

DOI: 10.33184/dokbsu-2024.4.9

## ОСОБЕННОСТИ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ПАРЕМИЙ В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

А. И. Гиниатуллина<sup>1\*</sup>, М. А. Кулькова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова (ИЭУП)  
Россия, Республика Татарстан, 420111 г. Казань, ул. Московская, 42.

<sup>2</sup>Казанский (Приволжский) федеральный университет  
Россия, Республика Татарстан, 420008 г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

\*Email: azaliya13@yandex.ru

Данная статья посвящена изучению аксиологического потенциала паремиологических единиц в русском и английском языках. основополагающим фактором при формировании языковой картины мира является то, какие выражения и поговорки передаются из поколения в поколение. Паремии дают возможность не только рассмотреть бытовые, религиозные и гуманитарные установки народа-носителя определенного языка, но также дать ряд общих представлений о жизни, сознании и мировоззрении конкретных людей. Именно поэтому пословицы и поговорки принято считать важной языковой единицей, описывающей, распространяющей или раскрывающей общие особенности национального характера, менталитета. Паремиологические единицы отражают социальные отношения, ценности и установки, а также включают культурные, лингвистические, социальные и психологические предпосылки.

**Ключевые слова:** паремиологическая единица, аксиология, колорит, английский язык, русский язык, языковая картина мира.

Язык выступает не только как средство связи между знаниями, идеями и результатами познавательной деятельности обучающегося, но также как обобщающий, воспринимаемый, систематизированный и осмысленный инструмент. Процесс обучения сопровождается сопоставлением данных лингвистического мировоззрения с новыми взглядами и жизненными ценностями, что вносит практические изменения на протяжении каждого занятия. Систематизация информации осуществляется через анализ множества терминов и поиск ответов на разнообразные вопросы, относящиеся к каждому уроку.

Когнитивные и прагматические аспекты значения взаимодействуют в языковой картине мира, поскольку различие между субъективной и объективной ценностью языковых единиц и их значением обусловлено различными объективными характеристиками этих объектов.

Тем не менее, по мнению некоторых исследователей, значение паремиологических единиц нередко преувеличивается. Хотя традиция филологического изучения паре-

миологических единиц существует уже давно, в научном плане этот путь еще не привел к полноценному пониманию лексического, грамматического и дифференциального аспектов семантики, викторинной функции и грамматического статуса рассматриваемых объектов. Практически каждая паремиологическая единица, как и вся область этого научного направления, требует разъяснения для широкой научной аудитории [1].

Исследователи Р. Р. Замалетдинов, Г. Ф. Замалетдинова полагают, что через пословицы осуществляется диалог поколений, мы становимся собеседниками и единомышленниками наших далеких предков, а они – нашими современниками ... с помощью пословиц можно проникнуть в образ мыслей другого народа, понять своеобразие его мышления, понять его характер [2].

Согласно В. М. Русановскому, пословица представляет собой устоявшуюся поговорку народного происхождения, отражающую практический опыт народа в оценке различных явлений и событий жизни. Она выражает метафорическую информацию об эмпирических, социологических и логических фактах в сжатой и повествовательной форме [3].

Вслед за М. А. Кульковой мы считаем, что паремии – это «автономные устойчивые высказывания неопределенно-референтного типа, являющиеся продуктом многовековой народной рефлексии и направленные на моделирование человеческого поведения» [4].

Пословицы – это краткие традиционные истины, которые пользуются популярностью среди людей. В. Мидер отмечает, что пословицы – это короткие утверждения, не поддающиеся логическому обоснованию, или простые формулировки очевидных истин. При более глубоком рассмотрении можно сказать, что пословицы представляют собой небольшие народные фразы, содержащие мудрость и традиционные взгляды, передаваемые из поколения в поколение в разнообразной образно-метафорической форме. Иными словами, пословицы и поговорки несут в себе вечную мудрость, традиции и нравственные ориентиры предшествующих поколений [4].

Слова, выражения, пословицы и поговорки играют важную роль в изучении истории, культуры, быта и нравов людей определенного народа. Паремии позволяют не только рассмотреть бытовые, религиозные и гуманитарные установки носителей языка, но и получить общее представление о жизни, сознании и мировоззрении конкретных людей. Кроме того, важно понять психологию людей и их отношение к жизни во всех ее проявлениях, а также выявить и реализовать систему моральных, нравственных и социальных ценностей, формирующихся в процессе жизнедеятельности человека и общества [5].

Народные поговорки и пословицы разных стран обладают своей национально-культурной спецификой, отличаясь лишь словесными образами, деталями и использованием в литературе. Изучая паремиологический фонд какого-либо языка, исследователь может обнаружить в нем схожие жизненные ориентиры и цели, эстетические и

моральные убеждения, ценности или особенности характера конкретного человека. Это помогает исследователю и философу находить новое и неизведанное среди множества ориентиров [6].

В лингвистическом подходе к оценке исследуются вспомогательные коннотативные значения единиц языка. В течение долгого времени исследователи придерживались взгляда на оценку как на мнение говорящего, его отношение к высказываемому и т.п., рассматривая ее как одну из основных частей стиля речи [7]. Эта концепция в свою очередь была подкреплена мнением о том, что интонационная оценка слова выражает эмоции человека по отношению к кому или чему-либо, выражаемые им непосредственно предмету высказывания [8]. Как считает Д. Э. Розенталь, категория субъективной оценки – это семантически-грамматическая характеристика, обозначающая оценку субъектом предмета или действия и позволяющую добавить к основному предметному значению слова новые оттенки эмоциональной окраски, значения ласкательности, уменьшительности, прибавления многозначности, преуменьшения вульгаризации, превосходства, отрицания, иронии и т.д. [9].

В зарубежных исследованиях ученые изучают главным образом не языковую категорию оценки, а саму природу оценок. Например, в сфере прагматики оценка как способность воздействовать на человека рассматривалась в работах Ч. Стивенсона и Т. А. ван Дейка. В «когнитивных теориях эмоций» оценка рассматривалась М. Арнольдом, и она определялась как «непосредственный, мгновенный интуитивный акт, не связанный с размышлением» [10].

Основные подходы к изучению языковой оценки в трудах отечественных и зарубежных исследователей могут быть разделены на следующие категории:

1. Семантический подход: этот подход основан на анализе значения слов и выражений в контексте оценочной речи. Исследователи, использующие этот подход, обращают внимание на семантические особенности оценочных выражений и их соотношение с контекстом.
2. Прагматический подход: этот подход фокусируется на изучении функций оценочной речи и ее воздействии на адресата. Исследователи, использующие этот подход, интересуются тем, как оценочные выражения влияют на коммуникацию и восприятие сообщений.
3. Когнитивный подход: этот подход основан на изучении психологических процессов, лежащих в основе формирования и восприятия оценочной информации. Исследователи, использующие этот подход, исследуют когнитивные механизмы, которые позволяют нам оценивать и интерпретировать языковую информацию.

4. Корпусный подход: этот подход основан на анализе больших объемов текстового материала с целью выявления частотности и распределения оценочных выражений. Исследователи, использующие этот подход, анализируют корпуса текстов для выявления типичных характеристик оценочной речи.

5. Социолингвистический подход: этот подход фокусируется на социальных и культурных аспектах оценочной речи. Исследователи, использующие этот подход, изучают, как социальные факторы влияют на формирование и использование оценочных выражений.

6. Лингвистический анализ дискурса: этот подход основан на анализе дискурсивных стратегий, используемых при передаче оценочной информации. Исследователи, использующие этот подход, анализируют структуру и организацию дискурса с целью выявления специфических особенностей оценочной речи.

Это лишь некоторые из основных подходов к изучению языковой оценки, исследователи могут комбинировать различные подходы в своих работах.

Ценности общества и культуры отражаются в паремиологической картине мира на английском и русском языках. Посмотрим на несколько примеров паремий, которые иллюстрируют различия в ценностях:

“Actions speak louder than words” (англ.) – «Дела говорят громче слов» (рус.). В этой паремии на английском языке ценится конкретное поведение и действия, в то время как русская паремия подчеркивает необходимость подкрепления слов делами.

“Honesty is the best policy” (англ.) – «Честность дороже денег» (рус.). Обе паремии выражают ценность честности и правдивости, однако в русском варианте подчеркивается, что честность более ценна, чем материальные блага.

“Better late than never” (англ.) – «Лучше поздно, чем никогда» (рус.). В данном случае обе паремии акцентируют важность завершения задачи или выполнения обязательств, хоть и с задержкой.

“A bird in the hand is worth two in the bush” (англ.) – «Лучше синица в руках, чем журавль в небе» (рус.). Обе паремии предлагают оценивать текущие ресурсы и возможности выше, чем иллюзорные перспективы.

“The early bird catches the worm” (англ.) – «Кто рано встает, тому Бог дает» (рус.). Здесь значение – средство достижения успеха, намерение быть активным и трудолюбивым.

“Actions speak louder than words” (англ.) – «Слова слабеют, дела крепнут» (рус.). Обе паремии говорят о важности действий и примеров, а не только слов.

“All that glitters is not gold” (англ.) – «Не все то золото, что блестит» (рус.). Обе паремии предостерегают об обольстительной внешности и учат выявлению подлинной ценности.

“United we stand, divided we fall” (англ.) – «В единстве - сила, в расползании – слабость» (рус.). Здесь поддерживается идея единства и коллективного действия для достижения целей и преодоления трудностей.

“Every man for himself, and the Devil take the hindmost” (англ.) – «Каждый сам за себя, волка бояться – в лес не ходить» (рус.). В первой паремии на английском утверждается идея индивидуализма и самосохранения, в то время как русская паремия выражает ценность коллективной защиты и взаимопомощи.

“Money makes the world go round” (англ.) – «Деньги не пахнут» (рус.). В первой паремии на английском выражается ценность материального богатства и его влияния на общество, в то время как русская паремия подчеркивает, что деньги могут компенсировать любые недостатки.

“All is fair in love and war” (англ.) – «В любви и на войне все средства хороши» (рус.). В обеих паремиях выражается идея допустимости искусства обмана и использования любых средств для достижения целей, но русская паремия позволяет больше моральных уступок.

“The end justifies the means” (англ.) – «Цель оправдывает средства» (рус.). В этих паремиях на английском и русском языках выражается идея того, что цель может оправдать любые методы достижения, однако в русской версии эта концепция рассматривается несколько более критически.

Таким образом, паремиологическая картина мира в английском и русском языках отражает различные ценности и уклад жизни народов, говорящих на этих языках.

Национальные ценности также находят свое отражение и в специфике употребления цветоименований. У каждого цветосимвола есть своя роль в языке. Они могут использоваться как в виде отдельного слова, так и совместно с другими словами, создавая фразеологические, фонетические и паремиологические, а также грамматические единицы русского языка [11]. Лексика цветовых обозначений может реализовывать положительную, отрицательную и нейтральную оценку, выражать интенсивность признака или явления, она активно используется при характеристике внешности и возраста человека, своих и чужих внутренних переживаний, психологических реакций на различные явления социальной действительности и мира в целом, а также может использоваться для обозначения профессии человека, его социального статуса и материального положения [12].

Лексические единицы английского и русского языков, именующие различные цвета, употребляются для выражения оценки действий людей, их моделей поведения, жизненных ситуаций. Часто в состав пословиц и фразеологизмов входят компоненты с цветовой символикой, которые привносят свое значение на базе метафорического или метонимического переосмысления, а также ассоциаций определенного цвета. На территории России наиболее интенсивно пословицы использовались для выражения культурной идентичности определенного общества (или нации, времени, профессии и т.д.) в XIV и начале XX вв. Как и сказки, и народные песни, пословицы отражают коллективную душу народа. С точки зрения когнитивистики, пословицы можно рассматривать как стереотипные формы речи, основанные на социально значимых когнитивных концепциях, аналогично метафорам. Пословицы и метафоры имеют схожую или даже одинаковую когнитивную структуру, что подтверждается эквивалентными образами, используемыми в них. Это проявляется особенно заметно при характеристике возраста, пола или социального статуса человека, особенно значительно более старшего или младшего по сравнению с говорящим.

Можно сделать вывод, что анализ предпосылок исследования ценностей и языковой оценки паремиологических единиц включает следующие аспекты:

1. Культурные предпосылки. Исследование ценностей и языковой оценки паремиологических единиц требует учета культурных особенностей и контекста, в котором они используются. Это может включать изучение истории, традиций, обычаев и ценностей определенной культуры или сообщества.
2. Лингвистические предпосылки. Исследование паремиологических единиц требует анализа их языковых особенностей, таких как лексический состав, грамматическая структура, семантика и стилистика. Также важно учитывать языковые нормы и конвенции, которые могут влиять на оценку и интерпретацию данных единиц.
3. Социальные предпосылки. Паремиологические единицы отражают социальные отношения, ценности и установки. Исследование ценностей и языковой оценки паремиологических единиц может включать анализ социальных факторов, таких как положение человека в обществе, социальный статус, возраст, пол и т.д.
4. Психологические предпосылки. Интерпретация и оценка паремиологических единиц может быть связана с психологическими факторами, такими как эмоции, представления, убеждения и личные опыты. Исследование ценностей и языковой оценки паремиологических единиц может включать изучение психологических механизмов, которые влияют на восприятие и интерпретацию данных единиц.

## Литература

1. Гиниатуллина А. И. Отражение ценностных ориентаций в английских и русских паремиологических единицах // Традиции и инновации в преподавании иностранного языка: материалы X Всерос. научно-практ. конф. Казань: Казанский ГМУ, 2020. С. 86–92.
2. Замалетдинов Р. Р., Замалетдинова Р. Р. О роли пословиц в исследовании национально-культурных особенностей языкового сознания // Вестник Татарского гос. гуманитарно-педагогич. ун-та, 2010. №2. С. 73–78.
3. Русановский В. М. Методология, теория и частные методы лингвистических исследований // Мовознавство. 1975. №2. С. 3–12.
4. Кулькова М. А. Когнитивно-смысловое пространство народной приметы: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.20. Казань, 2011. 52 с.
5. Mieder W. Proverbs are the best policy: Folk wisdom and American politics. Logan, Utah: Utah State University Press, 2005. 323 p.
6. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. 264 с.
7. Кожин А. Н., Крылова О. А., Одинцов В. В. Функциональные типы русской речи. М.: Высшая школа, 1982. 224 с.
8. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Сов. энциклопедия, 1969. 305 с.
9. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. М.: Просвещение, 1976. 399 с.
10. Куликова В. А. Словообразовательные средства выражения негативной оценки (на мат-ле новообразований в заголовках электронных СМИ XXI в.): дис ... канд. филол. наук. М., 2020. 278 с.
11. Фрумкина Р. М. Цвет, смысл, сходство. Аспекты психолингвистического анализа / отв. ред. В. Н. Телия. М.: Наука, 1984. 175 с.
12. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

Статья рекомендована к печати кафедрой иностранных языков и перевода  
Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова  
(к. фил. наук, доц. Г. А. Вильданова).

---

## Features of Russian and English paremiological units in the axiological aspect

A. I. Giniatullina<sup>1\*</sup>, M. A. Kulkova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov  
42 Moskovskaya st., 420111 Kazan, Republic of Tatarstan, Russia.*

<sup>2</sup>*Kazan (Volga region) Federal University  
18 Kremlevskaya st., 420008 Kazan, Republic of Tatarstan, Russia.*

*\*Email: azaliya13@yandex.ru*

This article is dedicated to the study of the axiological potential of paremiological units in Russian and English languages. The fundamental factor in forming the linguistic worldview is expressions and proverbs that are passed down from generation to generation. Proverbs provide an opportunity to examine not only the basic, religious, and humanitarian beliefs of the people who speak a particular language, but also to give a series of general ideas about life, consciousness, and worldview of specific individuals. For this reason proverbs and sayings are considered an important linguistic unit that describes, spreads, or reveals the common features of national character and mentality. Paremiological units reflect social relationships, values, and attitudes, as well as encompass cultural, linguistic, social, and psychological assumptions.

**Keywords:** paremiological unit, axiology, colour, English language, Russian language, linguistic worldview.