



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

**Художественно-стилистические средства создания афоризмов (на
материале английского языка)**

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Иностранный язык»
Форма обучения очная**

Проверка на объем заимствований:
82 % авторского текста
Работа рекомендована к защите
«19» июня 2023 г.
зав. кафедрой английской
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнил:
Студент группы ОФ 503-091-5-1
Меньщиков Андрей Сергеевич
Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Мошкович Виктор Маркович

Челябинск
2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. АФОРИЗМ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.....	6
1.1 Определение афоризма.....	6
1.2 Функции и характерные особенности афоризмов.	10
1.3 Виды афоризмов.	14
1.4 История возникновения афоризмов	18
Выводы по первой главе.....	21
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ СОЗДАНИЯ АФОРИЗМОВ.....	23
2.1 Художественно-стилистические средства создания афоризмов.....	23
2.2 Афоризмы с использованием тропов	28
2.3 Афоризмы с использованием фигур речи (синтаксических фигур). ..	35
2.4 Практическая значимость материалов и результатов исследования ..	46
Выводы по второй главе.	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	60

ВВЕДЕНИЕ

В нашу высоко-технологичную эпоху, с ее высоким жизненным темпом и огромным количеством информации, доступ к которой практически не ограничен, а наоборот очень даже прост, огромный интерес вызывают наиболее полные и яркие, но в то же время краткие высказывания. Под данной характеристикой подразумеваются афоризмы. В последние годы наблюдается стремительный рост интереса к афористике и к афоризмам, которые она изучает.

Данный феномен обусловлен тем, что афоризм, по своей сути, является кратким высказыванием, в нем содержится глубокая мысль. В дополнение к этому афоризмы заключены в образную, легко запоминающуюся форму, что увеличивает его универсальность и популярность в мире.

Стоит также отметить и то, что тематика афоризма направлена на человеческую личность и способна отражать ее всевозможные грани. Именно это повышает актуальность афоризма в нашем обществе.

На сегодняшний день афоризмы являются предметом исследования лингвистов, историков, философов, а проблемы афористики рассматриваются на различных международных семинарах, конференциях.

Композиционное и смысловое совершенство в лучших афоризмах достигается через создание художественного образа. Использование разнообразных тропов и стилистических фигур обуславливает образность, оригинальность и эмоциональную действенность афоризмов, в связи с этим актуально, на наш взгляд, выявление тех стилистических приемов, которые встречаются в их структуре.

Объектом нашего исследования являются непередаваемые афоризмы англоязычных авторов 20-21 веков.

Предметом исследования являются художественно-стилистические средства, применяемые для создания афоризма.

Целью настоящей работы является выявление и описание художественно-стилистических средств, которые создают афоризмы, а также определение их роли и функции.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

- 1) изучение литературы по теме исследования, проведение ее анализа с последующими выводами;
- 2) отбор практического материала, а именно афоризмов, созданных англоязычными авторами;
- 3) определение термина «афоризм», выделение его характерных особенностей, признаков;
- 4) анализ отобранных афоризмов и изучение тропологической системы афористических текстов;
- 5) выявление наиболее типичных художественно-стилистических средств создания афоризма;
- 6) разработка комплекса упражнений с использованием материалов и результатов исследования

В соответствии с целью и задачами исследования основными методами в данной работе являются: метод лингвистического наблюдения и описания, сравнительно-сопоставительный метод, количественный метод.

Теоретическую базу нашего исследования составляют работы отечественных и зарубежных лингвистов в области афористики, стилистики. (Н.Т Федоренко, Л.Н Сокольская, И.Р Гальперин, М. Л Гаспаров, С. А Шаталова)

Практической базой исследования послужили афоризмы, отобранные из сборников афоризмов, а также из Интернет-ресурсов. Исследуемая выборка включает 200 афоризмов.

Цели и задачи определяют объем и структуру исследования. Работа общим объемом 57 листов печатного текста состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, определяются объект и предмет исследования, цели и задачи исследования, а также определены методы исследования.

В первой главе раскрываются основные теоретические положения, описывается история развития афоризма, его характерные особенности, виды, функции.

Вторая глава включает анализ и выявление наиболее частотных художественно-стилистических средств, используемых для создания афоризмов.

В заключении подводятся основные итоги исследования.

Список использованных источников содержит 49 названий научной литературы, сборников афоризмов и интернет-источников.

Практическая значимость состоит в том, что материалы и результаты исследования могут быть использованы на семинарских занятиях по стилистике и лексикологии английского языка, а также на уроках английского языка в средней школе.

На защиту выносятся:

1. Тропологический аспект афоризмов, являясь лингвистическим преломлением образности текста, характеризуется:

- преобладанием метафоры;
- активным использованием иронии и гиперболы;
- обновлением образа, отражающего авторский взгляд и конденсацией мысли за счет тропеического приращения смысла.

2. На синтаксическом уровне афоризм склонен к:

- использованию фигур экспрессивного синтаксиса, сообщающих тексту дополнительную выразительность;
- преимущественному использованию антитезы, параллелизма;
- высокой концентрации и конвергенции синтаксических фигур, объединяющихся с тропами.

ГЛАВА 1. АФОРИЗМ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Определение афоризма

На протяжении человеческой истории афоризмы пользовались популярностью и привлекали внимание множества людей по ряду причин. Во-первых, афоризм – краткое высказывание, что позволяет с легкостью его запомнить и использовать в своей речи. Во-вторых, афоризм – высказывание, в основе которого содержится глубокая и законченная мысль, которая является истиной для людей, существующих в обществе.

С помощью афоризмов люди могли кратко, но в полной мере выражать свои глубочайшие переживания, мнения и мысли в целом.

Афористическое выражение обобщает и типизирует разнообразные проявления индивидуального и социального существования и прочно бытует в общении как его органическая часть, так и емкая и концентрированная модель образного отображения реальности и выражения отношения языка к ней [5].

В эпоху научно-технического прогресса значимость афоризма кардинально изменилась, его популярность многократно возросла. Доказательством тому служит то, что во многих странах такой раздел лингвистики, как афористика, стремительно развивается уже не первый год, а где-то достигла пика своего существования. Проблемы афористики рассматриваются на международных литературных конгрессах, им посвящаются научные диссертации и многочисленные исследования.

Возрастающий интерес к данному разделу лингвистики обусловлен тем, что в условиях постоянно ускоряющихся темпов жизни, афоризм, наделенный лаконичностью, универсальностью и полнотой мысли, остается актуальным и соответствует духу современности, отражает тенденции в обществе.

В дополнение к этому стоит отметить и тот важный аспект афоризма, что он в равной мере близок как к науке, так и к искусству. [12] Это объясняется тем, что в данном явлении взаимодействуют принципы художественного творчества и научного. Афоризм находится на стыке этих двух сфер, вбирая в себя черты того и другого, являясь своеобразной связкой, звеном между этими двумя областями интеллектуальной деятельности.

Таким образом, афоризм обладает непосредственными чертами искусства, такими как: выразительность и образность. В то же время лаконичность и точность афоризма можно отнести к его научной черте. Исходя из этого, можно утверждать, что такие выдающиеся деятели науки, как Гиппократ, Паскаль, Лихтенберг и др. являются создателями афоризмов, в той или иной мере.

Как утверждает Шаталова С.А афоризмы следует считать литературным жанром, но, т.к они находятся на стыке двух сфер интеллектуальной деятельности, то они также близки и к науке [38]. Данный факт способствует их популярности в наше время.

Данный жанр закрепился достаточно давно в литературе, но несмотря на это, в мире не существует точно разработанной теории афористики. В доказательство этому можно привести существование огромного количества определений понятия афоризм. Одни считают, что афоризм – глубокая, поучительная мысль, которая заключена в краткой форме. Другие же представляют афоризм как парадоксальное суждение в изощренном стиле, тяготеющее к оригинальности.

Понятия афоризма, его восприятие может различаться в зависимости от культурно-исторического фона и научного контекста, а также от позиции исследователя.

Для того, чтобы дать наиболее полное и понятное определение афоризма, следует обратиться к различного рода литературе. В энциклопедиях, справочниках и других научных источниках мы можем

найти огромное количество дефиниций слова Афоризм. Данные термины могут отличаться не только по конкретным особенностям, но и по основным характеристикам, которые дают исследователи. Для сравнения рассмотрим наиболее полные и показательные определения.

Афоризм (греч. ἀφορισμός – определение, краткое изречение), обобщённая мысль, выраженная в лаконичной, художественно заострённой форме (обычно с помощью антитезы, гиперболы, параллелизма и пр.) [42].

Афоризм – краткое выразительное изречение, содержащее обобщающее умозаключение [43].

Афоризм - изречение в сжатой форме, выражающее какую-нибудь мысль. Афористическая манера писания и речи означает сжатый, отрывистый способ выражения [13].

Форма и функция афоризма наиболее четко и точно выражена в Толковом словаре русского языка под редакцией Д.Н Ушакова:

Афоризм – краткое и выразительное изречение

В Словаре литературоведческих терминов под редакцией С.П Белокуровой [5] афоризм определяется следующим образом:

Афоризм - краткое изречение, содержащее в себе законченную мысль, философскую или житейскую мудрость; поучительный вывод, обобщающий смысл явлений.

Также в данном словаре отмечается, что иногда к афоризмам относят пословицы, однако афоризм имеет автора, в то время как пословицы являются продуктом народного творчества.

Из определения М. Л Гаспарова [10] об афоризме следует, что:

Афоризм (от греч. aphorismós — определение, краткое изречение), обобщенная мысль, выраженная в лаконичной, художественно заостренной форме (обычно с помощью антитезы, гиперболы, параллелизма и пр.).

Для более полного представления об афоризме стоит также рассмотреть понятия из зарубежных источников:

Aphorism - a terse formulation of a truth or sentiment [47].

Aphorism - a short clever saying that is intended to express a general truth [44].

Aphorism - a concise expression of doctrine or principle or any generally accepted truth conveyed in a pithy, memorable statement. Aphorisms have been especially used in dealing with subjects that were late in developing their own principles or methodology—for example, art, agriculture, medicine, jurisprudence, and politics [46].

Aphorism - 1) pithy observation which contains a general truth. 2) A concise statement of a scientific principle, typically by a classical author [49].

Aphorism - a short phrase that says something true or wise [48].

Таким образом, проанализировав дефиниции русских и английских словарей можно проследить, что присутствуют небольшие различия в интерпретациях данного понятия. Так, в русскоязычных источниках акцент делается на индивидуальности, непредсказуемости и экспрессивности суждения. Нередко можно увидеть смежность понятий афоризм, пословица, поговорка. В то же время в английских словарях данный аспект не упоминается.

Из всего вышесказанного следует, что при определении понятия афоризм выделяется несколько общих черт: выразительность, лаконичность, законченность мысли, оригинальность.

На основе данных выделенных сходств можно составить свое определение афоризма, с которым мы будем работать далее в данной исследовательской работе:

Афоризм – лаконичная мысль, характеризующаяся своей оригинальностью и законченностью, отражающая общеизвестные принципы жизни общества или сформулированные автором собственные мысли.

Таким образом, афоризм, благодаря своей увеличивающейся популярности и универсальности, становится объектом исследования для ряда научных дисциплин. Афоризм может быть рассмотрен через призму

некоторых гуманитарных наук, таких как философия, литературоведение, филология, риторик, лингвостилистика, лексикология, фразеология, лингвострановедение.

1.2 Функции и характерные особенности афоризмов.

Как и любое литературное явление афоризм наделен своими собственными функциям и характерными особенностями.

Исходя из понятия афоризм, мы могли бы выделить несколько характерных его черт, которые универсальны практически для всех ныне существующих изречений подобного типа [37]:

1. Лаконичность. Лаконичность является одной из главной характеристик афоризма, что в совокупности с некоторыми другими характеристиками афоризма делает его достаточно популярным жанром изречения. Простота и краткость данного явления способствует быстрому его запоминанию, позволяет легко подстраивать его в речи. В связи с ускоряющимися темпами всех сфер жизни, в том числе и сферы речевого воздействия, лаконичность афоризма приобретает новую форму актуальности.

2. Доступность мысли. Ясность и доступность афоризма заключается в том, что практически любой человек способен понять смысл, который автор заключил в афоризм. Темы афоризмов достаточно обширны, но всегда связаны с актуальными событиями или, к примеру, описывают общественный строй, который, в большинстве случаев, знаком человеку. Это и делает афоризм достаточно понятным изречением, что облегчает его использование в повседневной жизни и повышает его актуальность. Ясность афоризма также исключает двусмысленность. Это означает то, что смысл, заложенный автором, в большинстве случаев будет донесен до конечного адресата.

3. Глубина мысли. Афоризм, так или иначе, практически всегда несет в себе глубокий смысл. Стоит отметить, что глубина мысли афоризма

всегда стремится к истине и является ключевым фактором. В совокупности с лаконичностью и ясностью афоризма, глубина мысли становится доступна всем, кто использует афоризм.

4. Завершенность мысли. Автор афоризма закладывает в него глубокую мысль, которая всегда стремится к истине. Именно поэтому важно преподнести мысль в законченном виде, чтобы как можно больше людей задумались и приняли афоризм всерьез. Законченность мысли также подчеркивает способность афоризма существовать самостоятельно, не опираясь на какой-либо контекст произведения. Таким образом, в изолированном виде афоризм способен раскрывать важную мысль.

5. Обобщенность мысли. Ранее уже говорилось о том, что афоризм отражает в себе актуальные события или явления, которые так или иначе знакомы человеку, что, в свою очередь, обеспечивает афоризму ясность. Таким образом, афоризм соответствует временным рамкам и тенденциям той эпохи, в которую и был создан. Это можно обосновать тем, что афоризмы разных эпох немного отличаются темами и ценностями, которые преподносятся в них. Актуальность мысли, заложенной в изречении, позволяет рассматривать общечеловеческий опыт и создавать глубокую, истинную по своей природе, мысль. Сформированные под влиянием исторических событий афоризмы рассматриваются как заключение, правило.

6. Художественность афоризма. Художественность афоризма достигается при помощи применения различных стилистических и эмоциональных средств. Отмечается, что афоризм должен быть не только краток, глубок и завершен, но также и привлекателен. Глубинная мысль, которую автор пытается донести, должна быть оформлена соответствующим образом, так как она несет в себе все самое прекрасное, что этот же автор и закладывал. Не стоит также игнорировать и тот факт, что художественность придает афоризму новизны. Обрамление своей глубокой мысли с помощью различных художественных и эмоциональных

средств помогает афоризму заиграть новыми красками. Таким образом, данный аспект афоризма придает ему оригинальности.

Данные характеристики являются универсальными для всех типов афоризмов и помогают вычленить его в потоке речи и тексте. Таким образом, афоризм – краткая, логически выстроенная и, что самое важное, завершенная мысль, излагаемая в письменной и устной формах. Афоризм способен нести в себе художественные характеристики, что украшает его, делая более изящным и еще более запоминающимся.

Ввиду относительной новизны афористики, как науки, существует малое количество информации о функциях афоризмов. Специалисты в данной области расходятся во мнениях, что именно можно считать функциями данных литературных явлений.

Однако, исходя из данных характеристик мы могли бы выделить несколько функций афоризмов, которые данный тип высказывания выполняет при непосредственном обращении автора к конечному адресату [18]:

1) кумулятивная функция. Так как афоризмы наделены актуальностью и соответствуют эпохе, когда были созданы, то мы можем утверждать, что они выполняют кумулятивную функцию. Она заключается в том, что афоризмы служат носителями духовных ценностей народа, его мудрости, истории, отражают специфику их существования в тот или иной период времени. Рассматривая глубже, более емкие афоризмы могут нести в себе описания особенностей экономики, географии, общественного устройства, культурные приоритеты этноса и цивилизации в целом. Таким образом, афоризм, как явление способен накапливать в себе опыт народов и цивилизаций, выполняя кумулятивную функцию.

2) номинативная функция. Данная функция заключается в констатации определенного положения дел, в указании на определенный признак, т.е в назывании и вычленении фрагментов действительности. При

выполнении данной функции афоризм способен отражать типовые ситуации, оценки, положения.

3) классифицирующая функция. Собирая в себе всю актуальную информацию и констатируя определенное положение дел, афоризм способен нести в себе классифицирующую функцию. Иными словами, данный феномен проявляется в вычленении, обособлении и назывании ситуаций, в типизации явлений действительности. Данная функция позволяет подвести итоги о закономерностях развития природы и общества.

4) эстетическая функция. Данная функция афоризма позволяет ему оставаться актуальным и привлекательным для адресата довольно продолжительное время. Она проявляется в воздействии на конечного адресата путем возбуждения в читателе ответной реакции на выраженные в афоризме эмоции, чувства и глубокие мысли. Таким образом, мы можем утверждать, что афоризм, который наделен данной функцией, имеет цель воздействовать на собеседника, вызывая у него эмоции, представления и ассоциации. Информация, подаваемая в афоризмах в эмоционально-эстетических целях и имеющая эмоциональную окраску, выражается за счет образных стилистических средств. Можно также отметить и то, что данная функция могла бы быть направлена на воспитание личности, т.к, предположительно, афоризм можно использовать таким образом, чтобы вызывать определенные чувства у людей, формировать некоторые свойства личности.

5) директивная функция. В отличие от предыдущей функции, данная функция имеет цель получить какое-либо действие от адресата. Если в предыдущей функции главной задачей было вызвать эмоции, то директивная функция побуждает читателя к действию, управляет, направляет и требует. Также стоит отметить и то, что проявление данной функции не только побуждает к действию, но и стремится воспитать и сформировать личность читателя.

б) оценочная функция. Исходя из особенности афоризма выражать глубокую мысль и нести в себе опыт поколений, можно выделить оценочную функцию. Данная функция заключается в том, что афоризм несет в себе морально-нравственные ценности, продиктованные целыми цивилизациями, представления о добре и зле, оценки объективной действительности. Таким образом, с помощью данной функции афоризм также стремится воспитать личность, определяя ценностные ориентиры при восприятии человеком объективного мира.

Таким образом, мы можем увидеть, что афоризмы несут такие функции, как накопление опыта цивилизаций, оценка окружающей нас действительности и, возможно, переоценка ценностей. Стоит также отмечать и тот факт, что афоризмы способны оказывать воспитательные функции, формировать личность, побуждать ее к действию и возбуждать различного рода эмоции. В доказательство тому, что афоризм способен возбуждать эмоции и побуждать к действиям достаточно привести некоторые военные афоризмы, произнесенные некоторыми великими политическими и военными деятелями. Из истории видно, что подобного рода высказывания вызывали чувства у народа, способствовали его сплочению и преодолению общей проблемы. В дополнение к этому, афоризм несет в себе эстетическую функцию, что способствует повышению его популярности, актуальности и добавлению ему новизны.

1.3 Виды афоризмов.

Афоризмы неоднородны по происхождению, структуре и функциональным особенностям. Таким образом, в разных филологических дисциплинах афористические высказывания могут быть систематизированы и классифицированы разными способами и на основе разнообразных критериев. Подход авторов, которые занимаются структуризацией афористических единиц, является субъективным и зависит от их подхода к изучению афористики, как науки. Выделяется, что наиболее

значимыми являются литературоведческие и лингвистические классификации афористических единиц.

Одной из самой известной литературоведческой классификацией афоризмов является классификация М. Л Гаспарова [10]. С его точки зрения, все афоризмы могут быть дифференцированы на два больших класса – фольклорные афоризмы и литературные.

Данная классификация основана на критерии определмости и неопределмости авторства афоризма. Таким образом, фольклорные афоризмы отличаются принципиальной невозможностью определения их авторства, в то время как для литературных афоризмов характерно наличие реального или потенциального, подразумеваемого автора. Исходя из этого, литературные афоризмы, по М. Л Гаспарову, могут быть разделены на три подгруппы [10]:

1) гномы (сентенции) – афористические изречения, которые не обязательно соотносятся с именем какого-либо автора. Также квалифицированы как безличные сентенции и занимают промежуточное положение между безымянными пословицами и индивидуализированным (авторским) афоризмом.

2) апофегмы – афористические изречения, которые предписываются определенному, конкретному автору. Как правило автором апофегмы является историческое лицо.

3) хрии – афористические изречения определенной, конкретной личности или автора, созданные при определенных обстоятельствах (вложенные в уста конкретного лица при конкретных обстоятельствах). Обычно представлен в виде миниатюры, в которую заложено оригинальное поучительное изречение какой-либо великой личности в контексте сообщения о том или ином событии.

Среди классификаций афоризмов можно также выделить и классификацию академиков Н. Т Федоренко и Л. И Сокольской. Данная

классификация основывается на автономности и неавтономности характера функционирования афоризмов [37].

Таким образом, афоризмы можно разделить на обособленные (самостоятельные) и вводные (интертексты). Обособленные афоризмы способны существовать самостоятельно и входят в произведения, состоящие из одних афоризмов, в то время как вводные афоризмы встречаются в различных литературных жанрах, романах, повестях, драме, поэме, очерке. Данные типы афоризмов, согласно классификации могут быть разделены по принципу ритмизованности или неритмизованности формы своего речевого выражения на афоризмы поэтические и афоризмы в прозе.

В свою очередь афоризмы в прозе могут быть подразделены на афоризмы и афористические высказывания, в зависимости от их лексического и синтаксического объема.

Также стоит отметить и классификацию М. Н. Эпштейна, которая базируется на генолого-семантических отличиях афоризмов. Согласно данной теории, среди афоризмов выделяется четыре разновидности, исходя из специфического для каждого из них содержания и художественной формы их содержания. Таким образом, согласно М. Н. Эпштейну, афоризмы могут быть разделены на:

1) максимы – категоричный изречения, обобщающие действительность. Часто обобщение реальности имеет эмпирическое значение, доказанное опытом. Представляется в виде наставлений.

2) сентенции – изречения, имеющие декларативный характер. Являются теоретическим результатом обобщения действительности.

3) гномы – изречения, как правило в стихотворной форме и имеющие поучительный характер. По своей сути обобщают действительность. Одной из особенностей является также и то, что гномы являются анонимными высказываниями, однако иной раз высказаны от имени своего автора.

4) хрии – изречения, в которых обобщение действительности нельзя отделить от той жизненной ситуации, которая спровоцировала его появление [40].

И хотя классификация Эпштейна М.Н имеет сходство с классификацией М. Л Гаспарова, оба деления базируются на разных критериях, что в очередной раз доказывает то, что структуризация афоризмов по какому-либо признаку может быть расценена субъективно, в зависимости от подхода.

Касаясь лингвистической классификации афоризмов, отечественными лингвистами В.Г. Костомаровым и Е.М. Верещагиным было предложено деление всех афористических единиц на основе их массовости или индивидуальности на: речевые (индивидуально-авторские) и языковые афоризмы [6]. Массовость может быть определена по критерию известности афоризма всем носителям языка.

Таким образом, речевые афоризмы являются индивидуальными и не выходят за пределы локального бытования и даже остаются достоянием отдельных лиц, авторов афоризма, в то время как языковые афоризмы характеризуются своей массовостью, известностью, а также доступны практически всем слоям населения.

Языковые афоризмы дифференцируются на четыре класса в зависимости от своего происхождения:

1) пословицы и поговорки – краткие изречения в устной форме, которые восходят к фольклору.

2) крылатые слова (фразы) – вошедшие в речь из литературных источников краткие цитаты, образные выражения, изречения исторических лиц. В отличие от пословиц, принадлежит в большинстве своем литературной речи.

3) лозунги, призывы, девизы – такие изречения, которые выражают определенные философские, социальные, политические воззрения и

источниками проникновения которых в речь служат средства массовой информации и публицистические литературные работы.

4) общественно-научные формулы и естественно-научные формулировки – краткие изречения, заимствованные из науки [6].

Не стоит исключать и то, что теоретически афоризмы можно классифицировать по предметно-тематическому принципу, в зависимости от поднимаемой в афоризме проблемы.

Такого рода классификации афоризмов являются мало репрезентативными, т.к. охватывают только те афористические единицы, которые наделены определенными семантическими, функциональным, структурными и генетическими свойствами. Такими афоризмами преимущественно выступают фольклорные или литературно-художественные тексты, для которых обычно создается большинство частных классификаций афоризмов [17].

Поэтому многие из подобных классификаций субъективны, т.к. у каждого автора свой субъективный подход к рассмотрению афоризмов, их систематизации.

Таким образом, обобщенная классификация афоризмов представляет собой разделение на литературоведческие афористические единицы, которые могут подразделяться на различного рода гномы, сентенции, максимы и хрии. Также в разделении рассматривают лингвистические афоризмы, которые могут быть разделены по критерию массовости на речевые, т.е. индивидуальные афоризмы, используемые исключительно в узких кругах общественности и отражающие какую-то аутентичную сторону бытовых реалий, и на афоризмы языковые, доступные широким массам населения. Не стоит исключать и тематические подходы к классификации афоризмов, но стоит учитывать их субъективность и ситуативность, приверженность определенным бытовым ситуациям.

1.4 История возникновения афоризмов

Жанр афоризмов в европейской литературе глубоко корнями уходит в античное время. В данную эпоху жанр развивался в форме так называемых гном.

Гнома – выразительное, краткое изречение, которое зачастую имеет стихотворную форму. Содержание гномы было обезличено и никаким образом не могло быть соотнесено с автором изречения.

Таким же образом, афоризмы существовали и в форме апофегм - изречений, вложенных в уста конкретного лица, и в форме хрий - изречений, вложенных в уста конкретного лица при конкретных обстоятельствах.

Античные авторы не собирали свои изречения в книги или сборники. Однако этим занимались другие люди, задача которых была в сборе и объединении в одно целое изречений известных тогда личностей: политиков, военачальников, мыслителей. Ярким примером такого сборника является сборник Плутарха, откуда он далее сам черпал изречения с целью использования в собственных сочинениях [17].

Расцвет афоризмов в Европе приходится на середине XVII – вторую половину XVIII века, а также на период с конца XIX – начало XX века. В эти периоды отмечается тенденция к созданию таких произведений, которые на сегодняшний день считаются образцом литературной афористики. Среди них работы таких писателей как: Ф. Ларошфуко, Г.К Лихтенберга, Б.Паскаля и др. [22].

В Англии и США сфера афористики получила меньшее развитие нежели в других странах Европы, таких как Франция и Германия. Данный феномен обусловлен тем, что зарождение и развитие афористики в этих странах происходило позднее, нежели в остальной континентальной Европе. Об этом также свидетельствует незначительное количество научных трудов об афоризмах [37].

Афоризм, как особый литературный жанр, появляется в Англии в эпоху Возрождения. Первый английский писатель, который, как считается, первым использовал афористический метод изложения – Френсис Бэкон

[15]. Ф. Бэкон опирался на модель передачи мыслей, которую использовал французский моралист Мишель Монтень в своих работах. Таким образом, используя афористический метод изложения Ф. Бэконом были созданы такие известные произведения, как Новый Органон и Опыты, или наставления, нравственные и политические [15].

Среди английских писателей также большой вклад в развитие английской афористики внесли такие писатели-мыслители, как, к примеру, Б. Шоу, О. Уайльд, Г. К. Честертон и др., деятельность которых пришлась на XIX – XX в. в.

В американской же литературе, среди многих писателей можно выделить афористическое творчество Марка Твена, афоризмы которого очень своеобразны, остроумны и оптимистичны, Э. Хэмингуэя, Дж. Дьюи, Дж. Сантаяна [37].

Несмотря на столь поздний старт в развитии афористики в Англии и США, следует отметить то, что в данных странах очень тщательно проводится работа по анализу и созданию сборников афоризмов [39]. В доказательство этому можно привести факт существования следующих сборников: Энциклопедия Стевенсона, Оксфордский словарь цитат, Энциклопедия Бартлетта, в которых собрано огромное количество афоризмов известных общественных деятелей Англии и США, а также всемирно-известных деятелей культуры, искусства, политики. По причине того, что афоризм отражает в себе современные реалии и имеет тенденцию к постоянному обновлению, происходит возникновение новых афоризмов, что заставляет постоянно обновлять и переиздавать сборники афоризмов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что афоризм является одной из древнейших форм изречений, которая существовала в различных видах и интерпретациях, постоянно развиваясь и обновляясь. Афористика в Англии и США стала развиваться позже, чем в остальных странах, что показывает количество научных работ, затрагивающих данный вид науки. В свою очередь, несмотря на отставание от остальной континентальной

Европы, в Англии и США проводятся колоссальные работы по сбору афоризмов.

Выводы по первой главе.

На сегодняшний день можно отметить возрастающий интерес к жанру афоризма. Афоризмы, ввиду своих характерных особенностей, среди которых можно отметить универсальность, краткость и завершенность мысли, глубину мысли, привлекают внимание не только исследователей в областях науки, искусства, литературы, но и представляют собой обширное поле для дискуссий и размышлений для лингвистов. Ввиду этого, понятие афоризм истолковывается по-разному и на данный момент остается довольно-таки неоднозначным.

Углубляясь в историю человечества мы можем заметить то, что народы разных стран использовали афоризмы в своих речах. Тематика данных изречений различна, но они точно и четко отражают исторические особенности эпохи, для которой были актуальны. Исходя из того, что исторические события склонны к повторению в той или иной форме, мы могли бы утверждать и о том, что афоризм не теряет своей актуальности, либо способен ее утратить, а затем вернуть.

Таким образом, человечество накапливает опыт, заключая его в форму афоризма. Так как афоризм лаконичен, завершен по своей структуре, и способен нести в себе глубокую мысль, обретенную в художественную форму, которая привлекает читателя или слушателя, то становится очевидно, почему афоризм так популярен.

На протяжении своего существования, афоризм был представлен различными формами, такими как хрии, гномы, пословицы, поговорки, сентенции. В современной науке, классификация афоризмов представлена довольно размыто и порождает большое количество дискуссий. Сюда же можно отнести и функции афоризма, которые также представлены по-

разному в работах разных лингвистов. Данный факт также обусловлен и тем, что афористика, как наука, является относительно новой, в следствие чего исследователи еще не успели прийти к какому-то общему мнению по некоторым вопросам в области афористики.

В английской и американской культурах афористика представлена именами О.Уайльда, М. Твена, Б. Шоу и многими другими выдающимися деятелями литературы. Сюда же можно отнести великих деятелей политики, таких как У. Черчилль, Т. Рузвельт, а также других общественных деятелей. И хотя в данных странах афористика появилась относительно недавно и позднее, нежели в других европейских странах, там ведется усердная работа по изучению афоризма и составлению сборников, включающих этот жанр.

Одним из признаков афоризма является художественность, которая достигается применением различных стилистических средств. Именно поэтому важно рассмотреть художественно-стилистические средства, чаще всего применяемые при создании афоризмов.

Афоризм наделен такими характерными особенностями, как лаконичность, завершенность мысли, глубина мысли, художественность, доступность и обобщенность. Он способен вызывать эмоции, побуждать человека к действию, умственной активности, нести в себе опыт поколений и имеет воспитательный аспект.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ СОЗДАНИЯ АФОРИЗМОВ.

2.1 Художественно-стилистические средства создания афоризмов.

Как уже было упомянуто ранее, афоризм способен сочетать в себе научный аспект и аспект искусства. Иными словами, для афоризма характерна лаконичность, точность, завершенность и глубина мысли, что выражает его научный аспект. Однако, красоту и новизну афоризму придает именно аспект искусства. Иными словами, использование художественно-стилистических средств при создании афоризма придает афоризму актуальность, образность, притягивает внимание адресата, сподвигая его использовать данные изречения при непосредственном контакте с другими.

Согласно работам И.Р. Гальперина, художественно-стилистические средства – намеренное и сознательное усиление какой-либо типической структурной или семантической черты языковой единицы, достигшее обобщения и типизации и ставшее таким образом порождающей моделью [9].

Таким образом, художественно-стилистические средства – это синтаксические, морфологические и словообразовательные формы языка, которые служат для эмоционального или логического усиления речи.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что использование художественно-стилистических средств при создании афоризмов – это неотъемлемая часть данного процесса, без которой афоризм потерял бы некоторые свои качества и, возможно, потерял бы свою индивидуальность на фоне других видов изречений. Так, можно, к примеру, говорить о потере оригинальности, которую автор выражает, используя свои собственные и неповторимые художественно-стилистические средства. В дополнение к этому, афоризм мог бы потерять свою выразительную и краткую форму, из-за которых стал так популярен и актуален на сегодняшний день. Не стоит исключать и того, что запоминание и использование афоризмов в речи

могло бы осложниться, афоризм как самостоятельная литературная единица мог бы потерять свою автономность.

Существует достаточное количество классификаций художественно-стилистических средств. Так, к примеру, самая универсальная классификация, согласно трудам М.Л. Гаспарова, это разделение всех художественно-стилистических средств на тропы и фигуры речи [10].

Термин фигура здесь употребляется и понимается в узком смысле: фигура не является тропом и не связана с ним отношениями частного и общего. Тропы и стилистические фигуры отличны друг от друга по семантике и структуре.

Троп рассматривается как оборот, основанный на употреблении слова (или сочетания слов) в переносном значении, его главной целью является усиление образности языка, наглядности и художественной выразительности речи [10].

В некоторых словарях отмечается, что троп является стилистическим переносом названия, употреблением слова в переносном значении в целях достижения большей художественной выразительности [4].

Отмечается также, что тропы – явления лексико-семантические [19].

На современном этапе развития стилистики термины троп и фигура речи сохраняются, однако приобретают новое истолкование. Прежде всего отмечается, что изобразительные средства или тропы характеризуются как парадигматические, т.к. они основаны на ассоциации выбранных автором слов и выражений с другими близкими им по значению и потому потенциально возможными, но не представленными в тексте словами, по отношению к которым им отдано предпочтение [2].

К тропам обычно относят сравнение, метафору, эпитет, синекдоху, оксюморон, гиперболу, литоту, иронию, метонимию.

1) сравнение – разновидность тропа, выражение, в котором один предмет сопоставляется с другим по какому-либо общему для них признаку.

2) метафора – разновидность тропа, заключающееся в уподоблении одного явления другому на основе семантической близости состояний, свойств, действий, характеризующих эти явления, в результате которого слова, предназначенные для обозначения одних объектов или ситуаций действительности, употребляются для наименования других объектов или ситуаций на основании условного тождества приписываемых им предикативных признаков [11]. При использовании метафоры две мысли о разных явлениях или вещах взаимодействуют между собой внутри одного слова, выражения, значение которого и есть результат этого взаимодействия.

3) эпитет – разновидность тропа, слово или выражение, которое в тексте способно приобрести новое значение, выделяя при этом особые признаки объекта [36]. Иными словами, эпитет – одностороннее определение слова, которое может как усилить выдающееся качество объекта, так и обновить нарицательное значение объекта [7]. Обычно эпитет принимает форму определение [36].

4) гипербола – разновидность тропа, в основе которого лежит несоразмерность качества или признака, выведенного на передний план.

5) литота – разновидность тропа, являющаяся противоположностью гиперболы. В данной стилистической фигуре содержится художественное преуменьшение признака предмета, который выводится на первый план.

6) метонимия – разновидность тропа, включающая замену по смежности одного свойства объекта на другое свойство

7) синекдоха – разновидность тропа, при котором название общего переносится на частное, в некоторых случаях переход названия может происходить в обратном порядке, т.е с частного на общее. Является разновидностью метонимии.

8) оксюморон – вид тропа, образное сочетание противоречащих друг другу понятий.

9) ирония – разновидность тропа, т.н. иносказание, содержащее высмеивание предмета или явление.

Фигуры речи или, т.н. синтаксические фигуры – различные речевые конструкции, которые придают речи стилистическую значимость, образность и выразительность, способны изменять эмоциональную окраску афоризма. Стилистические фигуры служат для передачи настроения или усиления эффекта от фразы, изречения.

Согласно М. Л. Гаспарову, фигуры речи рассматриваются как фигуры переосмысления значения слов и включают в себя: многосоюзие, бессоюзие, анафору, зевгму, хиазмы, эллипсис и т.д.

М.Н. Кожина также отмечает в своих работах, что речевые фигуры – явления синтактико-поэтические [19].

Также отмечается, что фигуры речи не являются парадигматическими по сравнению с тропами. Их характеризуют как синтагматические выразительные средства поскольку они основаны на линейном расположении частей и эффект их зависит от расположения. [2]

Синтаксические фигуры включают в себя: многосоюзие, бессоюзие, эллипсис, анафору, параллелизм, антитезу, хиазм.

1) многосоюзие (полисиндетон) – синтаксическая фигура, которая объединяет фразы, предложения, слова или синтагмы при помощи использования слов-связок (преимущественно союзов и предлогов). Повторение союзов и других средств связи способствует более ритмичному звучанию высказывания. Благодаря этому приему тексты в прозе выглядят более гармонично, становятся похожи на стихи.

2) бессоюзие (асиндетон) – синтаксическая фигура, при которой связь между предложениями передается через опущение союзов или предлогов там, где, как предполагается нормами языка, они должны были быть.

3) эллипсис – синтаксическая фигура, которая подразумевает пропуск какого-либо члена предложения. Так как подобный феномен

является типичной чертой разговорной речи, то эллипсис, как художественно-стилистическое средство, используется для имитации наиболее распространенных особенностей языка.

4) анафора – синтаксическая фигура, которая использует повторение одного и того же слова, групп слов, в начале двух или более последовательных предложений. Выразительный потенциал анафоры проявляется в выделении повторяющегося элемента в усилительно-логическом и эмоционально-экспрессивном отношении. Таким образом, анафора используется для создания эффекта постепенного нагнетания смысла, а также для установления логической связи содержательных элементов текста.

5) параллелизм (или параллельные конструкции) – синтаксическая фигура речи, которая представляет собой расположение тождественных или сходных по грамматической или семантической структуре элементов речи в смежных частях текста, создающих единый поэтический образ. Параллельными элементами могут выступать как предложения, так и их части, словосочетания и слова.

6) хиазм – одна из синтаксических фигур, разновидность параллелизма, заключающаяся в изменении последовательности элементов в двух параллельных рядах слов. Альтернативное название хиазма – обратный параллелизм. Хиазмы часто могут быть задействованы в роли антитезы. Иногда, как отмечается, использование хиазма несет в себе парадоксальную мысль.

7) антитеза – синтаксическая фигура, основанная на контрастирующих особенностях двух объектов в предложении. Зачастую встречается в параллельных конструкциях.

Художественно-стилистические средства разнообразны и многочисленны. Однако, в основе каждого из них лежит тот же лингвистический принцип, на котором построен весь механизм языка:

сопоставление явлений и установление сходств и различий между данными явлениями, контраст и эквивалентность.

В завершение данных классификаций следует отметить, что для создания афоризма зачастую авторы прибегают к более чем одному художественно-стилистическому средству, что придает афоризму более оригинальную и привлекательную для читателя форму.

2.2 Афоризмы с использованием тропов.

Нами была использована выборка из 200 афоризмов, которые были отобраны из различного рода источников. Данную выборку следует разделить на две подвыборки, которые наиболее точно отражают результаты исследования. Одна из таких подвыборок – афоризмы с использованием тропов. Общее количество афоризмов с использованием тропов составляет 117.

Как уже было сказано ранее, тропы - слова или выражения, используемые в переносном значении, главной целью которых является усиление образности языка, художественной выразительности речи. К тропам обычно относят: сравнение, метафору, эпитет, синекдоху, оксюморон, гиперболу, иронию, метонимию.

Наиболее часто используемый троп из приведенных выше – метафора.

Метафора – один из тропов, использующий образное выражение для установки аналогии или сравнения между двумя разными понятиями. Она позволяет передавать сложные образы, используя простые понятия. В данной подвыборке из 117 афоризмов, метафора представлена в 58, что составляет примерно 49.6 %:

1. Happiness is your dentist telling you it won't hurt and then having him catch his hand in the drill. - J. Carson
2. Better keep yourself clean and bright; you are the window through which you must see the world. – G. B Shaw

3. Life is not always a matter of holding good cards, but sometimes, playing a poor hand well. – J. London

4. Life isn't about finding shelter in the storm. It's about learning to dance in the rain. – G. B Shaw

На основе этих примеров можно утверждать о том, что в данных случаях метафора играет структурообразующую роль и является разновидностью афоризма определения. Так, к примеру, в афоризме №1 автор сравнивает счастье с зубным врачом, который улыбается и успокаивает пациента, но в то же время держит в руках инструмент, отпугивающий того же пациента. Это можно рассматривать, как некую метафорическую аллюзию на то, что счастье, безусловно, радует и успокаивает человека, но также быстро способно уйти. В примере №2 метафора выполняет экспрессивную функцию, подчеркивая важность правильного и позитивного мировоззрения человека. В примере №4 можно заметить философский подход к жизни, метафора здесь помогает раскрыть смысл о том, что важно учиться жить правильно, не обращая внимания на неудачи.

I would rather be a superb meteor, every atom of me in magnificent glow, than a sleepy and permanent planet. – J. London

В данном афоризме, метафора преобразует простую мысль автора о том, что жить нужно активно. Составляя ассоциативный ряд, автор сравнивает активную жизнь с некоторыми терминами из области физики, такими как atom, а также привлекает некоторые термины из области астрономии, которые всем известны (meteor, planet)

The most beautiful part of every picture is the frame. G. K. Chesterton

В данном случае, метафоричность стоит рассматривать, как переосмысление значения всего афоризма. Главная мысль в том, что внешний вид играет действительно важную роль в восприятии.

1. You can't change the direction of the wind, but you can adjust your sails to always reach your destination. - Jimmy Dean

2. You use a glass mirror to see your face; you use works of art to see your soul. – G. B Shaw

Данные афоризмы с использованием метафоры тесно взаимодействуют и с параллелизмом. В данном случае это помогает сначала поставить проблему, а затем якобы предоставить ее решение. Так, в примере №1 автор утверждает, что сменить направление ветра нельзя, но можно под него подстроиться. Данное высказывание является отражением жизни и решением жизненных проблем. Афоризм №2 же сфокусирован на важности духовного образования, но также используя параллельные конструкции сначала задает некую проблему, а затем дает возможное решение.

Таким образом, мы видим, что использование метафоры помогает облегчить некоторые сложные мысли, передаваемые автором, создавая ассоциативные ряды и образы. Также при помощи метафоры автор способен украсить мысль, если она достаточно проста и очевидна, что в свою очередь обеспечивает некоторую популярность для афоризма.

Несколько реже использовались при создании афоризмов такие тропы, как ирония и гипербола.

Ирония – разновидность тропа, заключающаяся в использовании слов или фраз, имеющих противоположное значение относительно обычного или ожидаемого.

Согласно данным проведенного исследования, использование такого художественно-стилистического средства, как ирония, было зафиксировано в 29 афоризмах из 117, что составляет 24.8 % от общего числа отобранных примеров данной подвыборки. Так, к примеру, ирония используется в следующих афоризмах:

Ирония способна вызывать некоторый юмористический эффект, как бы подчеркивая некоторую абсурдность ситуации или явления. Мы можем это увидеть в следующих афоризмах:

1. If you cannot get rid of the family skeleton, you may as well make it dance. – G. B Shaw

2. Middle age is when you're sitting at home on a Saturday night and the telephone rings and you hope it isn't for you. - Ogden Nash

3. The great advantage of being in a rut is that when one is in a rut, one knows exactly where one is. – G. B Shaw

Афоризм № 1 говорит о том, что некоторые секреты можно, как минимум, обыграть таким образом, чтобы никто этого не заметил, а даже если и заметил, то не уделил этому внимания. Афоризм № 2 иронизирует над возрастом, в котором, по всей видимости, пребывает автор, а также экстраполируя эту ситуацию на всех людей. Третий афоризм же иронизирует над сложностями в жизни, проводя ассоциацию с колеей на дороге, в которую кто-то попадает.

Ирония также способна передавать некоторые глубокие мысли более простыми словами, создавая более простой и легкий образ для читателя:

Always do sober what you said you'd do drunk. That will teach you to keep your mouth shut. - E. Hemingway.

Высказывание данного автора немного грубое, однако, мы можем увидеть некоторый юмористический эффект, тем самым, автор как бы сглаживает и подает сложную мысль в более легкой форме.

The happiness of society is the end of government. - J. Adams

Данный политический афоризм, в котором есть небольшая доля иронии, все же выражает некоторые человеческие реалии. Таким образом, при помощи иронии автор подчеркивает противостояние общества и правительства, преподнося данный афоризм в некоторой юмористической форме.

All of the biggest technological inventions created by man – the airplane, the automobile, the computer - says little about his intelligence, but speaks volumes about his laziness. - Mark Kennedy.

В данном случае автор иронизирует над человеческой ленью, при этом приводя примеры человеческого труда. При этом создается некий эффект парадокса, который за собой привлекает небольшой

юмористический эффект и позволяет провести некоторые параллели с человеческой личностью.

Гипербола – разновидность тропа, подразумевающая намеренное преувеличение, основанное на контрастном сопоставлении реально и нереально утрированных количественных характеристик меры актуального для говорящего признака предмета, явления или действия и служащий одновременно как для интенсификации меры признака, так и для передачи индивидуального эмоционального и эстетического восприятия этого признака.

Согласно данным проведенного анализа, в 16 афоризмах из 117 было зафиксировано использование гиперболы. В процентном соотношении эти данные составляют 13.7% от общего числа отобранных афоризмов данной подвыборки:

I have not failed. I've just found 10000 ways that won't work. - Thomas Edison.

В данном примере числительное приобретает эмоциональное значение.

1. Words are, of course, the most powerful drug used by mankind - Rudyard Kipling

2. The greatest of evils and the worst of crimes is poverty. – G. B Shaw.

Использование превосходной степени в данном примере имеет гиперболический эффект, как бы превознося функцию и роль коммуникации в обществе, а также превознося данное явление над другими социальными механизмами воздействия. В примере №2 также используется превосходная степень, которая привносит гиперболический эффект.

The budget was unlimited, but I exceeded it. – D. Trump

В данном примере гипербола строится на несовместимости двух понятий «unlimited, exceeded». В данном конкретном случае, автор немного иронизирует, тем самым увеличивая эффект гиперболы.

The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams. - Eleanor Roosevelt.

Гипербола в данном примере заключается в переоценке способностей некоторых слоев общества.

Таким образом, можно утверждать о том, что гиперболизация способствует убедительности высказывания. При этом гиперболизация создает некоторый эффект парадокса, что вызывает интерес к афоризму.

Опираясь на результаты проведенного исследования, мы можем утверждать, что наименее частоиспользуемые тропы в нашей подвыборке: сравнение, эпитет и метонимия.

Сравнение - стилистическая фигура, в которой происходит уподобление одного предмета или явления другому по общему признаку. Сравнение отличается от метафоры тем, что оно подчеркивает сходства между двумя объектами при помощи слов-связок.

Согласно данным проведенного анализа, в данной выборке обнаружено 8 афоризмов из 117, при создании которых использовалось сравнение, что составляет 6.8% от общего числа отобранных единиц данной подвыборки:

Float like a butterfly, sting like a bee. - Muhammad Ali.

В данном примере сравнение кооперируется с некоторым противопоставлением образов. Таким образом, здесь показывается легкость, как у бабочки, что отсылает нас к простоте человека, но в то же время есть сравнение с пчелой, что говорит о жестком и решительном характере действий.

It's bad taste to be wise all the time, like being at a perpetual funeral. – D.H. Lawrence.

Данный пример использования сравнения также кооперируется с некоторым ироничным элементом. Автор утверждает, что быть постоянно серьезным и умным – не есть хорошо, и сравнивает это с унылой обстановкой похорон.

Love is like the wind, you can't see it but you can feel it. - Nicholas Sparks.

Being powerful is like being a lady. If you have to tell people you are, you aren't. - M. Thatcher.

В примере № 1 сравнение имеет аспект метафоричности. Автор сравнивает любовь с ветром. Структурно сравнение используется в первой части, как бы поднимая некоторую проблему, которая находит решение во второй части афоризма. В примере №2 также используется структура, состоящая из двух частей, в первой – постановка проблемы, во второй – ее расшифровка или решение.

Laughing is good exercise. It's like jogging on the inside. – K. Vonnegut.

В данном примере автор сравнивает смех с физическими упражнениями, тем самым намекая на всем известный факт, что смех продлевает жизнь.

Таким образом, мы можем увидеть, что при помощи сравнения также создаются образы, которые помогают понять сложные проблемы, которые автор закладывает в свои афоризмы. В совокупности со структурой, состоящей из двух частей, сравнение раскрывает афоризм достаточно полно, затрагивая всевозможные аспекты.

Эпитет – разновидность тропа, основанная на взаимодействии эмоционального и логического значения в атрибутивном слове, словосочетании или предложении. Считается, что эпитет – определение при конкретном слове, благодаря которому оно становится более выразительным.

Согласно данным исследования, в 4 афоризмах из 117 отобранных зафиксировано использование эпитета как тропа, на основе которого создан афоризм. Таким образом, в процентном соотношении, эпитет составляет 3.4% от общего числа афоризмов данной подвыборки:

Love is an irresistible desire to be irresistibly desired. - Robert Frost.

Words are, in my not-so-humble opinion, our most inexhaustible source of magic. – J.K. Rowling.

The best revenge is massive success. - Frank Sinatra.

В данных случаях мы можем увидеть, что эпитет может быть выражен прилагательными, которые используются в совокупности с существительными. Обычно мы можем нечасто увидеть подобные сочетания. Стоит указать и то, что через эпитеты автор выражает свою оценку какой-либо ситуации или явлению, выражая при этом оценочную функцию афоризма.

Метонимия - разновидность тропа, словосочетание, в котором одно слово заменяется другим, обозначающим предмет или явление. Данный вид тропа находится в той или иной (временной, пространственной и т.д) связи с предметом, который обозначается заменяемым словом. Замещающее слово в данной ситуации употребляется в переносном значении.

Проведенный анализ показал, что метонимия использовалась в 2 примерах из 117, что составляет 1.7% от общего числа отобранных афоризмов данной подвыборки:

If you're going through hell, keep going. - W. Churchill.

В данном афоризме метонимия построена на смежности двух явлений, под словом hell (ад) здесь подразумевается какая-либо ужасная ситуация.

I don't want to be a passenger sitting on the bench not doing much, even in my older years. – Frank Lampard.

В данном же случае понятие passenger смежно с пассивным образом жизни, которого автор пытается избежать. Обе мысли достаточно просты, поэтому метонимия здесь используется больше для усложнения и приукрашивания, нежели для облегчения понимания через образ.

В таком случае, мы можем увидеть, что смежность в метонимии помогает читателю построить образ, чтобы глубокие и сложные идеи, заложенные в высказывании, раскрывались для читателя проще и быстрее. Также стоит брать в рассмотрение и тот факт, что простые идеи могут быть нарочно усложнены, чтобы выглядеть более привлекательно.

2.3 Афоризмы с использованием фигур речи (синтаксических фигур).

Вторая подвыборка – афоризмы с использованием фигур речи. По результатам исследования, данная подвыборка насчитывает 132 афоризма, при создании которых использовались фигуры речи.

Как уже отмечалось ранее, фигуры речи или синтаксические фигуры – такие художественно-стилистические средства, в которых задействуются грамматические и синтаксические конструкции. Они придают выразительность и эффектность высказыванию. В рамках синтаксической фигуры происходят различные изменения в порядке слов, структуре предложений, употреблении повторений, параллелизма и других языковых приемов. Синтаксические фигуры служат для усиления выразительности высказывания, создания ритмического эффекта, акцентирования определенных слов и идей. К таким фигурам речи можно отнести: антитезу, параллелизм, хиазм, градацию, анафору, многосоюзие, бессоюзие.

Согласно данным проведенного исследования, наиболее часто используемая синтаксическая фигура при создании афоризмов – антитеза.

Антитеза - противопоставление, фигура контраста, которая заключается в резком противопоставлении понятий, положений, образов, состояний, связанных между собой общей конструкцией или внутренним смыслом. По данным проведенного исследования, использование антитезы зафиксировано в 64 афоризмах из 132, что составляет 48.5% от общего числа представленных примеров данной подвыборки:

1. Grief is the price we pay for love. - Queen Elizabeth II.
2. Success is not final, failure is not fatal: it is the courage to continue that counts. - Winston Churchill.
3. In the end, we will remember not the words of our enemies, but the silence of our friends. - Martin Luther King Jr.
4. Live fast. Die young. Be wild. Have fun. – L. D. Ray

В данных примерах антитеза построена на антонимии. Таким образом мы видим, что в афоризме сталкиваются два понятия, совершенно противоположных по значению. В примере №1 grief – love, в №2 success – failure, в № 4 words – silence; enemies – friends. В последнем примере стоит отметить, что слова words – silence не являются прямыми синонимами, под словом words имеются ввиду не слова, а речи. Тут можно утверждать о том, что при антитезе могут противопоставляться не только абсолютные антонимы, но и неполные антонимы.

Следует выделить и то, что кроме антонимов, в высказывании могут противопоставляться идеи. К примеру:

Life isn't about finding yourself. Life is about creating yourself. – G.B. Shaw.

В этом примере противопоставляются философские идеи о жизни. С одной стороны жизнь в поиске себя, а с другой жизнь, которую человек строит сам. Или к примеру:

A life spent making mistakes is not only more honorable but more useful than a life spent doing nothing. – G.B Shaw

В данном афоризме также противопоставляются концепты жизни. С одной стороны жизнь, в которой человек допускает ошибки и учится на них, а с другой жизнь, в которой человек старается не ошибаться и избегает многого.

Beauty is not a matter of face, but a matter of the heart. – H.G Wells.

В данном примере тоже можно заметить противопоставление идей. Более конкретно раскрывается концепт красоты, раскрывается проблема внешность – внутренний мир человека.

The problem with the world is that the intelligent people are full of doubts, while the stupid ones are full of confidence. - Charles Bukowski.

В этом афоризме антитеза гармонирует с параллелизмом, тем самым выделяя противопоставление еще сильнее. Также сравниваются две идеи, с одной стороны – люди, полные неуверенности в себе, а с другой –

уверенные люди. Данные концепты усложняются прямым противопоставлением понятий *stupid – intelligent*.

The crisis of today is the joke of tomorrow. – H.G Wells

Однако, противопоставление не всегда разделяет высказывание. В данном высказывании мы действительно видим противопоставление двух понятий *today – tomorrow*. Несмотря на это, мы наблюдаем одну идею – все плохое рано или поздно заканчивается.

Таким образом мы можем увидеть, что использование антитезы при создании афоризмов заставляет человека активизировать мыслительные процессы, разгадывая заложенные идеи в высказывании. В добавление к этому, антитеза может служить для усложнения простых идей, которые очевидны, чтобы их приукрасить.

По результатам исследования, параллелизм является менее часто используемой синтаксической фигурой по сравнению с антитезой.

Параллелизм (параллельные конструкции) – одна из синтаксических фигур, основанная на последовательном расположении сходных по грамматической или семантической структуре элементов речи. Параллельными элементами могут выступать как предложения, так и их части. Использование параллельных конструкций позволяет обозначить ритм в высказывании, логически расставить какие-либо идеи.

Исходя из данных проведенного исследования, количество афоризмов с использованием параллельных конструкций составляет 34 из 132 представленных примеров, что в процентном соотношении равняется 25.7 %.

Охарактеризовать функции параллелизма можно следующим образом: создание ритма, усиление эффекта от произношения и чтения высказывания, а также подчеркивание некоторых единиц текста.

Таким образом, создание ритма мы можем увидеть в следующих афоризмах:

1. Live without pretending, love without depending, listen without defending, speak without offending. – Drake.
2. War is peace, freedom is slavery, ignorance is strength. – G. Orwell.
3. Learn From Yesterday, Live for Today, hope for tomorrow. - Orison Swett Marden.

Использование параллелизма в данных афоризмах действительно придает им некоторый эффект поэтичности, улучшает звучание, создает ритм. Однако, здесь также можно обнаружить, что авторы посредством параллелизма старались выделить некоторые понятия, которые являются ключевыми в их высказывании. В афоризме № 3, к примеру, можно выделить то, что используется временная лексика (yesterday, today, tomorrow), что подчеркивает философские концепты данного автора о жизни, при этом построение по одному принципу позволяет их увидеть более четко. В афоризме же №2 использование параллелизма действительно создает ритм, однако, задействованная в нем при этом антитеза подчеркивает важность и отличие понятий друг от друга, создавая эффект парадокса.

При этом можно отметить, что понимание мысли автора при построении предложения при помощи параллельных конструкций значительно облегчается. К примеру:

Those who can, do. Those who can't, teach. – G.B Shaw.

Great minds have purposes; others have wishes. - W. Irving.

В афоризме ниже мы также можем видеть использование параллелизма в совокупности с антитезой, что дает нам более четко отделить и противопоставить две идеи: горе и обида, как противопоставляемые друг другу. Обида – то, что вызывает горе, а горе – проявление печали.

Poetry is about the grief. Politics is about the grievance. - R. Frost.

Согласно данным проведенного исследования, в 13 из 132 афоризмов зафиксировано использование хиазма. В процентном соотношении это составляет 9.8% от данной подвыборки .

Хиазм или обратный параллелизм – синтаксическая фигура, основанная на расположении аналогичных частей в обратной последовательности. Зачастую хиазм способен передавать значение антитезы, противопоставления:

Play the game, never let the game play you. – Tupac Shakur.

Don't live to fight, fight to live. – Tupac Shakur.

We can't help everyone, but everyone can help someone. - Ronald Reagan.

We don't stop playing because we grow old; we grow old because we stop playing. – G.B Shaw.

В данных примерах мы можем заметить, что наличие хиазма также подкрепляется повторением, мы видим, что левая и правая части симметричны, повторяя обратный порядок членов предложения. Также мы можем утверждать, что в данных афоризмах присутствует противопоставление двух идей, очень похожих друг на друга. В №1, к примеру, противопоставляется роль человека в управлении своей жизнью, либо он сам ей управляет, либо поддается течению. В №2 также противопоставляется два философских концепта жизни: один из которых – жизнь, чтобы постоянно бороться, а другой – бороться, чтобы жить. Таким образом, противопоставление концептов здесь происходит при помощи смещения фокуса с одного понятия на другое.

If we don't end war, war will end us. – H.G Wells.

The reasonable man adapts himself to the world; the unreasonable one persists in trying to adapt the world to himself. Therefore, all progress depends on the unreasonable man. – G.B Shaw.

В афоризме №1 также используется хиазм, но тут можно заметить небольшую ноту иронии, хотя и реалии создания, как мы полагаем, не отвечали подобным требованиям. В афоризме №2 мы также можем увидеть

небольшую ноту иронии, но она заключена в так называемом финале афоризма. Сначала противопоставляются два философских концепта жизни: жизнь, адаптировавшись под окружение, и жизнь, которую мы адаптируем под себя. В финальной части, автор как бы обесценивает один из концептов, добавляя немного юмора в высказывание.

Ask not what your country can do for you, ask what you can do for your country. - John F. Kennedy.

В данном примере мы можем увидеть использование хиазма при создании афоризма. Стоит рассмотреть смысл афоризма и понять, что использование хиазма в данном примере способно вызывать некоторые патриотические чувства, вполне возможно даже нацелено на это.

Рассмотрев афоризмы с использованием хиазма можно заключить, что хиазмы могут послужить для подчеркивания каких-либо первостепенных идей, противопоставлению идей, а также вызывать некоторые чувства и даже побуждать к действию.

Анафора (единоначатие) – синтаксическая фигура, состоящая в повторении слова или группы слов в начале несколько последующих предложений. Анафора способна усиливать значение как начальных слов, делая на них акцент, так и предложения в целом, подчеркивая второстепенные элементы высказывания.

Исходя из данных проведенного исследования, использование анафоры при создании афоризма зафиксировано в 6 афоризмах из 132, что составляет 4.5 %:

One thing is sure. We have to do something. We have to do the best we know how at the moment... If it doesn't turn out right, we can modify it as we go along. - F.D Roosvelt.

Success is liking yourself, liking what you do, and liking how you do it. - Maya Angelou.

Do not try to do everything. Do one thing well. – Steve Jobs.

Don't watch the clock; do what it does. Keep going. - Sam Levenson.

В данных афоризмах анафора используется для создания экспрессивности, а также симметричного характера фразы, придавая ей более гармоничный вид.

Бессоюзие (асиндетон) – одна из синтаксических фигур, которая заключается в опущении союзов или других связок для усиления и оживления речи.

Согласно данным проведенного анализа, в 5 из 132 афоризмов задействована такая речевая фигура, как бессоюзие. В процентном соотношении, использование асиндетона составляет 3.8%:

1. War is peace, freedom is slavery, ignorance is strength. – G. Orwell
2. Dream big, work hard, stay humble. – Brad Meltzer.
3. Learn From Yesterday, Live for Today, hope for tomorrow. - Orison Swett Marden.
4. Live without pretending, love without depending, listen without defending, speak without offending. – Drake.

В данных примерах асиндетон может играть роль для создания ритма и динамики. Так в приведенных афоризмах использование асиндетона служит для подчеркивания списка перечисления и создает последовательный ритм перечисления. В таком случае, афоризм способен запоминаться намного лучше и звучать наиболее гармоничным образом. В примере №1 асиндетон используется в совокупности с антитезой, что позволяет создать впечатление парадокса и заставить читателя задуматься о смысле и посыле автора.

По результатам проведенного исследования, мы можем утверждать о том, что в данной подвыборке наименее часто используемые синтаксические фигуры это: многосоюзие, риторический вопрос, эпифора, градация.

Многосоюзие (полисиндетон) – синтаксическая фигура, основанная на повторении союзов или слов-связок. Таким образом, многосоюзие

создает ритм высказывания, делает высказывание более обрамленным ритмически.

Согласно данным исследования, использование многосоюзия зафиксировано в 3 афоризмах из 132, что составляет 2.2% от общего количества примеров данной подвыборки:

Middle age is when you're sitting at home on a Saturday night and the telephone rings and you hope it isn't for you. - Ogden Nash.

В данном примере использование полисиндетона обусловлено стремлением автора создать эмоциональный заряд и усилить выразительность последней части предложения.

Life goes by really fast, and it seems that there are times when you're burying a lot of friends and family. And then there are times that feel really precious and everybody is doing okay. This is one of those times. – Amy Grant.

Использование полисиндетона в данном выражении создает ощущение обилия и полноты. Автор подчеркивает что есть огромное количество моментов в жизни, хотя она проходит достаточно быстро.

Таким образом, мы можем заключить, что использование полисиндетона в афоризмах позволяет передать некоторую экспрессию высказыванию, подчеркнуть некоторые идеи, а также усиливать впечатление об объеме представленной информации.

Риторический вопрос – синтаксическая фигура, представляющая собой вопрос, который не требует ответа, т.к слишком очевиден, либо неизвестен.

Согласно данным проведенного исследования, в 3 из 132 примеров зафиксировано использование риторического вопроса как синтаксической фигуры. Таким образом, данной число в процентном соотношении приравнивается к 2.3% от общего числа представленных примеров данной подвыборки:

Can you remember who you were, before the world told you who you should be? – Charles Bukowski.

В данном афоризме риторический вопрос служит для обличения в него более глубокой философской мысли о смысле жизни и предназначении. Вопросительная интонация высказывания помогает сделать афоризм более эмфатичным, что позволяет обратить внимание на всеобщие концепты жизни и пересмотреть собственные ценности. Риторический вопрос способствует возникновению чувства парадокса, что заставляет людей больше рефлексировать на тему, поднятую в высказывании.

Nothing is easy, but who wants nothing? – D. Trump.

Is there any point in public debate in a society where hardly anyone has been taught how to think, while millions have been taught what to think? - Peter Hitchens.

В данных примерах, риторический вопрос нацелен на пробуждение чувств у публики. Допускается, что данные афоризмы, построенные на риторическом вопросе, имеют политический мотив, тем самым, могут иметь функцию побуждения к действию.

Эпифора – повтор слова или группы слов в конце нескольких предложений. Употребление эпифоры происходит немногим реже, чем повторение анафоры, несмотря на их схожую природу.

Согласно данным проведенного исследования, использование эпифоры происходит действительно реже, чем использование анафоры. Таким образом, зафиксированное количество афоризмов, при создании которых использовалась эпифора, составляет 2 из 132, что, в процентном отношении составляет 1.5% от общего числа отобранных афоризмов данной подвыборки:

That men do not learn very much from the lessons of history is the most important of all the lessons of history. – A. Huxley.

If you can visualize it, if you can dream it, there's some way to do it. - W. Disney.

В данных афоризмах выделяется и повторяются слова в конце смежных фраз. Это позволяет создать ритм высказывания, а также выводит последнее слово во фразе на передний план, передавая ему необходимую экспрессивность, заставляя читателя обратить на него внимание. К примеру, в афоризме № 1, автор делает акцент на слове *history*, как бы выделяя то, что это неотъемлемая и очень важная часть нашей жизни в социуме и международном взаимодействии. Во втором примере, автор делает акцент на слове *it*, создавая ритм высказывания.

Градация – синтаксическая фигура, подразумевающая постепенное нарастание или ослабление значения однородных членов.

По данным исследования, в 2 из 132 случаях было зафиксировано использование градации при создании афоризма. Таким образом, данное число приравнивается к 1.5%:

Talent wins games, but teamwork and intelligence wins championships. - Michael Jordan.

Таким образом, автор с помощью градации выделяет какой-то аспект своего высказывания, постепенно повышая важность остальных элементов в предложении. В данном высказывании на первом плане стоит победа, а вот второстепенные члены предложения, которые подвержены градации, подчеркивают данную идею, поддерживают ее и полностью раскрывают.

Two percent of the people think; three percent think they think, and 95 percent would rather die than think. – H.Ford.

В данном высказывании используется восходящая градация, которая присутствует в перечислении процентов. Использование процентов здесь не подчеркивает и не доказывает какой-либо статистический факт. Однако, постепенное повышение показывает и подчеркивает важность некоторых фактов в афоризме. Если рассматривать афоризм с точки зрения смысла, то в данном случае градация работает с антитезой, что позволяет создать впечатление ухудшающейся ситуации и выделить ее, как проблему первичной важности.

Таким образом, мы можем увидеть, что при градации подчеркиваются какие-то основные концепты и идеи афоризма. В дополнение к этому, использование градации может создавать впечатления, которые выгодны автору высказывания, обращая на себя внимание.

2.4 Практическая значимость материалов и результатов исследования

В методике преподавания иностранных языков большое внимание уделяется использованию аутентичных материалов при изучении языка. Текст является одним из важнейших источников информации на уроке английского языка. Афоризм, рассматриваемый как текст, может вполне отвечать всем критериями аутентичности. Афоризмы всегда несут в себе какую-либо глубокую мысль, которая по своему определению является истиной, актуальной для реальной жизни.

Материалы и результаты данной работы способны найти практическое применения на уроках английского языка в старших классах средних школ, гимназий с лингвистической направленностью.

Афоризмы – явление в языке, которое очень четко и полно раскрывает глубокую мысль и в дополнение к этому, становясь популярным, раскрывает условия бытия той или иной эпохи. Для того, чтобы сделать афоризм емким, но в то же время законченным и недвусмысленным, авторы афоризмов используют различные художественно-стилистические средства, умело их комбинируя между собой. Исследование структуры построения афоризмов, как аутентичных текстов, помогают лучше понять устройство языка, расширить кругозор и улучшить навыки владения языком.

Запоминание афоризма также способно помочь в написании эссе, т.к его можно употребить в роли какого-либо аргумента, обязательно сославшись на автора.

Не стоит также исключать и самого простого. Афоризм – краткое высказывание, одной из функций которого является побуждение к действию или мысли. Таким образом, использование афоризма, к примеру, в начале урока способствует улучшению мозговой активности в коллективе, возбуждению провокационных эмоций, ответной реакции.

Таким образом, нами разработано несколько упражнений, связанных с темой исследования.

Данные упражнения можно использовать для работы с УМК «Английский в фокусе (Spotlight)» для 11 класса авторов О.В Афанасьевой, Дж. Дули, В. Эванс.

Так как афоризмы способны вызывать эмоции и чувства у читателя, а также мотивировать его к какой-либо деятельности, то изучение афоризмов уместно на уроке №7 (стр. 120), который называется «Надежды и мечты» («Hopes & Dreams»).

Упражнение 1. Translate the following motivational aphorisms. Determine in which of the aphorisms the following means of expression are used:

1) antithesis; 2) metaphor; 3) parallelism; 4) simile; 5) chiasmus; 6) hyperbole

1. Life isn't about finding shelter in the storm. It's about learning to dance in the rain. – G. B Shaw

2. Happiness is your dentist telling you it won't hurt and then having him catch his hand in the drill. – J. Carson

3. We can't help everyone, but everyone can help someone. – R. Reagan

4. I have not failed. I've just found 10000 ways that won't work. – T. Edison

5. Being powerful is like being a lady. If you have to tell people you are, you aren't. – M. Thatcher

6. Get busy living, or get busy dying. – S. King

Упражнение 2. Translate the following quotes by G.B Shaw and comment on the stylistic devices used in them. Comment on the stylistic effect achieved.

1. Better keep yourself clean and bright; you are the window through which you must see the world.
2. Success does not consist in never making mistakes but in never making the same one a second time.
3. You use a glass mirror to see your face; you use works of art to see your soul.

Упражнение 3. Discuss the following aphorisms in pairs. What expressive means do they use?

1. Every pizza is a personal pizza if you try hard and believe in yourself.
– B. Murray
2. Be passionate, be optimistic, be grateful. – C. McGregor
3. Hating people is like burning down your own house to get rid of a rat. – H. E Fosdick

Упражнение 4. Find cases of metaphor in the following aphorisms. Translate them and try to explain why the metaphor is used.

1. Success is not final, failure is not fatal: it is the courage to continue that counts. – W. Churchill
2. When one door closes, another opens; but we often look so long and so regretfully upon the closed door that we do not see the one which has opened for us. – A. Bell
3. If you cannot get rid of the family skeleton, you may as well make it dance. – G. B Shaw
4. Life is not always a matter of holding good cards, but sometimes, playing a poor hand well. – J. London
5. The more original a discovery, the more obvious it seems afterwards.
– A. Koestler

Упражнение 5. Find cases of antithesis. Translate them and comment on the stylistic effect achieved.

1. Imagination is the only weapon in the war against reality. – L. Carroll
2. The harder I work, the luckier I get. – S. Goldwyn

3. Love is a battlefield. – P. Benatar
4. War is peace, freedom is slavery, ignorance is strength. – G. Orwell
5. Fiction is the truth inside the lie. – S. King

Упражнение 6. Choose one aphorism from the list below and write a small essay (100-150 words). Stick to the plan.

Plan:

- Convey the main idea of the aphorism
- Find any stylistic devices in it
- Explain how they affect the aphorism

Aphorisms:

We shape our buildings; thereafter they shape us. – W. Churchill

Dream big, work hard, stay humble. – B. Meltzer

Happiness can be found, even in the darkest of times, if one only remembers to turn on the light. – J. K Rowling

Упражнение 7. Read and analyze the aphorisms, focusing on the impact of the stylistic devices in the ones that include them. Answer the questions.

Aphorisms:

1. To think is to practice brain chemistry. – D. Chopra
2. In a time of universal deceit - telling the truth is a revolutionary act.
– G. Orwell
3. Love is like the wind, you can't see it but you can feel it. – N. Sparks
4. Float like a butterfly, sting like a bee. – M. Ali
5. A life spent making mistakes is not only more honorable, but more useful than a life spent doing nothing. – G. B Shaw
6. What really matters is what you do with what you have. – H. G Wells

Questions:

1. How do the stylistic devices in the aphorisms contribute to their overall meaning and effectiveness?

2. Do the devices make the aphorisms more memorable, vivid, or thought-provoking?

3. How do the aphorisms without stylistic devices differ in terms of impact or effectiveness?

Мы также считаем, что данное исследование может быть использовано в проектной методике, так как это позволяет обучающимся получить более глубокие и полные знания по данному вопросу. Таким образом, выполнение проекта следует выполнять, соблюдая критерии и этапы, описанные в Таблице 1.

Таблица 1 - этапы реализации проекта

Название этапа	Задачи этапа	Содержание
Организационный	1. Постановка проблемы исследования	Афоризмы – краткие высказывания с глубокой мыслью. Каким образом автор способен вместить столь объемную мысль в столь краткое изречение? Актуален ли афоризм в наше время? Можно ли изучать язык и совершенствовать его при помощи афоризмов известных современных авторов.
	2. Выбор темы проекта	Тема проекта может быть: «Знакомство с афоризмом»; «Aphorisms Insights»

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Практический	1. Определение количества участников	Количество учеников может варьироваться
	2. Составление плана работы	<p>План работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить понятие афоризм - обеспечить понимание, почему афоризмы так кратки и выразительны: так как используют художественно-стилистические средства - определить понятие художественно-стилистические средства - определить количество афоризмов для исследования - проанализировать данные афоризмы на предмет художественно-стилистических средств - определить, какой эффект дают данные художественно-стилистические средства - подвести итог, представить данные исследования в презентации

Продолжение таблицы 1

1	2	3
	1. Реализация проекта	<p>Реализация проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск информации в интернет-ресурсах, библиотеке - исследование аутентичных непереводных афоризмов различных авторов (20-21в.в) - составление выводов, приложений, библиографии - разработка практического пособия, а именно составление собственного сборника афоризмов с наиболее яркими примерами - для наглядности можно создать ментальную карту (mind map), которая будет хорошо подходить для презентации проекта - составление выступления, распределение и оглавление материала - создание презентации с использованием наглядности (mind map) для защиты проекта
Представление результатов деятельности и ее оценка	1. Подготовка речи	Подготовка речи на защиту проекта, в которой определяются основные понятия и термины
	2. Презентация проекта	Защита проекта при помощи презентации с наглядностью.
	3. Подведение итогов, рефлексия	<p>Подразумевает ответы на вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Достигли ли вы цели? - Все ли пункты плана выполнены успешно? - Что нового вы узнали? Сможете ли вы использовать полученные знания на практике? - Насколько полезны для вас данные, выявленные вами?

Цели проекта:

- обучающиеся получают недостающие им знания о художественно-стилистических средствах, которые используются при создании афоризмов в английском языке, пополняют словарный запас;
- отработают умение пользоваться приобретенными знаниями на практике, в исследовании;
- усовершенствуют умения чтения, перевода английских текстов;
- разовьют умения системно и критически мыслить;
- расширят кругозор, а также умения саморефлексии и анализа;
- усовершенствуют коммуникативные навыки, работая в группе.

Выводы по второй главе.

Афоризм можно охарактеризовать как двухаспектное явление. Это значит, что он отвечает требованиям научного аспекта, т.е. мысль, изложенная в изречении, является глубокой, но в то же время краткой. А также афоризм затрагивает аспект искусства, т.е. мысль, заключенная в краткой форме, обрамляется различными художественно-стилистическими средствами. Именно изучению аспекта искусства посвящена вторая глава данной выпускной квалификационной работы.

На данном этапе исследования мы рассмотрели афоризмы выборки с точки зрения наличия в них различных художественно-стилистических средств. Все стилистические средства можно разделить на две большие группы: тропы и фигуры речи. Таким образом было решено разделить общую выборку на две: афоризмы с использованием тропов и афоризмы с использованием синтаксических фигур.

Исходя из данных проведенного исследования, в первой подвыборке, которая насчитывает 117 афоризмов, наиболее часто используемый троп при создании афоризма – метафора. Из 117 приведенных примеров выделено 58 афоризмов, при создании которых была использована

метафора, что составляет 49.6% от общего числа афоризмов данной подвыборки. Авторы афоризмов стараются пробудить чувства, донести глубокую и, зачастую, сложную для понимания мысль. Метафора помогает кратко и четко сформировать знакомый читателю образ и, таким образом, раскрыть главную мысль, которую автор закладывает в свое высказывание.

Ирония, как одна из разновидностей тропа, прослеживается в 29 афоризмах из 117, что составляет 24.8% от общего числа отобранных примеров. При помощи иронии автор может передать глубокую и сложную мысль более простым образом, создать легкий образ для читателя, сгладив все неудобные аспекты. Ирония добавляет юмористической ноты в высказывание, тем самым позволяя рассмотреть высказывание с новой стороны.

Гипербола является одним из распространенных художественно-стилистических средств. В данной исследовательской работе было выделено 16 афоризмов, использующих гиперболу, из 117 отобранных примеров. Таким образом, данное число составляет 13.7% от общего количества высказываний. Гипербола используется для убедительности высказывания. Автор, который использует гиперболу, как бы заявляет о своей компетентности в сфере какой-либо проблемы. В дополнение к этому, гипербола способна вызывать небольшой эффект парадокса, что вызывает интерес и обеспечивает популярность.

Сравнение – разновидность тропа, которая также может быть использована для создания афоризма. В данной выборке 8 афоризмов с использованием сравнения, что составляет 6.8% от общего числа афоризмов данной подвыборки. Сравнение, при использовании его для создания афоризма, способно также создавать образы, сравнивая какие-либо новые сложные явление с простыми, доступными для читателя.

Согласно данным исследования, наличие эпитетов в афоризмах данной выборки составило 4 примера из 117, т.е. 3.4% от общего числа данной подвыборки. Эпитеты зачастую выражают оценочную функцию

афоризма, показывая отношение автора к той или иной проблеме, ситуации, явлению.

Анализ показал, что из 117 отобранных примеров только в 2 зафиксировано использование метонимии, что составляет 1.7% от общего числа отобранных примеров. Метонимия схожа с метафорой и также строит образ, который для читателя наиболее понятен. В дополнение к этому, автор может намеренно усложнять легкую проблему, создавая какой-либо образ и обеспечивая афоризм более яркой формой и большей популярностью.

Далее мы рассмотрели афоризмы с использованием фигур речи. Данная подвыборка насчитывает 132 афоризма. Наиболее часто используемой фигурой речи, как показало исследование, является антитеза. По результатам исследования, использование антитезы зафиксировано в 64 из 132 отобранных примеров, что составляет 48.5% от общей выборки. Использование антитезы отражает суть афоризма, которая кроется в его парадоксальности, чем вызывает определенные эмоции у читателя и способствует его закреплению в обществе. Отмечается, что противопоставляться могут как антонимы так и идеи в целом.

Параллелизм или параллельные конструкции используются немногим реже, нежели антитеза. Среди приведенных 132 примеров зафиксировано 34 афоризма, которые эксплуатируют параллелизм. В процентном соотношении данные результаты приравниваются к 25.7% от общего количества примеров данной подвыборки. Использование параллелизма закономерно при создании афоризма, т.к. данное художественно-стилистическое средство, позволяет кратко выражать идеи, глубокие мысли, правильно расставлять акценты и естественным образом структурировать предложение.

Согласно данным исследования, в 13 примерах из 132 зафиксировано использование хиазма при создании афоризма. В процентном соотношении данная цифра составляет 6.8%. Использование хиазма в афоризме выделяет и выдвигает на первый план какие-либо идеи автора. Хиазм также способен

противопоставить идеи, а также вызывать некоторые чувства и даже побуждать к действиям.

Анафора, как синтаксическая фигура, зафиксирована в 6 афоризмах из 132, что, в процентном соотношении, равняется 4.5%. Данная фигура речи используется для усиления некоторых слов в предложении, как начальных, так и второстепенных. Анафора придает высказыванию более симметричный характер, а также создает дополнительную экспрессивность, делая акцент на некоторые идеи автора.

Использование или неиспользование союзов также является одним из способов создания афоризмов. По данным исследования, бессоюзие зафиксировано в 5 из 132 примеров, что составляет 3.8% от общего числа афоризмов. Использование асиндетона создает последовательный ритм перечисления и подчеркивает сам список перечисления, выдвигая его на передний план.

Многосоюзие же зафиксировано в меньшем количестве примеров. Количество афоризмов с многосоюзием составляет всего 3 из 132 и равняется 2.2% от общего числа данной подвыборки. Использование полисиндетона может служить для выражения ощущения полноты и обилия, создать экспрессию в высказывании, подчеркнуть идеи, а также усилить впечатление об объеме представленной информации.

Риторический вопрос, как синтаксическая фигура, был зафиксирован в 3 афоризмах из 132, что составляет порядка 2.2%. Риторический вопрос, как синтаксическая фигура, помогает сделать афоризм более эмфатичным, позволяет обратить внимание на всеобщие ценности, а также пересмотреть свои. Вопросительная интонация как бы приглашает человека обдумать этот вопрос, хотя и не требует на него ответа.

Наименее часто используемая фигуры речи в нашей подвыборке – эпифора и градация.

Употребление эпифоры при создании афоризма было зафиксировано в 2 примерах из 132, что приравнивается к 1.5%. Эпифора используется для

придания экспрессии какому-либо понятию, на которое автор хочет сделать акцент. В дополнение к этому использование эпитеты способно создавать определенные ритм высказывания.

Также по данным исследования, всего в 2 из 132 было зафиксировано использование градации, что приравнивается к 1.5% от общего количества приведенных примеров данной подвыборки. Градация используется для подчеркивания основных концептов и идей афоризма, а также для создания определенных впечатлений у читателя.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что популярность афоризма обусловлена использованием художественно-стилистических средств, которые так важны для аспекта искусства. Художественно-стилистические средства, будь то тропы или фигуры речи, способствуют улучшению созданию яркого, запоминающегося афоризма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В последнее время можно наблюдать повышенный интерес как к афоризму, так и к афористике в целом. Данный феномен обусловлен тем, что афоризм является кратким изречением, глубоким по своему содержанию. Стоит также отмечать и то, что мысль, которая в него заложена является своего рода истиной, законченным по смыслу суждением, заключенным в образную, легко запоминающуюся форму. Афоризмы соответствуют духу эпохи, в которую были созданы, а также отражают в себе всевозможные грани человеческой личности.

Данная работа посвящена исследованию художественно-стилистических средств, которые используются для создания афоризмов. Основывается данная работа на материалах англоязычных авторов.

В теоретической части работы рассмотрены подходы к определению понятия афоризм, художественно-стилистические средства, троп, фигура речи. В дополнение к этому определены виды, особенности и функции афоризма.

Задача исследования стояла в выявлении художественно-стилистических средств, с помощью которых создаются афоризмы в различных сферах.

Анализ на предмет выявления художественно-стилистических средств в афоризмах показал, что наиболее часто-используемый троп – метафора (49.6 %). Менее часто используются такие тропы, как ирония (24.8 %), гипербола (13.7 %). Наиболее редкими при создании афоризмов являются следующие тропы: сравнение (6.8 %), эпитет (3.4 %) и метонимия (1.7 %).

Следует отметить, что тропы служат эффективным средством компрессии текста, позволяют передать субъективный взгляд на вещи, а также увеличивают информативность текста за счет создания аллюзий и «приращения» смысла.

Стилистическое своеобразие афористических высказываний также формируется с помощью экспрессивного синтаксиса. Из анализа следует, что наиболее часто-используемые синтаксические фигуры это: антитеза (48.5 %), параллелизм (25.7 %). Менее часто используются хиазм (9.8 %), анафора (4.5 %), бессоюзие (3.8 %) Наименее часто-используемые синтаксические фигуры - многосоюзие (2.2 %), риторический вопрос (2.2 %), градация (1.5 %), эпифора (1.5 %).

Синтаксические фигуры помогают реализовывать ряд функций: ритмообразующая, акцентирующая, эмоционально-воздействующая, сопоставительная, противопоставительная и структурообразующая.

Стоит отметить и то, что при создании афоризмов активно используется прием конвергенции, т.е синтеза фигур и тропов. Это помогает уместить глубокую и обширную мысль в столь краткое высказывание.

Любой афоризм – это синтез тропов и фигур, в результате соединения которых афористический текст обогащается смыслом и приобретает высокую экспрессивную насыщенность.

Таким образом, мы можем утверждать о том, что цель, поставленная в начале исследования нами была достигнута – нам удалось выявить наиболее часто используемые художественно-стилистические средства при создании афоризмов.

Афоризм, имеющий долгую историю, не потерял своей актуальности до настоящего времени благодаря взаимодействию и взаимодополнению экспрессивных средств, образующих единство за счет существования в целостной системе текста.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антипова, А.П. К вопросу об определении афоризма [Текст] / Анна Антипова. – Смоленск : Риторика - лингвистика, 2001. – 135 с.
2. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык. [Текст] / Ирина Арнольд —Москва : Просвещение, 2004. – 384 с.
3. Афоризмы: по иностранным источникам [Текст] / Сост. П.П. Петров, Я.В. Берлин; предисл. Н.М. Грибачёва. - Москва : Прогресс, 1985. – 496 с.
4. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов [Текст] / Ольга Ахманова. – Москва : Совет. писатель, 1966. – 608с
5. Белокурова, С.П. Словарь литературоведческих терминов [Текст] / Светлана Белокурова – Санкт-Петербург : Паритет, 2012. 320 с
6. Ваганова, Е.Ю. Афоризм как тип текста в аспекте интертекстуальности: автореф. дис. ... канд. филол. наук. [Текст] / Ваганова Екатерина Юрьевна. – Санкт-Петербург, 2002 - 16 с.
7. Верещагин, Е. М Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы [Текст] / Верещагин Е. М, Костомаров В. Г. ; Под редакцией и с послесловием академика Ю. С. Степанова. – Москва : Индрик, 2005. – 1040 с
8. Веселовский, А.Н. - Историческая поэтика [Текст] / Александр Веселовский – Москва : Высшая школа, 1989.
9. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка [Текст] / Илья Гальперин. – Москва : Издательство Литературы на иностранных языках, 1958. – 459 с.
10. Гальперин, И.Р. Стилистика английского языка. [Текст] / Илья Гальперин – Москва : Высшая школа, 1981. – 334 с.
11. Гаспаров, М.Л. Эпиграмма [Текст] / Михаил Гаспаров / Литературный энциклопедический словарь ; под общ. ред. В.М.

Кожевникова, П.А. Николаева. – М.: Советская энциклопедия, 1987. – С. 511.

12. Глазунова, О. И. Логика метафорических преобразований [Текст] / Ольга Глазунова ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург : Филологический факультет СПбГУ, 2000. – 190 с

13. Гучинская, Н. О. Афоризм как интертекстуальный вариант лирико-стихотворного текста [Текст] / Нина Гучинская / Интертекстуальные связи в художественном тексте. Межвуз. сб. науч. трудов. – Санкт-Петербург : Образование, 1993 – С. 38 – 46.

14. Даль, В .И. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст] / Владимир Даль. – Москва : Просвещение, 1978. – 611с.

15. Дмитриева, О.А. Культурно-языковые характеристики пословиц и афоризмов: (на материале фр. и рус. яз.): дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Дмитриева Ольга Александровна : Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 1997. – 214 с.

16. Егорова, О.А К вопросу о генезисе английского афоризма [Текст] / Ольга Егорова – Новгород; Вестник НовГУ, 2013

17. Еленевская, М.Н. Структура и функции афоризма (на материале английского языка) [Текст] : дис. ... канд. филол. Наук / Еленевская Мария Николаевна. – Ленинград, 1983. – 190 с.

18. Иванов, Е. Е. Лингвистика афоризма [Текст] / Евгений Иванов, – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2016. – 156 с.

19. Иванов, Е.Е. Функции афористических единиц в русском языке [Текст] / Евгений Иванов – Могилев : Русистика. 2022. Т. 20. № 2. С. 167–185.

20. Кожевникова, В. М. ЛЭС: Литературный энциклопедический словарь [Текст] / под общ. ред. В. М. Кожевникова и П. А. Николаева. – Москва : Советская энциклопедия, 1987. – 752 с

21. Кожина, М.Н. Стилистика русского языка [Текст] / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – 4-е изд., стереотип. – М. : ФЛИНТА : наука, 2008. – 464 с
22. Копнина, Г.А. Риторические приемы современного русского литературного языка, опыт системного описания [Текст] / Галина Копнина – Москва: Флинта: Наука, 2009. – 576 с.
23. Королькова, А.В. Русская афористика в контексте фразеологии: дисс. д-ра филол. наук [Текст] / Королькова Анжелика Викторовна – Смоленск, 2005. – 422 с.
24. Королькова, А.В. Русская афористика: монография [Текст] / Анжелика Королькова – Москва : Флинта : Наука, 2005 (Смоленск : Универсум). – 205 с.
25. Кузьмина, Е. О. Эволюция афористики как жанра словесного творчества [Текст] / Елена Кузьмина // Актуальные проблемы филологии : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). – Пермь : Меркурий, 2012.
26. Курахтанова, И. С. Языковая природа и функциональная характеристика стилистического приема гиперболы : На материале английского языка [Текст] : дисс. ... канд. фил. наук / Курахтанова Инна Сергеевна 10.02.04. – Москва, 1978. - 210 с. РГБ ОД,
27. Кухаренко, В.А. Практикум по стилистике английского языка : учебное пособие. [Текст] / Валерия Кухаренко – Москва : Флинта, 2013 – 144 с.
28. Логан П. Смит. Фразеология английского языка [Текст] / П. Смит Логан. – Москва, 1959. – 207 с.
29. Лукьянец, И. В. Стилистическая эволюция жанра афоризма (Шамфор. Максимумы и мысли, характеры и анекдоты) [Текст] / Ирина Лукьянец. – Л., 1996. – 250 с.

30. Максимов, В. И. Стилистика и литературное редактирование [Текст] / В. И. Максимов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Гардарики, 2007. – 653 с
31. Манякина, Т.И. Языково-стилистическая характеристика жанра афоризмов (На материале немецкого языка) [Текст] : автореф. дис. ...канд. филол. наук [Текст] / Манякина Татьяна Ивановна. – Киев, 1988. – 16 с.
32. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика [Текст] / Валентина Маслова. – Минск : ТетраСистемс, 2004 – 256 с.
33. Никитина, С. Е. Экспериментальный системный толковый словарь стилистических терминов [Текст] / С. Е. Никитина, Н. В. Васильева. – Москва : Институт языкознания РАН, 1996. – 57 с.
34. Скребнев, Ю.М. Основы стилистики английского языка. [Текст] / Юрий Скребнев – Москва, 2003. – 224 с.
35. Тимофеев, Л. И. Словарь литературоведческих терминов [Текст] / ред.-сост.: Л. И. Тимофеев, С.В. Тураев. – Москва : Просвещение, 1974. – 509 с.
36. Томашевский, Б.В. Теория литературы. Поэтика [Текст] / Борис Томашевский : Вступ. статья Н.Д. Тamarченко; Комм. С.Н.Бройтмана при участии Н.Д. Тamarченко. – Москва : Аспект Пресс, 1999. – 334с
37. Федоренко, Н.Т. Афористика [Текст] / Н.Т. Федоренко, Л.И. Сокольская. – Москва : Наука, 1990. – 419 с.
38. Шаталова, С.А. Лингвистические основы афоризмов и афористики в художественных текстах Достоевского на материале романов Бесы и Подросток: дис...канд. филол. н. [Текст] / Шаталова Светлана Анатольевна. – Москва, 2000. – 208 с.
39. Шумакова, А.П. Французский афоризм как текст: дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Шумакова Алла Петровна. – Смоленск, 2006. – 241 с.
40. Эпштейн, М.Н. Афористика [Текст] / Михаил Эпштейн. Москва, 1987. С. 43

41. Ярцева, В. Н ЛЭС: Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / Виктория Ярцева – Москва : Советская энциклопедия, 1990. – 269с.

Интернет источники

42. Большая российская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Москва : АО "Энциклопедия", 2007-2021. – Режим доступа: <https://bigenc.ru>, свободный. – Яз. рус. (дата обращения 14.04.2023)

43. Толковый словарь Ожегова С. И [Электронный ресурс] : – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru> (дата обращения 14.04.2023)

44. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org>, свободный. – Яз. англ. (дата обращения 15.04.2023)

45. Dictionary.com [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.dictionary.com/>, свободный. – Яз. англ. (дата обращения 17.04.2023)

46. Encyclopedia Britannica [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.britannica.com>, свободный. – Яз. англ. (дата обращения 15.04.2023)

47. Merriam-Webster [Электронный ресурс]. – Справочник Merriam-Webster, 2023. – Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com>, свободный. (дата обращения 15.04.2023)

48. Oxford Learner's Dictionaries [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>, свободный. – Яз. англ. (дата обращения 15.04.2023)

49. Quote-Citation [Электронный ресурс]. – Электрон. Сборник 2011 – 2023 ; – Режим доступа: <https://quote-citation.com/en/aphorism>, свободный. – Яз. Англ., Рус. (дата обращения 10.03.2023)