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 pains, 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.