprache: Akten des 30. Linguistischen Kolloquiums, Gdansk 1995, edited by Kazimierz A. Sroka. – Berlin, Boston: Max Niemeyer Verlag, 1996. – S. 17-20.
2. Mautner F. H. Der Aphorismus als literarische Gattung <https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/zaak1933/0146> in der Zeitschrift für Ästhetik und allgemeine Kunstwissenschaft — 27.1933, <https://doi.org/10.11588/diglit.14172> S. 154. <https://doi.org/10.11588/diglit.14172#0146> дата обращения: 12.11.23
3. Spicker F. Der Aphorismus: Begriff und Gattung von der Mitte des 18. Jahrhunderts bis 1912. – De Gruyter, 1997.
4. Spicker F. Der deutsche Aphorismus im 20. Jahrhundert: Spiel, Bild, Erkenntnis. – Berlin, Boston: Max Niemeyer Verlag; 2004. <https://doi.org/10.1515/9783110918830> дата обращения: 12.11.23
5. Tashpulatova Dilnoza Xolmirza qizi. Лингвистическая классификация афоризмов // Scientific Impulse. – 2023. – 1(10). – С. 552-556. Retrieved from <https://nauchniyimpuls.ru/index.php/ni/article/view/9305> дата обращения: 15.11.23
6. Бугаева И. В. Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации жанровые признаки, функции, структура, стилистика. – 2011. – С. 148-149. – URL:

<http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf> дата обращения: 18.11.23

7. Мем Знание. Вики – URL:

<https://znanierussia.ru/articles/%D0%9C%D0%B5%D0%BC> дата обращения: 15.11.23

8. Ренессанс демотиваторов: как популярнейший формат конца нулевых прошёл путь от «смешных картинок» до постироничных мемов. Рассвет и закат эпохи мемной искренности – URL: <https://tjournal.ru/234607> дата обращения: 15.11.23

9. Сирипля М. А. Демотивационные постеры как лингвокультурный феномен // Общество. – 2020. – № 3(18). – С. 36-39. – URL: <https://s.siteapi.org/e8b7766e0f729d6/docs/d9kmaqbnkec088k4w0sgk84wk0co0c8> дата обращения: 18.11.23

10. Туманова Е. О. Афоризм во фразеологии и фразеологизм в афористике современного немецкого языка: лингвокультурологический аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 2012. – 293 с.

Список источников примеров:

1. De-motivational Posters Set of 4 – URL: <https://www.getdigital.de/en/products/de-motivations-poster-4er-set> дата обращения: 18.11.23

2. Афотизмы – URL: <http://www.karin-janke.de/aphotismen.htm> дата обращения: 18.11.23