

Репрезентация этнических характеристик языковой личности сквозь призму пословиц

Горбачёва К.А.,
магистрант

Научный руководитель **Богатикова Л.И.**
Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины

Изучая мир, который нас окружает, абсолютно любой человек выбирает для себя, что из этого мира является важным для него и без чего он может легко обойтись, так как этот элемент является несущественным. Исходя из этого у человека формируется ценностное отношение к окружающему миру, в котором он сам рассматривает данные элементы по критериям важности и значимости. Абсолютно каждый элемент в мире получает свою оценку и несет в себе определенную ценность.

Культурные ценности следует понимать как незаменимые материальные и нематериальные предметы и произведения культуры, созданные человеком в результате творческого процесса, имеющие художественную и имущественную ценность, универсальную значимость и оказывающие эстетическое, научное, историческое воздействие на человека.

Понятие культурные ценности также можно трактовать, как нравственные и эстетические нормы и образцы поведения, языки, традиции и обычаи, относящиеся к определенным нациям, фольклор, произведения культуры и искусства.

При формировании основы национальной концептосферы важную роль играет паремиологический фонд языка. Паремии представляют полную картину мира определенной этнической группы. Они выражают характер всего народа и отражают нормы, правила, стереотипы мышления, а иными словами в них закодирована определенная культура.

Хорошим материалом для знакомства со спецификой национального характера являются пословицы. Пословица представляет собой краткое и лаконичное высказывание, содержащее какую-либо общепринятую идею или убеждение, т.е. краткое известное утверждение, содержащее совет. Все исследователи пословиц отмечают, что их характерной чертой является краткость, содержательность, мудрость, оценочность, и отсутствие авторства у большинства исследуемых единиц. Пословицы являются коллективными текстами и отражают национальную специфику мировоззрения народа, его картину мира. В пословицах находят свое отражение условия жизни народа, их быт и история, место проживания, наложившие в своей совокупности огромный отпечаток на особенности национального мировосприятия. Следовательно, знания о паремиологическом фонде языка помогают нам понимать ценностные ориентиры народа и особенности менталитета.

В английском языке существует большое количество идиом, пословиц и поговорок, которые мы можем встретить в литературных произведениях, в фильмах и мультфильмах, в различного рода телепередачах, по радио, но и, конечно же, в каждодневном общении англичан. Английская идиоматика, очень разнообразная, и очень трудна для тех, кто изучает английский язык.

Следует отметить, что характерный английский практицизм, ясность, избегающая всякой неопределённости, идущая прямо к делу выражена в пословицах: *Better to do well than to say well.* (Больше дела, меньше слов.), *Business is business.* (Дело есть дело.).

Пословица «*Don't change horses in the middle of the stream*» (Коней на переправе не меняют)

говорит о консерватизме англичан. Поклонники глубокой старины, древних традиций и привычного уклада жизни, они не спешат отказаться от монархии и сопутствующих ей институтов и обычаев. Англичане любят повторять: *An old dog will learn no new tricks. You cannot teach old dogs new tricks.* (Старую собаку новым фокусам не научишь.), *An old dog barks not in vain.* (Старый пёс не будет напрасно лаять.).

Также типичной чертой англичан является то, что это очень трудолюбивый народ, но ни смотря на это, они находят время и для отдыха. Данная черта представлена в следующих пословицах: *Business before pleasure* (Сначала дело, потом развлечения). *No rains, no gains* (Не попотеешь, не заработаешь).

Основные концепты культуры также представлены в пословицах. Поговорки и пословицы занимают огромное место в национальной культуре, они влияют на формирование языковой картины мира любого народа.