

Носирова Мубина Олимовна,
старший преподаватель УзГУМЯ
e-mail: 19mubina94@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ В ПОСЛОВИЧНОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЛИНГВОКУЛЬТУР

Аннотация. Данная статья посвящена актуальной проблеме современного языкознания – проблеме осмысления и восприятия социальных ценностей на материале пословиц узбекского и русского языков. В статье дается классификация социальных ценностей, анализируются и описываются пословицы русского и английского языков. Также в статье рассматривается отражение социальных ценностей в пословицах – языковых единицах, наиболее ярко отражающих национальные ценностные ориентиры. Отмечается, что ценности могут отражать как своеобразие национального сознания того или иного народа в целом, так и установки отдельных личностей.

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

Nosirova Mubina Olimovna,
O‘zDJTU katta o‘qituvchisi
e-mail: 19mubina94@mail.ru

DUNYONING RUS VA INGLIZ TILLARI MAQOL MANZARASIDA IJTIMOIY QADRIYATLAR

Annotatsiya. Ushbu maqola zamonaviy tilshunoslikning dolzarb muammosi – o‘zbek va rus tillari maqollari materiallari asosida ijtimoiy qadriyatlarni tushunish va idrok etish muammosiga bag‘ishlangan. Maqolada ijtimoiy qadriyatlar tasnifi berilgan, rus va ingliz tillaridagi maqollar tahlil qilinadi va

tavsiflanadi. Maqolada ijtimoiy qadriyatlarning maqollarda – milliy qadriyatlar belgisini eng aniq aks ettiruvchi til birliklarida aks etishi ham ko‘rib chiqiladi. Qadriyatlar bir vaqtning o‘zida muayyan xalq milliy ongining o‘ziga xosligini ham, alohida shaxslarning munosabatlarini ham aks ettirishi mumkinligi qayd etilgan.

Kalit so‘zlar: aksiologiya, qadriyat, tilshunoslik, maqol, lingvokulturologiya, dunyoning maqol manzarasi, milliy mentalitet, konsept, lingvomadaniyat, antropotsentrizm, paremiya, ijtimoiy qadriyatlar, ingliz tili, rus tili, tasnif, baholash.

Nosirova Mubina Olimovna,

senior teacher of UzSWLU

e-mail: 19mubina94@mail.ru

SOCIAL VALUES IN THE PROVERBAL LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD OF RUSSIAN AND ENGLISH LINGUOCULTURES

Abstract. This article is devoted to the current problem of modern linguistics – the problem of understanding and perceiving social values based on proverbs of the Uzbek and Russian languages. The article provides a classification of social values, analyzes and describes proverbs of the Russian and English languages. The article also examines the reflection of social values in proverbs – linguistic units that most clearly reflect national value guidelines. It is noted that values can reflect both the uniqueness of the national consciousness of a particular nation as a whole and the attitudes of individuals.

Key words: axiology, value, linguistics, proverb, linguacultural studies, proverbial picture of the world, national mentality, concept, linguaculture, anthropocentrism, paremia, social values, English, Russian, classification, assessment.

Введение

Тема данной статьи является актуальной в наши дни, потому что знакомство со страной включает в себя и изучение фразеологизмов, свойственных устному народному творчеству этой нации, и изучение культурных ценностей англичан, что способствует успешному межкультурному общению. Национальный менталитет проявляется в отражении особенностей быта, обычаев, истории и культуры, главным образом в строевых его единицах, к числу которых мы относим пословицы и поговорки. Главное назначение пословиц – давать народную оценку объективных явлений действительности, выражая тем самым мировоззрение. В пословицах и поговорках выражается свойственный народу склад ума, способ суждения, особенность воззрения; в них проявляются быт и обиход, дух и характер, нравы и обычаи, верования и суеверия.

Каждый язык воплощает в себе систему национальных, своеобразных особенностей, формирующих мировоззрение носителя языка [15, с. 34], которое, на наш взгляд, складывается в результате интерпретации, преломления индивидом общечеловеческих, универсальных ценностей.

Анализ литературы

Понятие языковой картины мира было 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 образуется система понятий и языку присваивается накопленный поколениями опыт [2, 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

Подход Л. Вайсгербера к изучению языка был основан на изучении языкового воздействия на познавательную, практическую деятельность

носителей языка, что в современной лингвистике связано с когнитивной и прагматической функциями языка [4, с. 263]. Исходя из данного подхода, в языке закрепляется как содержательная сторона понятий и знаний о мире, так и определенная точка зрения на мир. При этом содержательная сторона понятий и знаний формируется посредством восприятия объективной действительности, а источником формирования точки зрения является совокупность черт национальной культуры, принадлежащей определенному народу. Посредством языка осуществляется вербализация мира и его членение на какие-либо языковые фрагменты [3, с. 11-12].

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» [12, 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, с. 173].

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 [13, с. 53-54].

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 [1, с. 28-29].

Ценность выражает человеческое измерение культуры, воплощает в себе отношение к формам человеческого бытия, человеческого существования. Она как бы стягивает все духовное многообразие 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 [14, 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 [2, с. 151].

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].

Семья как ценность находит своё отражение в следующих пословицах: *My house is my castle. Мой дом – моя крепость (Никто не имеет права вмешиваться в мою домашнюю жизнь). There is no place like home. Свой дом – самое лучшее место. Ср. В гостях хорошо, а дома лучше. Put not your hand between the bark and the tree. Не клади руку между корой и стволом (не вмешивайся в чужие семейные дела).*

Дискуссия

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» [4, 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 [4, с. 49].

Материалом нашей статьи стали английские паремии, отобранные методом сплошной выборки из словарей английских пословиц (Oxford Dictionary of Proverbs; Manser 2007; Simpson 2003; Smith 2008), а также из ряда работ, посвященных исследованию различных видов стереотипов в паремиологических фондах английского и русского языков [7]:

- о главной цели в жизни женщины – удачно выйти замуж: *Woman's whole life is a history of affection* / Вся жизнь женщины – это история ее любовных привязанностей; *All meats to be eaten, and all maids to be wed* / Все мясо будет съедено, а все девушки выйдут замуж; *Maids want nothing but husbands, and when they have them they want everything* / Девушкам не нужно ничего, кроме мужа, но когда у них появляется муж, они хотят всего;

- о том, что жена должна подчиняться мужу: *A young wife should be but a shadow and echo in the house* / Молодая жена должна быть тенью и эхом в доме; *Maidens must be mild and meek, swift to hear and slow to speak* / Девушки должны быть мягкими и кроткими, готовыми слушать и помалкивать. Умная жена так и поступает: *A wise woman never outsmarts her husband* / Мудрая женщина никогда не будет умнее мужа;

- о месте женщины на кухне: *A woman's place is in the home* / Место женщины дома; *A good wife and a good cat are best at home* / Хорошей жене и хорошей кошке лучше всего быть дома.

- о положительной роли женщины как матери, хозяйки дома и спутницы жизни мужчины:

- *The mother's breath is always sweet* / Дыхание матери всегда сладкое; *A mother's love is best of all* / Любовь матери самая сильная; *A mother's love never ages* / Любовь матери никогда не ослабевает;

- *A house well-furnished makes a good house-wife* / Хорошо обставленный дом говорит о хорошей хозяйке; *You know a good housekeeper by her windows* / Вы узнаете хорошую хозяйку по чистым окнам; *Where there is no wife, there is no home* / Там, где нет женщины, и дома нет;

- *A man's greatest treasure is his wife – she is a gift from the Lord* / Самое большое богатство в жизни мужчины – его жена, она – дар божий; *A good wife makes a good husband* / У хорошей жены и муж хорош; *A good and virtuous wife is the most precious jewel of one's life* / Хорошая и добродетельная жена – самая большая драгоценность в жизни мужчины.

- о молодости: *Youth is easily deceived because it's quick to hope* / Молодежь легко обмануть, потому что она слишком доверчива; *Never send a boy to do a man's job* / Никогда не просите мальчишку делать мужскую работу; *Youth and age will never agree* / Молодость и старость никогда не договорятся; *Shall the goslings teach the goose to swim?* / Должны ли гусята учить гуся плавать?; *Young folks think old folks to be fools, but old folks know young folks to be fools* / Молодые думают, что старики глупы, а старики знают, что глупы молодые.

- о сдержанности, самообладании: *When angry, count a hundred* / Когда рассердишься, сосчитай до ста; *Anger and haste hinder good counsel* / Гнев и спешка затемняют рассудок; *To talk without thinking is to shoot without aiming* / Говорить необдуманно – все равно, что стрелять не целясь;

- о вежливости, хороших манерах: *A civil question deserves a civil answer* / Вежливый вопрос заслуживает вежливого ответа; *All doors open to courtesy* / Перед вежливостью все двери открываются; *Politeness costs little, but yields much* / Вежливость обходится дешево, да много дает; *Do as you would be done by* / Поступай с другими так, как хотел бы, чтобы поступали с тобой; *Evil communications corrupt good manners* / Дурные связи портят манеры;

- о стремлении к свободе, толерантности: *Better die standing than live kneeling* / Лучше умереть стоя, чем жить на коленях; *So many countries, so many customs* / Сколько стран, столько обычаев; *So many men, so many minds* / Сколько людей, столько умов; *It takes all sorts to make a world* / Мир из разных людей состоит; *Lean liberty is better than fat slavery* / Свобода при бедности лучше процветающего рабства; *Live and let live* / Сам живи и другим жить не мешай;

- о патриотизме, любви к своему дому: *East or West, home is best* / Запад или восток, а дома лучше всего; *He has no home whose home is everywhere* / У того дома нет, чей дом повсюду; *Dry bread at home is better than roast meat abroad* / Сухари дома лучше жаркого за границей; *There is no place like home* / Нет места лучше родного дома; *An Englishman's house is his castle* / Дом англичанина – его крепость.

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.

Литература:

1. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.
2. Гуревич П.С. Культурология: Учебник для вузов. – М., 2003. – 336 с.
3. Ефимов В.И. Таланов В.М. Общечеловеческие ценности: монография. – М.: Академия естествознания, 2010. – 410 с.
4. Иванова Е.В. Мир в английских и русских пословицах: учеб пособие. – Спб.: Спб. ун-т, 2006. – 280 с.
5. Ильин В.В. Аксиология. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – 213 с.
6. Крысько В.П. Этнопсихология и межнациональные отношения. – М., 2002.
7. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб. – М., 1996. – 381 с.
8. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских традиций. – М., 2009. – 507 с.
9. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия. 2001. – 208 с.

10. Носирова М. О. Аксиологический потенциал социального уровня ценностей //Русский язык за рубежом: инновационные подходы и эффективные практики открытого образования. – 2021. – С. 104-110.
11. Носирова М. О. Пословичная картина мира как фрагмент языковой картины мира //Involta Scientific Journal. – 2023. – Т. 2. – №. 5. – С. 168-174.
12. Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. – М./СПб.: ГПОССА/КАРО, 2004. – 336 с.
13. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высш. шк., 2005. – 310 с.
14. Современный толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. – М., 2004. – 960 с.
15. Худойберганава З.Н., Мамаражабов Б.Б. Тил ва маданият: ўзаро муносабат ва ўзаро таъсир масаласи. – М., 2016. – № 1. – С. 30-34.