

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
основная общеобразовательная школа с. Новое Шаткино  
Камешкирского района

**Открытый региональный конкурс  
исследовательских и проектных работ школьников  
«Высший пилотаж - Пенза» 2021  
(лингвистика)**

**Антипословицы как паремиологические единицы языка  
Их семантические и языковые особенности  
Основные способы образования**

Выполнила: Шиндина Полина Васильевна,  
ученица 9 класса  
МБОУ ООШ с. Новое Шаткино,  
Камешкирского района

Руководитель: Служаева Елена Григорьевна,  
учитель русского языка и литературы  
МБОУ ООШ с. Новое Шаткино,  
Камешкирского района

Новое Шаткино  
2021

## Оглавление

Введение .....	стр. 2 - 3
Глава 1. Специфика антипословицы как жанра городского фольклора.....	стр. 4 - 5
1.1. Понятие антипословицы .....	стр. 4
1.2. Причины возникновения антипословиц .....	стр. 5
Глава 2. Основные способы образования антипословиц.....	стр. 6 - 7
Глава 3. Тематические группы антипословиц .....	стр. 8 - 9
Глава 4. Языковая специфика антипословиц.....	стр. 10 - 11
4.1 Разговорный стиль речи – характерный признак антипословиц.....	стр. 10
4.2 Морфологические особенности пословичных трансформов.....	стр. 10 - 11
4.3 Структура антипословиц .....	стр. 11
Глава 5 Анализ социологического опроса.....	стр. 12
Заключение .....	стр. 13
Бibliография .....	стр. 14
Приложение 1.....	стр. 15
Приложение 2.....	стр. 16 - 17
Приложение 3 .....	стр. 18 - 23

Пословицы – неотъемлемая часть культуры любого народа. Они вбирают в себя историю народа, отражают и фиксируют все этапы его исторического развития, передают дух и энергию людей, говорящих на определенном языке, особенности их менталитета и отношения к жизни.

Пословицы – это живой, подвижный организм, впитывающий, как губка, все реалии современного мира, все изменения в жизни общества и отражающий их в своих многочисленных вариантах и трансформах.

Они активно воспроизводятся, заново обрабатываются, переосмысляются и употребляются в современной речи в трансформированном виде. Одним из видов такой трансформации являются антипословицы. В связи с активизацией трансформационных процессов в сфере пословиц, но недостаточностью работ, рассматриваемых данные единицы, представляется актуальным комплексное, системное исследование трансформаций данного типа паремий. **Актуальность** такого исследования определяется и тем, что трансформация пословиц – это не только отрицание сложившихся в обществе и языке стереотипов, но и ироническое изображение новых жизненных «принципов» в новых социально-исторических условиях. И какими бы оригинальными и «неповторимыми» ни казались пословичные трансформы их создателям и «пользователям» – носителям языка, образование таких единиц подчинено определенным языковым законам, а механизмы трансформаций объяснимы и исчислимы.

**Цели работы** - комплексное исследование и анализ антипословиц как малого жанра современного фольклора в сопоставлении с традиционными малыми жанрами русского фольклора.

Цель определяет **решение следующих задач**: 1) охарактеризовать антипословицы как паремиологические единицы языка; 2) определить причины возникновения антипословиц; 3) изучить способы образования данных паремий; 4) представить их тематические группы 4) выявить их языковые особенности; 5) сделать выводы и наметить перспективы дальнейшей работы.

**Основные методы** исследования: 1) анализ имеющейся литературы по проблеме; 2) метод сплошной выборки языковых единиц (использовался при сборе материала, когда исследуемые языковые единицы «выбирались» по мере их встречаемости в процессе изучения словарей, чтения текстов); 3) сравнение и анализ полученных данных; 4) описательный, предполагающий разработку системы комплексного анализа антипословиц и обобщение на этой основе выводов.

**Объект** нашего исследования – антипословицы, возникшие в результате преобразований традиционных пословиц русского языка

**Предмет исследования** – семантические и языковые особенности антипословиц.

**Гипотеза**: предполагаю, что антипословицы, несмотря на многочисленные использования, не смогут сломать существующий строй языка, заменить устойчивые изречения, веками переходившие из уст в уста.

**Практическая ценность** работы определяется возможностью использования материалов исследования и полученных выводов в практике преподавания русского языка, лингвокультурологии, в том числе в иноязычной аудитории.

Научная **новизна** нашей работы определяется тем, что впервые выявлены типы пословичных трансформов с учетом их структурных и семантических особенностей; выявлена и представлена тематическая классификация антипословиц, в состав которых входят наименования реалий

действительности; показана роль ценностных ориентиров культуры в пословичных трансформах в сопоставлении с традиционными русскими пословицами.

Систематизация антипословиц в их сопоставлении с традиционными паремиями позволяет выявить особенности мироощущения и миропонимания, нормативно-ценностных установок в разных сферах жизни современного человека. Анализ языковой специфики антипословиц позволяет понять механизмы создания и функционирования данных языковых единиц.

Теоретической основой исследования являются работы, посвященные изучению различных аспектов паремиологических единиц русского языка, среди которых труды В. М. Мокиенко, В. Д. Черняк и Н. С. Анукина, Г.Л. Пермякова

Цель и задачи исследования определили ее композиционное построение. Работа состоит из введения, пяти глав, заключения, библиографии, приложений

## Глава 1. Специфика антипословицы как жанра городского фольклора

### 1.2. Понятие антипословицы

Антипословицы – краткое изречение (зачастую юмористического характера), представляющее собой искажение какой-либо обычной, хорошо всем известной пословицы (путем замены одного или нескольких компонентов пословицы, соединения частей разных пословиц и т. п.) [2].

Такое трансформирование не является чем-то новым, оно наблюдалось и в прежние времена. Но в настоящее время процесс этот особенно интенсифицировался, что заставляет взглянуть на него более внимательно, выяснить причины и дать оценку рассматриваемому явлению, изучить его языковую природу.

Появились антипословицы не сегодня. В разные эпохи этот жанр то затухал, то выплескивался на подмостки народной речи или большой литературы. Так, в XVIII веке многие светлые умы Европы вдруг поставили традиционную народную мудрость под большое сомнение. И. В. Гете, Ф. Шиллер и многие другие писатели, поэты и философы превращали пословицы в антипословицы, которые столь же легко переносились из уст в уста, как и их прототипы.

В России более широкую известность они приобретают, начиная с XX в. Это связано с ломкой старых устоев, старого мышления. Зная силу и выразительность пословицы, вобравшей в себя мудрость веков, писатели и поэты революции используют её в качестве оружия, изменяя только форму. Особенно ярко это заметно в произведениях Маяковского:

*Деникин и Россия: Русь свинье не товарищ;*

*Вильсон, едущий в отпуск: дальше едешь — тише будешь;*

*Юденич под Петербургом: нашла коза на камень.*

Данные пословичные трансформы чаще всего состоят из двух частей: описывается ситуация (Юденич под Петербургом), называется фамилия какого-либо современного Маяковскому политического деятеля, затем дается собственно антипословица. Такое построение позволило Маяковскому не только высмеять конкретных людей, но и сделать это в доступной и, что самое главное, запоминающейся любому русскому человеку форме.

Следующий всплеск активности – 1990-е годы. Это период крушения советского государства. При этом происходит отторжение авторитетов, одним из которых является, несомненно, и пословица. Возникает так называемое паремиологическое сопротивление:

*Не имей сто рублей, не имей сто друзей, а имей одну наглуую морду;*

*С миру по нитке — директору зарплата.*

Явно провокационный характер многих антипословиц позволил русскому человеку выплеснуть отрицательное отношение ко многим явлениям современной действительности, поскольку у него не было иных рычагов или сил влияния на нее.

<sup>2</sup> Вальтер Х., Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа. – СПб: Издательский дом «Нева», 2005

## 1.2. Причины возникновения антипословиц

Намеренное искажение и переименование известных пословиц, поговорок и других устойчивых выражений наблюдается во всех языках.

1. Возникновение пословиц и использование их в речи связано с тем, что в своей повседневной жизни человек постоянно сталкивается с необходимостью разрешать как множество старых, хорошо известных, так и все новых и новых ситуаций и проблем. Сталкиваясь с незнакомой ситуацией, человек соотносит ее с уже известной, нашедшей обобщение в пословице, и действует по предложенному ею стереотипу. С одной стороны, это отвечает закону экономии усилий, но, с другой стороны, приводит к тому, что игнорируются особенности новой ситуации, не извлекается новый опыт, и народная мудрость предписывает незыблемые стереотипы поведения и отношения к миру, поскольку человек смотрит на мир через призму пословицы, навязывающей ему определенное мнение о тех или иных вещах:

*Волос долог, ум короток.*

Мир вокруг нас постоянно меняется, что приводит к необходимости пересмотра и замены старых стереотипов. Пословица таким образом может оказывать как позитивное, так и негативное влияние на «ритуализацию» мышления и поведения человека. Глубокое уважение по отношению к вековой народной мудрости уступает место критическому осмыслению стереотипов, отраженных в ней, протест против них и становится одной из причин возникновения антипословиц.

2. Другая причина возникновения антипословиц усматривается в реализации языкового закона экспрессивности. Стремление уйти от монотонности повседневного бытия вызывает потребность с помощью шутки, юмора и смеха разнообразить его.

3. Кроме перечисленных выше причин возникновения антипословиц, можно назвать и еще одну, не менее важную, а именно – стремление человека к творческой игре, а в данном случае к языковой игре, проявление его креативного подхода к миру. Стоит отметить, что русские используют антипословицы как средство протеста против любого авторитарного давления в форме скрытой смеховой критики. Явно провокационный характер многих антипословиц позволяет русским выплеснуть свое отрицательное отношение ко многим явлениям современной действительности, за неимением иных рычагов влияния на нее. Данное явление (в отличие от проявления креативности и стремления к экспрессивности) отнюдь не всегда можно считать положительным.

«Мутантные» пословицы должны быть подвергнуты особо тщательному анализу с целью дальнейшей их характеристики и оценки в процессе преподавания родного и иностранных языков. Главным фактором в их употреблении должно быть соблюдение эстетического вкуса и уважения к языку как носителю культуры.

## Глава 2. Основные способы образования антипословиц

Основной способ образования антипословиц – языковая игра.

Языковая игра строится по принципу намеренного использования отклоняющихся от нормы и осознаваемых на фоне системы и нормы явлений.

*Театр одного актёра, весь билет продан*

Нормой является мн. ч. - все билеты проданы, поэтому употребление ед. ч. привлекает внимание и производит комический эффект.

Таким образом, языковая игра размывает границу между литературным языком и разговорной речью. Она вскрывает пограничные, парадоксальные случаи бытования языкового знака. По мнению М. Ягелло, «играть с языком – значит нарушать его правила, нормы, играть на его слабых местах, двусмысленностях, омофонии» [3].

Языковая игра – это вид речемыслительной деятельности, использующий лингвистическое чутьё говорящих и требующий от них решения эвристических задач. Языковая игра в антипословицах призвана вовлекать читателя в творческое изучение последних. Она предполагает предельную чувствительность к различного рода языковым трюкам. От читателя ожидается умение выявить, вычленив, разгадать, освоить максимально большое число содержащихся в тексте лингвистических тайн. Языковая игра как реализация эвристической функции речемыслительной деятельности даёт чувство перспективы в самовыражении языковой личности, проявления её компетенции, даёт возможность убедиться в «исправности» своего интеллекта и доставляет удовольствие творчества. Именно поэтому большинство анализируемых нами пословичных трансформов образуются на базе классических пословиц с помощью языковой игры.

Основные приемы создания языковой игры:

1. Субституция характеризуется замещением компонентов классической пословицы, как правило, с сохранением её фразеосхемы. Например, пословицы: *Волка ноги кормят; Автомобиль не роскошь, а средство передвижения*- трансформировались в такие антипословицы, как:

*Эмо ноги кормят;*

*Народ не роскошь, а средство обогащения.*

2. Ассоциативное отождествление - принцип игровой идентификации ассоциантов. Одна из форм ассоциативного отождествления - омофоническое переразложение звукового состава единиц речевого высказывания, основанное на относительности границ слова в потоке звучащей речи:

*Делу время – потей сейчас.*

*Разве может надоесть мысль о том, что надо есть .*

3. Ассоциативная провокация - намеренное столкновение прогнозируемой и актуальной функций слова, что вызывает эффект неожиданности при восприятии лексемы в высказывании: главные недействующие лица (вместо главные действующие лица); Береги челюсть смолоду!; Не так страшен черт, как его малютки

4. Ассоциативная интеграция – совмещение планов восприятия формы и содержания ассоциантов путём совмещения значения и формы. Возникновение антипословицы путём объединения языковых единиц двух пословиц в одну на основе их равноправного участия в формировании значения гибрида:

<sup>3</sup> Ягелло М. Пословица на рубеже веков. М., 2002. — 27 с

*Точность - вежливость снайперов;*

*Много будешь знать - не дадут состариться.*

5. Ассоциативное наложение – одновременная актуализация, сближение, сопоставление, противопоставление планов восприятия и возможной интерпретации лексем. Этот способ предполагает расширение лексического состава прототекста, таким способом образуется 10% всех антипословиц:

*Надежда умирает последней, но надежда на авось – вечна;*

*Аппетит приходит во время еды, а отравление – после;*

*Вся жизнь игра, а люди в ней актеры, но каждый рвется в режиссеры.*

Особенность данного способа образования в том, что смеховой эффект возникает за счет неожиданного «смыслового сдвига». Сначала слушатель предполагает, что звучит обычная пословица, например: *Время – лучший доктор...* и совершенно неожиданной, а от того производящей сильный эффект оказывается для него вторая часть, как бы выворачивающая наизнанку смысл первой части: *...но плохой косметолог.*

Образная семантика прототекста изменяется в результате всплеска новых ассоциаций, появления ноток легкого юмора. Это вполне логично, поскольку «всякое изменение формы есть тем самым уже раскрытие нового содержания»[4].

6. Рифма – ведет происхождение от распространенного в фольклоре приёма синтаксического параллелизма, благодаря которому на концах стихов оказываются одинаковые части речи в одинаковой грамматической форме, чем порождается созвучие:

*Отчисление – мать учения;*

*На всякого мудреца довольно девяти граммов свинца.*

Итак, ведущим способом является языковая игра, что вполне закономерно, так как человеку гораздо легче изменить уже существующую пословицу, нежели добавить к ней качественно новую информацию.

---

<sup>4</sup>Жирмунский В.М. Теория литературы. Поэтика. Стилистика. Л.: Наука, 1977.- с. 21.

### Глава 3. Тематические группы антипословиц

Все проанализированные антипословицы в зависимости от тем, в них представленных, можно разделить на 10 групп. В каждой из них представлено отношение современного человека к какому-либо из аспектов действительности. Остановимся более подробно на каждой группе:

1. В антипословицах, **представляющих общественные взаимоотношения** (63 единицы, что составляют 22%) поднимаются самые разнообразные проблемы, актуальные для современного россиянина: отношение к СМИ и вообще печатной продукции, к ГАИ, к современным подросткам, к алкоголю и наркотикам и многие другие. Интересно отметить тот факт, что перед нами и оскорбительные выпады, и яркие, остроумные, очень точные замечания, претендующие на полноправное членство в рядах пословиц классических:

*Реклама – двигатель торговли, топливом которому служит терпение телезрителей;*

*От ГАИ до ненависти один шаг;*

2. В группе антипословиц, **репрезентирующих человеческие качества** (51 единица, что составляют 18%) больше всего антипословиц об уме и глупости, а также о различных проявлениях уверенности (уверенность, самоуверенность, наглость, хвастливость). Также в группе личных качеств представлена тема болтливости:

*Пруха есть, ума не надо;*

*Крыша есть, ума не надо.*

3. Группа, представляющая **отношение к труду и учению**, достаточно многочисленна (39 единиц, что составляют 14%). Больше половины антипословиц продолжают в слегка подновленном виде мысли пословиц традиционных. Также есть пословицы, в которых очень метко подмечены явления нашего века. Есть и антипословицы с отрицательным отношением к труду – те, в которых главная ценность – отдых. И все же, во всех этих пословицах нет резко отрицательного отношения к труду, учебе. Используется ирония, юмор, но не сарказм. Возможно, это связано с тем, что упорный труд по-прежнему остается единственным способом чего-то добиться в современной России:

*Сделал бизнес, беги с отчизны;*

*Учение — свет, а неучение — армия;*

*Учеба и труд до добра не доведут.*

4. Тематическая группа, **раскрывающая отношения мужчины и женщины** (34 единицы, что составляют 12%) представлена антипословицами, выражающими пренебрежительно-циничное отношение к любви, семье, женщине и мужчине:

*Любите жену - неиссякаемый источник знаний ваших недостатков;*

*С милым рай в шалаше, если милый атташе;*

*Береги честь смолоду – полюбишь и козла.*

Антипословицы с уважительным отношением к женщине в анализируемом нами материале отсутствуют.

5. **Группа антипословиц на тему «жизнь»** (26 единиц, что составляют 8%) свидетельствует о пессимистичном настрое современного россиянина:

*Вся жизнь – игра. А мы в ней кто? Мы – лохи;*

*Утро вечера дряннее.*

6. Следующая тематическая группа – **антипословицы о дружбе** (24 единицы, что составляют 8%). В большинстве трансформов этой группы дружба считается в лучшем случае – взаимовыгодным

сотрудничеством, в худшем – глупостью. В некоторых случаях вообще отрицается возможность существования дружбы. Дружба из понятия возвышенного, идеального низводится до конкретно-бытового:

*Не зная бродя, пропусти товарища в воду;  
Дружба дружбой, а нефть врозь;  
Роешь другому яму, не забудь подстелить солому.*

7. Гораздо меньше антипословиц (17 единиц, что составляют 6%), в которых звучит **напоминание об ответственности за свои действия:**

*Любишь кататься, люби и "бабушки" платить;  
Мы в ответе за тех, кого выбираем.*

8. **Тематическая группа денег** представлена в 16 антипословицах (что составляют 6%). В этой группе сохраняется то же отношение к деньгам, которое было и в классических пословицах, хотя выражено это отношение порой в грубых или просторечных формах. Некоторые из пословичных трансформов практически идентичны по смыслу традиционным пословицам:

*На чужую кучу нечего глаза пучить;  
Красна изба не кутежами, а своевременными платежами;  
Лес рубят деньги летят.*

9. **Тема еды** представлена в 14 антипословицах (что составляют 5%). В этой группе так же, как и в антипословицах, выражающих общественные взаимоотношения, очень много тонких, остроумных замечаний:

*Аппетит приходит вовремя, а зарплату опять задерживают;  
Голод не тетка, а родная сестра лечебному голоданию;  
Аппетит приходит во время еды, а отравление – после.*

10. В тематической группе, **представляющей отношение к власти** (3 единицы, что составляют 1%), в основном представлены так называемые «путинизмы». При этом фамилия действующего президента превращается в нарицательное существительное. Путин становится в народном сознании олицетворением власти, начальства. Отсюда отрицательная коннотация слова. Положительная оценка возникает только из-за осознания богоданности власти. Путин при этом сравнивается с Богом, Христом:

*Как у Путина за пазухой.  
Народ не роскошь, а средство обогащения.*

Таким образом, мы выяснили, что тематические группы антипословиц от классических пословиц существенно не отличаются; в основном в них поднимаются все те же темы — любви, дружбы, труда, учения, семьи. Меняется лишь отношение к ним: зачастую, оно становится пренебрежительно-циничным или ироничным:

*Народ не роскошь, а средство обогащения.*

Причем смысл исходной пословицы часто меняется на противоположный:

*Кто рано встает, тот рано помрет.*

## Глава 4. Языковая специфика антипословиц

### 4.1. Разговорный стиль речи – характерный признак антипословиц

Наибольшие изменения при создании антипословиц происходят с лексикой. Именно в лексике прежде всего отражаются те изменения, которые происходят в жизни общества, его истории и культуре.

Проведенный нами анализ позволяет утверждать, что в большинстве своем антипословицы принадлежат разговорному стилю речи. Книжная лексика используется лишь для создания иронического подтекста: *Ученье - свет. В его лучах уж не один студент зачах*. Общая тенденция в создании антипословиц – в намеренном снижении морализаторской функции и пафоса победы добра над злом, проявляющаяся в использовании сниженной лексики, в создании ироничного подтекста:

*Стричь или не стричь - вот в чем вопрос.*

Огромное количество жаргонизмов и просторечий – характерный признак антипословицы. Очевидно, это связано с тем, что создатели антипословиц – это та самая группа населения, которая и создает низовую городскую, а также молодежную культуру.

Можно заметить, что в анализируемых антипословицах нейтральная, в общем-то, лексика, в контексте высказывания оказывается экспрессивно окрашенной. Это возникает за счет:

1. Употребления слов с суффиксами, передающими экспрессивную окрашенность:

*Своя **ножка** не тянет.*

2. Широкого использования слов, образованных по специфическим разговорным моделям «смыслового стяжения» (сокращения), т.е. соединения двух или нескольких слов в одно:

*Дорога к обеду ложка, а к инфаркту **неотложка**.*

### 4.2. Морфологические особенности пословичных трансформов

В ходе исследования мы пришли к выводу: морфологические особенности пословичных трансформов во многом связаны с морфологическими особенностями пословиц-прототипов. При этом очень часто сохраняется даже частеречная принадлежность компонента, взятого из классической пословицы и замененного автором при создании антипословицы:

*Не пойман не кайф (вор);*

*Мойте руки перед бедой (едой).*

При создании антипословицы авторы изменяют прежде всего имена существительные, как правило, являющиеся опорными в классических пословицах. При этом слово, появившееся в результате трансформации, также остается существительным. Этот процесс происходит в 89 случаях из 245 (36%). Цифра внушительная. Она говорит о том, что замена существительных классических пословиц при создании антипословиц с сохранением той же части речи — ведущий способ преобразования.

Замена в антипословицах конкретных имён существительных отвлеченными (28%):

*С долгами жить – по-волчьи выть (волками)*

*Халява бывает только в мышеловке (бесплатный сыр);*

*Одна челка хорошо, а две лучшие (голова).*

Замена в антипословицах отвлеченных и собирательных имен существительных конкретными именами существительными происходит в 55% случаев:

*В спорах рождаются папоротники (истина);*

*Нет дамы без огня (дыма).*

Выяснили, что замена в антипословицах конкретных имён существительных отвлеченными происходит гораздо реже. Большинство же конкретных имён существительных при трансформации пословиц остаются в том же разряде. Причина редкой замены конкретных имён существительных отвлеченными, как нам кажется, в том, что цель антипословицы – сделать пословицу доступной каждому человеку, приблизить ее к конкретной ситуации. Пословица содержит мудрость веков. Столетиями происходил процесс её отшлифовки, так что пословица – универсальное средство познания, применимое к очень многим ситуациям и потому отвлеченное от действительности. Современному же человеку не нужна абстрактная мудрость, ему хочется видеть конкретное решение, суждение, отношение к возникающим конкретным же ситуациям.

Наблюдается замена в антипословицах нарицательных имен существительных собственными. Это связано с желанием создателя приблизить пословицу к современности (*Чук от Гека недалеко падает*), а иногда для того, чтобы осветить какую-либо ситуацию, создавшуюся в реальной жизни на данный момент (*Гусман Михалкову не товарищ*). Последнее часто применяется в СМИ. Журналисты, как известно, являются одними из активных создателей антипословиц. Случаев перехода нарицательных имен в собственные всего 10% от общего количества.

### 4.3. Структура антипословиц

Антипословицы представляют собой, как правило, простые предложения, реже – сложноподчиненные и сложносочиненные. По всей видимости, это связано с тем, что обязательное условие существования афористических выражений – легкость восприятия носителями языка и дальнейшего их воспроизведения.

Рассматривая антипословицы с точки зрения их структуры, мы увидели, что они имеют тенденцию к усложнению структуры по сравнению с классической пословицей. Связано это с тем, что в антипословице часто появляется дополнительная информация, связанная с реалиями времени (*Вся жизнь игра, а люди в ней актеры, но каждый рвется в режиссеры*). По этой причине образуется около половины всех сложных предложений и сложных синтаксических конструкций.

Вторая причина усложнения структуры – в развлекательной функции антипословиц. Для того, чтобы вызвать смех, носители языка часто соединяют части уже имеющихся пословиц. Так возникают БС

*Тише едешь- кобыле легче;*

*Береги честь смолodu — полюбишь и козла.*

И все же, несмотря на явную тенденцию к усложнению структуры, отметим, что количество антипословиц, представляющих собой простые и сложные предложения, практически равно (48% — простые предложения, 47,2% — сложные; количество ССК и антипословиц, состоящих из нескольких предложений 14, что составляет всего 4,8%).

## Глава 5. Анализ социологического опроса

В результате анкетирования учащихся, проведённого в рамках исследовательского проекта, было выяснено, что большинство участников опроса (95%) дали приблизительно правильный ответ на первый вопрос, определив поговорку, как краткое известное выражение народного происхождения, несущее поучительный смысл.

На второй вопрос большинство участников дали неверный ответ. Они определили антипословицы как антиподы исходных паремий. Однако около 70% участников опроса указали на юмористический характер данных трансформов, в основе которых лежат исходные поговорки.

В результате наблюдения за речью учащихся на уроках, на переменах, вне школы был сделан вывод: 29% школьников употребляют в своей речи антипословицы. Чаще всего ребята употребляют антипословицы, представляющие отношение к труду и учению:

*Не так страшен экзамен, как его малюют;*

*Кто рано встаёт, ту зовут Ольга Александровна;*

*Не откладывай на завтра то, что можно отложить на послезавтра;*

*Учение — свет, а неучение — армия;*

*Учеба и труд до добра не доведут.*

Встречаются в речи учащихся школы антипословицы о дружбе:

*Не зная бродя, пропусти товарища в воду;*

*Друг познается в еде;*

*Не понял сам - не дай понять другому.*

Как правило, антипословицы продолжают в слегка подновленном виде мысли поговорок традиционных. Конечно, нас радует, что во всех этих поговорках нет резко отрицательного отношения к учебе, так как ребята понимают важную роль образования в современном мире. А вот поговорки о дружбе свидетельствуют о том, что дружба из понятия возвышенного низводится до конкретно-бытового уровня. Во всех поговорках используется ирония и юмор.

В результате наблюдений было установлено: употребление антипословиц в речи учащихся нельзя считать популярным. Одни используют антипословицы как экспрессивное средство, считая его модным. Для других употребление паремий – это некий протест против «серой» действительности, попытка с помощью шутки, юмора и смеха разнообразить монотонность повседневного бытия. Ребята используют антипословицы как средство протеста против авторитарного, по их мнению, давления родителей, учителей в форме скрытой смеховой критики.

Явно провокационный характер многих антипословиц позволяет ученикам выплеснуть свое отрицательное отношение ко многим явлениям школьной действительности, за неимением иных рычагов влияния на нее.

## Заключение

Материал, исследованный в настоящей работе, позволяет сделать следующие выводы:

1. Видоизмененные пословицы (т.е. антипословицы) – новое, но достаточно распространенное сегодня явление. Они возникли как реакция на необратимые перемены, произошедшие в экономической, политической, духовной жизни нации. Исследуемые трансформы отражают современные культурные доминанты, явления, оценки, которым отдается приоритет в данном обществе в данный момент времени.

2. Определено, что при образовании антипословиц наиболее частотны так называемые формальные трансформации, которые связаны с языковой игрой, что вполне закономерно, так как человеку гораздо легче изменить уже существующую пословицу, нежели добавить к ней качественно новую информацию.

3. Из антипословицы уходит присущее русской классической пословице уважительное, бережное отношение к семье и к женщине как хранительнице семейного очага.

4. На первое место в дружеских отношениях выходит выгода, расчет. Друг в условиях рыночной экономики становится либо компаньоном, либо конкурентом. Во всяком случае, нами не найдено ни одной антипословицы о важности дружбы в духовном, а не материальном её понимании. Важно заметить, что, несмотря на циничность и практицизм антипословиц о любви и дружбе, не стоит забывать, что антипословицы часто возникают как протест против авторитета пословицы, а не против семейных и дружеских отношений.

5. По всей видимости, в связи со все той же рыночной экономикой связано то, что нет резко отрицательного отношения к труду и учению.

6. Отношение к власти, деньгам, еде, личным качествам человека остается таким же, как и в пословицах классических. Добавляются лишь реалии времени и едкая ирония.

7. Доказано: основной стиль речи антипословиц — разговорный, однако большое количество лексических единиц (~20%) находится за пределами литературного языка: это просторечия и жаргонизмы. Связаны все эти явления с процессом вульгаризации литературного языка.

8. Антипословицы представляют собой, как правило, простые предложения, реже – сложноподчиненные и сложносочиненные. Это связано с тем, что обязательное условие существования афористических выражений – легкость восприятия носителями языка и дальнейшего их воспроизведения.

Таким образом, есть все основания считать, что в России появился новый жанр фольклора, базирующийся на глубинной русской культуре, но действующий по своим законам и отражающий дух своего времени.

Но антипословицы, несмотря на многочисленные использования в речи, всё-таки не смогут сломать строй языка. Их употребление является кратковременным и связано с определённым событием или явлением, которое затрагивает интересы часто узкого круга людей, обычно в молодёжной среде. Но изучение особенностей семантики и функционирования пословичных трансформов необходимо, так как способствует более глубокому исследованию национального самосознания и выстраиванию корректных тактик и стратегий современного речевого поведения.

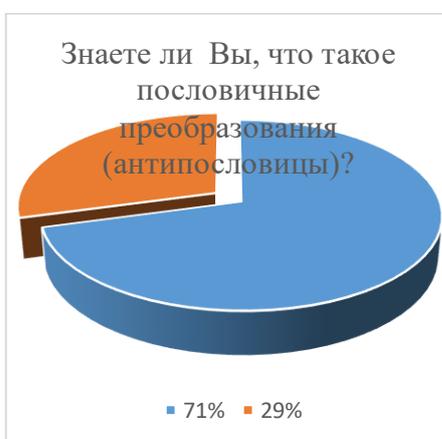
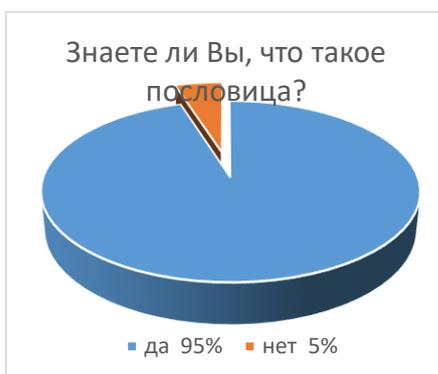
В свою очередь, пословицы продолжают иметь широкое применение и нести в себе общественную мораль, передавать народную мудрость и украшать нашу речь, делая её более выразительной и живописной.

## Библиография

1. Вальтер Х., Мокиенко В.М. Антипословицы русского народа – СПб.: Издательский дом «Нева», 2005.
2. <http://google.ru>
3. <http://home.ptt.ru/anutik/tvor.htm>. 26.6.2002.
4. Ягелло М. Пословица на рубеже веков. М., 2002. — 27 с.
5. Жирмунский В.М. Теория литературы. Поэтика. Стилистика. Л.: Наука, 1977.-с. 27.
6. Гридина, Т. А. Языковая игра: Стереотип и творчество [Текст] / Т. А. Гридина. Монография. - Екатеринбург, 1996
7. Кравцов Н.И., Лазутин С.Г. Русское устное народное творчество: Учебник для фил. спец. ун-тов.- 2-е изд., испр. и доп.-М.: Высш. шк., 1983,448с.,с ил.
8. Пермяков Г. Л. Основы структурной паремологии. -М.: Наука,1988. - 236 с.

## Приложение 1

### Результаты опроса в диаграммах:



## Приложение 2

### Антипословицы современного русского языка

1. Бедность – не порок, а гораздо хуже;
2. Бесплатному сыру в дырки не заглядывают;
3. Большие шкафы громко падают;
4. Беги пока идетя;
5. Бедность - не порог, ее можно переступить;
6. Большому кораблю - большая торпеда;
7. Wi-Fi лишним не бывает;
8. Век живи – век лечись;
9. Ветер в голове попутным не бывает;
10. Ворчание — знак согласия!
11. В гостях хорошо, а дома интернет;
12. В большой конторе дыроколом не щелкают;
14. 13. В историю можно попасть, а можно и вляпаться;
15. Возражаешь - предлагай, предложил - не убегай;
16. Волка овцы кормят;
17. Время - те же деньги, но деньги лучше;
18. Делу время — потехе деньги!
19. Держи себя в руках, если тебя не держат ноги!
20. Дареной квартире в санузел не смотрят;
21. Деток хлебом не корми, но мобильник им купи!
22. Если голова болит — значит, она есть!
23. Если непонятно, о чем идет речь, значит, речь идет о деньгах;
24. Живу лишь тем, что вынес с презентаций;
25. Заряженному танку в дуло не смотрят;
26. За двумя зайцами погонишься - от обоих схлопочешь.
27. И посеем и пожнем, если трактор заведем;
28. И зажили они – ни в сказке сказать, ни в налоговой объяснить;
29. Кто рано встаёт, тот всех достаёт;
30. Кто рано встаёт, тому весь день хочется спать!
31. Кто рано встаёт, тот далеко от работы живет;
32. Красна секретарша не тем, что красавица, а тем, что с факсом управится;
33. Кто не рискует, тот не пьёт валерьянку;
35. Кто первый встал - того и тапочки;
36. Красиво жить не запретишь, но помешать можно;
37. Каков бриф — таков и креатив;
38. Каков бюджет — таков сюжет;
39. Крыша есть, ума не надо;
40. Любишь кататься- люби и катайся;
41. Лучше ужасный конец, чем ужас без конца!

42. Ласковый слоган и кошке приятен;
43. Любишь кататься, катись к чёртовой матери;
44. Любишь кататься, купи проездной;
45. Лучше семь раз покрыться потом, чем один раз инеем!
46. Мой дядя самых честных грабил;
47. Мал бюджет, да дорог;
48. Мал клоп, да вонюч;
49. Не в деньгах счастье, а в бабках;
50. Не мотай на ус то, что тебе вешают на уши;
51. Не зная брода – пропусти вперёд товарища;
52. Не понял сам - не дай понять другому;
53. На ловца и халява бежит;
54. Не откладывай на завтра то, что можно вообще не делать;
55. Не откладывай на завтра то, что можно отложить на послезавтра;
56. На безрыбье и самокат иномарка;
57. На одну зарплату жира не нагуляешь;
58. Незванный гость хуже спама;
59. Не вернул кредита - считай рожа бита;
60. Назвался щепнем — полезай в кузов;
61. Не волосы красят женщину, а женщина волосы;
62. Не вернул кредита — считай рожа бита;
63. Не тот богат кто цены накручивает, а тот, кто сделки прокручивает
64. Не в деньгах счастье, а в их количестве.
65. Не имей сто рублей, а имей сто долларов.
66. Не смотри на потолок там ответов нет.
67. Одна голова хорошо, а с мозгами лучше
68. От труда сдохнет рыбка из пруда.
69. Одна голова хорошо, а две - некрасиво.
70. От труда сдохнет и рыбка из пруда
71. По прикиду встречают — по понятиям провожают.
72. Пришла беда — вынимай паспорта!
73. Разбил добро - езжай на метро;
74. Семь раз промолчи и один раз крякни;
75. С кем поведёшься, от того и блох нахватаешься;
76. Старый конь борозды не портит, он ляжет в нее и лежит;
77. Семеро одного найдут!
78. С кем поведешься – так тебе и надо;
79. Семь раз отмерь, отрезать дай другому!
80. Сено соломой не испортишь;
81. Скажи мне кто я, и я скажу кто ты;
82. Сколько волка ни корми – он все равно ест;
83. Слово не воробей, поймают — вылетишь!
84. Терпение и труд- мозги перетрут;
85. Терпение и труд кого хочешь добьют;

86. Тяжело в лечении – легко в раю;
87. Тише едешь – больше командировочных;
88. Труд сделал из обезьяны человека, а из человека лошадь;
89. Тамбовский волк тебе провайдер;
90. Ученье свет - а учебников тьма!
91. Ученье — свет, а неученье — чуть свет и на работу;
92. У соседа корова сдохла - мелочь, а приятно;
93. Ученье — свет, а за свет надо платить;
94. Чем дальше в лес, тем своя рубашка ближе к телу;
95. Хорошо смеется тот – кто стреляет первым;
96. Хорошо смеется тот – кто смеется как лошадь;
97. Чем круче внедорожник, тем дальше идти за трактором;
98. Яйца курицу дисциплинирую;
99. Яйца от курицы не далеко падают;
100. Кто в армии служил, тот в цирке не смеётся;
101. Тиха украинская ночь, но сало лучше перепрятать;
102. Крепче за шофёрку держись, баран;
103. Или призыв для живущих за границей: «Любите Родину, мать вашу!»
104. А может, и вы что-нибудь сообщите?
105. Не для себя стараемся, а ради отечественной лингвистики
105. Долг утюгом страшен
106. Добро всегда побеждает зло. Так и не ясно, кто кого побеждает
107. С бешеной собаки хоть шерсти клок
108. Любите газету — неиссякаемый источник кульков для семечек
109. Кто не рискует, тот не пьет валерианку
110. Любите жену - неиссякаемый источник знаний ваших недостатков
111. Чем меньше женщину мы любим, тем больше времени на интернет
112. Ученье - свет. В его лучах уж не один студент зачух
113. С милым рай в шалаше, если есть недвижимость на Канарах
114. Ученье — свет, а за свет надо платить
115. Не имей сто рублей, не имей сто друзей, а имей одну наглуую морду
116. На бабца и зверь бежит
117. Сто пять — баба ягодка опять
118. Кто рано встает, тот рано помрет
119. Эмо с возу, мозгов все равно столько же.
120. Баба с возу - дальше будешь
121. И баба с возу, и волки сыты
122. Баба с возу - потехе час
123. Утро вечера бодунее
124. Паршивый эмо все стадо портит.
125. За двумя эмо-боями погонишься, ни одного не поймаешь...
126. На халяву и зверь бежит
127. На чужую кучу нечего глаза пучить
128. Нечего зеркало пинать, коли рожа крива

129. Назвался хрюном — полезай в лукошко
130. С милым рай в шалаше, если милый атташе
131. Не так крут Брут, как его малюют
132. На халяву и «Рама» сливочное масло
133. На халяву и алебастр-творог
134. На халяву и алебастр-хлорка
135. Учение — свет, а неучение — армия;
136. Учеба и труд до добра не доведут.
137. Халява бывает только в мышеловке
138. Дружба дружбой, а нефть врозь
139. Не зная броду, иди на фиг
140. Заставь дурака молиться –сам не плошай
141. За двумя зайцами погонишься, лесник морду набьет
142. Чужая семья-потёмки
143. Хорошо смеется тот – кто смеется как лошадь
144. Услужливый дурак опаснее врага
145. У соседа корова сдохла - мелочь, а приятно
146. Скупой платит дважды. Тупой платит трижды. Лох платит постоянно
147. Береги снэпы снову, а челку с молодости.
148. Без труда не вырубишь и рыбку топором
149. Язык мой - drug твой
150. Старый глюк лучше новых двух
151. Тиха украинская ночь, но сало лучше перепрятать
152. Береги честь смолоду — полюбишь и козла
153. Дуракам закон не писан. Если писан, то не читан. Если читан, то не понят. А если понят, то не так.
154. Счастливые ментов не замечают
155. Пруха есть, ума не надо
156. Был бы дуб- пила найдётся.
157. Дареному провайдеру в канал не смотрят
158. Куй железо, пока Горбачев
159. Любишь кататься, люби и «бабушки» платить
160. Крыша есть, ума не надо
161. Будет и на нашей улице селебрейпш
162. Не все то «Виндоус», что висит
163. Не имей сто рублей, а имей сто баксов
164. Чем больше дров, тем меньше лес
165. Чем дальше в лес, тем ну его на фиг
166. Чем дальше в лес, тем фиг вернешься
167. Чем дальше в лес, тем больше пофиг
168. Братву по осени сажают
169. Мойте руки перед бедой
170. Старый труп лучше новых двух
171. Рыбак рыбака ненавидит издалека

172. Чем дальше в лес, тем ближе вылез
173. Делу время - потей сейчас
174. Все лишнее - детям
175. Друг познается в еде
176. Друг познается в питье
177. Терпи, казак, с автоматом будешь
178. Куренье вред, а некурящих тьма
179. Нет дамы без огня
180. Куй железо, пока Горбачев
181. С долгами жить, по-волчьи выть
182. От ГАИ до ненависти один шаг
183. Роешь другому яму, не забудь подстелить солому
184. Сколько волка ни корми, ни пуха ни пера
185. Тише едешь, кобыле легче
186. Не все то золото, что молчит
187. На безрыбье и слона из мухи сделаешь
188. Сколько веревочке ни виться, но концы приходится прятать в воду
189. Без труда и кашу маслом не испортишь
190. На чужой каравай где сядешь, там и слезешь
191. Плохие дороги требуют хороших проходимцев
192. Студентов по осени считают
193. Цыплят по осени стреляют
194. Хорошо смеется тот, кто смеется после зачета
195. Не имей сто рублей, не имей сто друзей, а имей одну наглую морду
196. Один Колумб хорошо, а два-лучше
197. Мал футболист, да дорог
198. На вкус и цвет «Трех товарищей» нет
199. Театр одного актера, весь билет продан
200. Скажи мне, на каком матрасе ты спишь, а я скажу, что у тебя болит
201. Своя аллергия ближе к телу
202. Гусман Михалкову не товарищ
203. Скажи мне, как ты тратишь деньги, и я скажу, кто ты
204. Время - лучший доктор, но плохой косметолог
205. В спорах рождаются папоротники
206. С миру по нитке — директору зарплата
207. Кашу маслом не посолишь
208. Богатые тоже платят
209. Народ не роскошь, а средство обогащения
210. Машина не роскошь, роскошь - средства на её передвижение
211. Роешь другому яму, не забудь подстелить солому
212. Сколько волка ни корми, ни пуха ни пера
213. Тише едешь, кобыле легче
214. Не все то золото, что молчит
215. На безрыбье и слона из мухи сделаешь

### Рецензия

на научно – исследовательскую работу «Антипословицы как паремиологические единицы языка. Их семантические и языковые особенности. Основные способы образования» ученицы 9 класса МБОУ ООШ с. Новое Шаткино Шиндиной Полины.

Работа Шиндиной Полины посвящена комплексному исследованию пословичных преобразований (антипословиц).

В связи с активизацией трансформационных процессов в сфере пословиц, актуальность данной работы не вызывает сомнений. Подобного рода исследования в дальнейшем позволят прогнозировать динамику трансформационных процессов в сфере паремиологии.

В данной работе присутствуют все обязательные элементы исследования: цель, задачи, методы исследования. Цель и задачи исследовательской работы определены, ясно сформулированы, четко обоснованы. Определена суть изучаемой проблемы и ее актуальность.

Тема проекта раскрыта исчерпывающе. Работа содержит достаточно полную информацию из разнообразных источников. Представлен исчерпывающий анализ пословичных преобразований, сделаны необходимые выводы.

При написании работы была проанализирована картотека пословичных трансформов, извлеченных из словаря «Антипословицы русского народа» В.М. Мокиенко и Х. Вальтера, и материалов СМИ.

Продемонстрирован высокий уровень знания специальных понятий, способности к анализу, умений определения проблемных задач и поиска путей их решения. Работа отличается творческим подходом, собственным оригинальным отношением автора к идее проекта, четким и грамотным оформлением в точном соответствии с установленными правилами. Структура изложения материала, грамотность оформления позволяют оценить работу положительной оценкой.

В результате исследовательского проекта создана компьютерная презентация. Она полностью соответствует требованиям качества, то есть эстетична, удобна в использовании, соответствует целям проекта.

Научный руководитель - Служаева Е.Г.,  
учитель русского языка и литературы  
МБОУ ООШ с. Новое Шаткино  
Камешкирского района



Рецензент – Салаева Л.В.,  
руководитель РМО  
учителей русского языка и литературы  
Камешкирского района



Директор  
МБОУ ООШ с. Новое Шаткино -  
Семашкина О.А.

