

Черты Национального Характера И Их Представление В Пословичной Картине Мира (На Материале Паремий)

Носирова Мубина Олимовна¹

Аннотация: В данной статье рассматривается описание черт национального характера, представленных в пословичной картине мира. Исследование строится на принципах антропоцентризма и системности. Паремии описывают субъектов лингвокультуры в различных аспектах их жизни, фиксируют специфические национально-обусловленные представления, служащие идентификации лингвокультуры. Изучение пословичной картины мира и выявление на ее основе ключевых черт характера определяет возможность корректировки, дополнения и описания комплекса черт национальных характеров.

Ключевые слова: аксиология, ценность, языкознание, пословица, лингвокультурология, пословичная картина мира, национальный менталитет, концепт, лингвокультура, антропоцентризм, паремия, социальные ценности.

Введение

Каждый язык воплощает в себе систему национальных, своеобразных особенностей, формирующих мировоззрение носителя языка [17, с. 34], которое, на наш взгляд, складывается в результате интерпретации, преломления индивидом общечеловеческих, универсальных ценностей.

Пословичный фонд любого языка выступает сокровищницей народной мудрости, отражающей и фиксирующей коллективное восприятие действительности. Тематика и содержание пословиц покрывает все сферы общественной жизни, отражая существующее в сознании народа мировосприятие и мироощущение. По этой причине паремии нередко выступают репрезентантами культурных кодов и оказываются предметом многочисленных научных исследований. Не теряя своей научной актуальности, описание пословиц на протяжении многих десятилетий привлекает внимание исследователей, концентрирующих внимание на лингвокультурологических характеристиках пословиц.

В последние десятилетия особенную актуальность приобретают лингвокогнитивные и лингвокультурологические исследования пословиц, обнаруживающие тесную связь языка, культуры и сознания, в рамках которых анализируются стереотипы культуры, базовые концепты, их вербализация, универсальность и этноспецифичность, ценности и коды культуры.

Анализ литературы

Антропоцентрическая направленность, характеризующая современную лингвистику, подразумевает исследование не только самих языковых процессов, но и их связи с мышлением и коммуникативной деятельностью человека, а это не представляется возможным в отрыве от изучения человеческой культуры и человеческой деятельности. Последние непосредственно связаны с оценкой, что позволяет говорить об аксиологизации менталитета общества, которая в свою очередь обуславливает аксиологизацию языка и речи.

Понятие языковой картины мира был введено Л. Вайсгербером, который придерживался позиции В. фон Гумбольдта о том, что язык выполняет активную роль в мыслительной деятельности человека и является деятельностью. Именно в процессе языковой деятельности

¹ Старший преподаватель УзГУМЯ



образуется система понятий и языку присваивается накопленный поколениями опыт [3, с. 324]. Таким образом, с одной стороны, язык является средством восприятия окружающей действительности и тем самым статичным продуктом языковой деятельности, с другой стороны, языковая картина мира как система воспринимаемых знаний представляет собой динамичную, постоянно изменяющуюся сущность.

Методология исследования

Проблема представления ценностей ряда этносов в пословичном фонде соответствующих языков и изучение их с различных точек зрения получили широкое отражение в трудах многих лингвистов. Основные ценности и антиценности, закодированные в сознании и культуре разных социумов, могут быть отражены, по мнению Л.К. Байрамовой, в 10 диадах: 1. *Жизнь – Смерть*. 2. *Здоровье – Болезнь*. 3. *Счастье – Несчастье*. 4. *Родина – Чужбина*. 5. *Труд – Отдых*. 6. *Богатство – Бедность*. 7. *Ум – Глупость*. 8. *Правда – Ложь*. 9. *Смех – Плач*. 10. *Рай – Ад* [1].

Ценности могут быть природными и приобретенными, культурными. В таком случае говорят о познавательных, утилитарных, этических, эстетических и др. ценностях. Все разновидности ценностей взаимосвязаны и составляют в совокупности определенную ценностную иерархию, в основании которой лежат базовые («вечные») ценности, означающие «то, что всего дороже для человека, то, за что он способен, в критической ситуации ценностного выбора, отдать все, что он имеет, даже свою жизнь» [10, с. 108-109]. К таким базовым ценностям относятся такие ценности, как *свобода, истина, красота, справедливость, добро и польза* и др.

По ходу дальнейшего развития философии и собственно аксиологии классификация ценностей стала осуществляться по разным критериям. В зависимости от того, в какой области бытования человечества ценности были выведены (в области этики (морали), гедонистической или прагматической областях), были выделены вещные, логические, эстетические, этические ценности, ценности бытия, ценности потребления и т.п.

Исследуя природу и характер ценности, ученые различают различные ее типы и виды в зависимости от того, какой критерий положен в основу классификации: витальные ценности, которые непосредственно касаются жизни человека как физиологического существа, – социальные ценности, связанные с социальным положением и статусом человека, – политические ценности, направленные на процветание человека в условиях государственности, – моральные ценности, базирующиеся на понятиях добра и зла, – религиозные ценности, утверждающие божественное начало, – эстетические ценности, идеалы прекрасного или безобразного.

Менталитет – это не модное понятие, а научная категория, отражающая определенное явление, корнящееся в глубинах народной жизни. Элементы, составляющие менталитет, существуют не просто в своей разнородности, а сливаются в некий духовный сплав. «Менталитет воплощает в себе то общее, что лежит в основе сознательного и бессознательного, рационального и эмоционального, общественного и индивидуального, мышления и поведения, веры и образа жизни. Менталитет проявляется в позициях, ценностных ориентациях, мировоззренческих и поведенческих стереотипах, исторических традициях, образе и укладе жизни людей, в языке» [3, с. 189].

Менталитет народа всегда несёт на себе печать национального, ассоциируясь с такими понятиями, как национальное сознание, национальный характер, народный дух и т.п. Он является выражением специфики национального своеобразия. Полноценное знакомство с любой культурой предполагает не только изучение материальных составляющих этой культуры, не только знание её исторической, географической и экономической детерминант, но и попытку проникновения в образ мышления нации, попытку взглянуть на мир глазами носителей языка этой культуры. Национальный менталитет заявляет о себе в привычках, обычаях, передающихся из поколения в поколение, в нормах поведения.



«Менталитет скрывается в поведении, оценках, манере мыслить и говорить. Выучить и подделать его нельзя, можно лишь «впитать» вместе с языком, который вмещает в себя мировоззрение и коды культуры» [13, с. 83].

Существование культуры в сознании человека образует национально-культурное пространство, в котором параллельно присутствуют этническое поле, реальность и общечеловеческие законы, а также представления о явлениях культуры у носителей языка конкретного национально-культурного общества. Соответственно, ядром национально-культурного пространства является национальная когнитивная база или совокупность знаний национально маркированных и культурно детерминированных представлений, обязательных для всех представителей данного национально-культурного сообщества. В процессе социализации человека в данном обществе, происходит трансляция культуры посредством языка и ее актуализация в форме фольклорных текстов, пословиц, поговорок [11].

Анализ и результаты

В мире человека можно обнаружить различные виды ценностей. Выделяются предметные ценности: вещи и процессы, обладающие ценностными значениями для субъекта; ценности – свойства вещей, выявляемые в результате соотнесения с ценностями – идеалами; ценности как специфический вид норм, традиций, обычаев, императивов, запретов, определяемых культурой и др. [6, с. 54]. Соответственно сферам общественной жизни выделяются материальные и духовные ценности, ценности утилитарные, социально-политические, познавательные, нравственные, эстетические, религиозные и др. Сущность ценностей состоит в их значимости, а не в факте их наличия. Здесь следует иметь в виду, что ценности отличаются от объекта, в котором они обнаруживаются, так как не все объекты и процессы обладают ценностью. Ценность – это идеальная модель реальных объектов и отношений, фиксирующаяся в данной культуре и выявляющаяся в деятельности и общении людей [4, с. 105]. Она вырабатывается и существует только в культуре, детерминируя отношения человека к миру, а также отношения между людьми.

Ценности рождаются в истории человеческого рода как некие духовные опоры, помогающие ему устоять перед тяжелыми жизненными испытаниями. Они упорядочивают действительность, вносят в ее осмысление оценочные моменты и придают смысл человеческой жизни, так как соответствуют представлениям об идеале, желаемом, нормативном.

В процессе исторического развития каждого народа складывается собственная система ценностных отношений к природе, к людям своей и чужой общности, к идеям, к вещам и т.д. На основе этих отношений формируются система ценностей этого народа и его культура. Ценностное отношение к миру выражается в ценностных ориентациях и установках, которые формируют в свою очередь поведенческие модели и регулируют поведение представителей данного народа [12, с. 88].

Если рассматривать ценность как значимость чего-либо для человека и общества, то это понятие наполняется субъективным содержанием, поскольку в мире нет явлений в равной степени значимых для всех людей без исключения. Поэтому исследователи теории ценностей выделяют различные группы ценностей: личные ценности, возрастные ценности, ценности каких-либо больших и малых социальных групп, исторические ценности различных эпох и государств, общечеловеческие ценности и т.д. Из всей системы ценностей человека и общества выделяется группа культурных ценностей, которая в свою очередь подразделяется на две основные группы.

Какие ценности имеют для людей важное значение и обладают большим влиянием, а какие не принимаются во внимание – зависит от культуры. Их структура и значимость определяют своеобразие и особенности культуры [16].

Ценность выражает человеческое измерение культуры, воплощает в себе отношение к формам человеческого бытия, человеческого существования. Она как бы стягивает все духовное



многообразии к разуму, чувствам и воле человека. Таким образом, ценность – это не только «осознанное», и жизненно прочувствованное бытие. Она характеризует человеческое измерение общественного сознания, поскольку пропущена через личность, через ее внутренний мир [15, с. 713]. Если идея – это прорыв к постижению отдельных сторон бытия, индивидуальной и общественной жизни, то ценность есть скорее личностно окрашенное отношение к миру, возникающее не только на основе знания и информации, но и собственного жизненного опыта человека, его субъективности [12].

Среди основных ценностей английской культуры исследователи чаще всего выделяют индивидуализм, независимость, соревновательность, равенство, толерантность. Все они сказываются на образе жизни, межличностных отношениях и поведении [8, с. 33].

Дискуссия

Основное направление исследования пословичной картины мира состоит в реконструкции пословичных концептов, соотнесенных с группами пословиц. При сопоставительном анализе английской и русской пословичных картин мира сходство и различие обнаруживается на уровне отдельных пословиц, связанных с различными пословичными группами. Сходство и различие в пословичной концептуализации находит проявление в тех участках мира, которые избираются менталитетом и закрепляются в виде значения пословичных знаков.

Английская и русская пословичная концептуализация мира характеризуется значительным сходством – в обеих пословичных картинах содержится в значительной степени одинаковое знание об одних и тех же сторонах действительности и отражается одинаковое видение этого знания. Сходство пословичной концептуализации выявляется не только в результате анализа пословиц, но и на более глубоких, обобщенных уровнях, что позволяет установить единые закономерности пословичной концептуализации мира.

Отличительной чертой английской пословичной картины мира является большее количество пословиц без переносного значения по сравнению с русским материалом, т.е. пословиц без образного мировосприятия. Менее широко, чем в русских пословицах, представлена аллегорическая метафора. В английских пословицах отражен менталитет различных социальных слоев.

Для русских пословиц характерна более конкретная и детализованная концептуализация мира, чем для английских пословиц. Больше реалий, национально-окрашенных и национально-специфичных абстрактных концептов присутствует на уровне внутренней формы русских пословиц. В русских пословицах отражено представление о жизни как о более тяжелой, чем в английской культуре.

Каждый язык имеет особую картину мира, и языковая личность обязана организовывать содержание высказывания в соответствии с этой картиной. Понятие картины мира (в том числе и языковой) строится на изучении представлений человека о мире. Представители когнитивной лингвистики справедливо утверждают, что наша концептуальная система, отображенная в виде языковой картины мира, зависит от физического и культурного опыта и непосредственно связана с ним [9, с. 64].

То, что пословицы и поговорки хранят в себе знания о мире и о человеке в этом мире, позволяет ученым говорить о пословичном представлении о мире. Так, Е.В. Иванова в книге «Мир в английских и русских пословицах» пишет о существовании пословичной картины мира как об «отдельном фрагменте, части языковой картины мира» [5, с. 3], а также о существовании пословичного менталитета (менталитета, проявляющегося в пословичной картине мира). Пословичный менталитет – это не менталитет пословицы, а отраженный в пословичном фонде менталитет народа, точнее, определенных социальных групп народа [5, с. 49].



Заключение

Таким образом, пословицы и поговорки, являясь частью культуры данного народа, всегда оставались и остаются актуальными, несмотря на развитие экономики и техники, на прогресс и так далее. В любое время пословицы поговорки будут характерной чертой данного народа, объектом внимания лингвистов.

Пословицы можно рассматривать как вариант социального контекста, позволяющий человеку ориентироваться в разнообразных жизненных ситуациях: пословицы подводят итог ситуациям и определяют поведение людей.

Анализ показывает, что в английской и русской пословичных картинах мира содержится в значительной степени одинаковое знание об одних и тех же сторонах действительности. Это проявляется в существовании параллельных семантических групп пословиц, на основе которых возможно реконструировать сходные фрагменты пословичных картин мира.

Сходство в видении мира может быть обнаружено на более обобщенно-глубинном уровне, чем уровень совпадения образов отдельных пословиц. Так, например, в обоих пословичных фондах действует единая тенденция преувеличивать черты, свойственные странам, национальностям и жителям отдельных местностей, что проявляется в широком использовании гиперболы в пословицах данной тематики. В пословицах о работе в обоих языках широко представлена аллегорическая метафора. В пословицах различных групп реализуются одинаковые концептуальные метафоры. В пословицах о семье в обоих языках мало метафор, но широко представлена метафора-сравнение, распространены идиоматичные пословицы. Таким образом, возможно выделить некоторую обобщенную и общую для двух пословичных фондов связь между тем, что описывается, и тем, как оно описывается.

Характерными чертами английской пословичной картины мира являются: большее количество пословиц без переносного значения по сравнению с русским материалом, большее количество абстрактных концептов на уровне внутренней формы.

Для русских пословиц характерна более конкретная и детализованная концептуализация мира, чем для английских пословиц. Несколько более широко представлена аллегорическая метафора – особый вид пословичной метафоры. Больше реалий, национально-окрашенных, национально-специфичных абстрактных концептов присутствует в русских пословицах. Все эти факторы свидетельствуют о различии в английской и русской пословичной концептуализации мира.

Литература:

1. Байрамова Л.К., Иванова М.В. Русская культура в «Аксиологическом фразеологическом словаре русского языка». // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2014. – № 3. – С. 10-12.
2. Байрамова Л.К. Пословицы в «Аксиологическом фразеологическом словаре русского языка: словаре ценностей и антиценностей». // Вестник Новгородского государственного университета. – 2014. – № 77. – С. 10-12.
3. Гуревич П.С. Культурология: Учебник для вузов. – М., 2003. – 336 с.
4. Ефимов В.И. Таланов В.М. Общечеловеческие ценности: монография. – М.: Академия естествознания, 2010. – 410 с.
5. Иванова Е.В. Мир в английских и русских пословицах: учеб пособие. – Спб.: Спб. ун-т, 2006. – 280 с.
6. Ильин В.В. Аксиология. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – 213 с.
7. Крысько В.П. Этнопсихология и межнациональные отношения. – М., 2002.
8. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб. – М., 1996. – 381 с.



9. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских традиций. – М., 2009. – 507 с.
10. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия. 2001. – 208 с.
11. Носирова М.О. Аксиологический потенциал социального уровня ценностей //Русский язык за рубежом: инновационные подходы и эффективные практики открытого образования. – 2021. – С. 104-110.
12. Носирова М.О. Репрезентативный аспект социальных ценностей в русской и узбекской пословичной картине мира //Образование и инновационные исследования международный научно-методический журнал. – 2023. – №. 7. – С. 87-91.
13. Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. – М./СПб.: ГПОССА/КАРО, 2004. – 336 с.
14. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высш. шк., 2005. – 310 с.
15. Современный толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. – М., 2004. – 960 с.
16. Холматова Ш.С., Носирова М.О. Инновационные технологии в современном образовании //Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2022. – Т. 2. – №. Special Issue 20. – С. 175-180.
17. Худойберганава З.Н., Мамаражабов Б.Б. Тил ва маданият: ўзаро муносабат ва ўзаро таъсир масаласи. – М., 2016. – № 1. – С. 30-34.

