**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА**

**ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК, СОДЕРЖАЩИХ РЕАЛИИ**

**Содержание**

Введение

1. Особенности текстов пословиц и поговорок
2. Пословицы и поговорки с реалиями-антропонимами
3. Пословицы и поговорки с реалиями-топонимами
4. Пословицы и поговорки с реалиями духовной культуры
5. Пословицы и поговорки с реалиями материальной культуры

Вывод

Библиография

**Введение**

**Целью** моей работы является изучение национально-культурных особенностей пословиц и поговорок, содержащих реалии.

**Задачи:**

* Рассмотреть пословицы и поговорки с реалиями, как языковые единицы, отражающие историю, культуру, характерные отношения между людьми.
* Дать определение основным понятиям: реалии, антропонимы, топонимы.
* Выделить особенности текстов пословиц и поговорок.

**Актуальность**

Данная тема очень актуальна для меня, так как свою дальнейшую деятельность я собираюсь связать с туристическим бизнесом. В этой области, как ни в какой другой, необходимо знать особенности культуры страны. А что как ни пословицы и поговорки, созданные самим народом, могут лучше отражать национально-культурные особенности.

**Материалом** для данной работы послужил работа О.В. Магировской «Национально-культурные особенности лингвистической картины мира».

**Объектом** данной работы являются английские и русские пословицы и поговорки, содержащие реалии.

1. **Особенности текстов пословиц**

Пословицы представляют собой хороший материал для знакомства с особенностями национального характера, т.к. несут на себе отпечаток своеобразия образной системы, исторически сложившейся и отражающей многовековой опыт общения людей определенного этноязыкового коллектива и познания ими окружающей действительности.

Специфичность данных языковых единиц прослеживается в следующих присущих им характеристиках:

1. Пословицы – тексты коллективные, концептуализирующие веками накопленные наблюдения и опыт человека в его повседневной жизни. Их социальная направленность и основная суть отражены в пословице “Proverbs are the wisdom of the streets” («Пословицы – это народная мудрость»).
2. Данные тексты создаются и употребляются для передачи народной мудрости, касающейся хорошо известных истин и основных нравственных качеств (добра и зла, простоты и хитрости, честности и лжи, хорошего и плохого) с обязательным указанием на то, что человек считает ценным, что он не считает плохим и что безразличным.
3. Пословицы характеризуются яркой национальной нагруженностью и очень наглядно отражают национальную специфику мировоззрения народа – его картину мира. В данных текстах находят отражение условия жизни носителя языка, их история, быт, место проживания, наложившие в своей совокупности огромный отпечаток на особенности национального мировосприятия. Национальный характер видения мира проявляется в отборе разных образов для выражения тех или иных понятий, а так же в актуализации разных признаков предметов, взятых для наименования объектов действительности, несмотря на то, что процесс познания окружающего мира носит в определенной степени интернациональный характер.
4. Пословицы дают определенное представление о наивной (бытовой, ненаучной) картине мира и представляют собой бесчисленные житейские выражения, описывающие понимание и нестереотипное, эмоционально-образное видение определенных жизненных ситуаций, явлений и предметов.
5. Цель пословиц состоит в образном осмыслении интерпретации реальной действительности, что позволяет рассматривать их как языковые единицы, репрезентирующие эмоциональную модель характера.
6. Являясь единицами вторичной номинации, тексты пословиц обнаруживают наличие своеобразно наложенных друг на друга двух картин мира. Первая картина мира представляет собой буквально воспринимаемый образ реальной действительности, т.е. непереосмысленный дословный перевод пословицы, употребляемый только относительно описываемой ситуации. Вторая картина мира является результатом эмоционально-чувственного взаимодействия человека с окружающей реальностью и представляет собой качественно новый взгляд на реальную действительность, т.е. ее переосмысление и применение к различным ситуациям. Обе картины мира соприкасаются друг с другом, причем вторая картина мира тесно связана с первой как опорой в изначальном отображении определенной ситуации реального мира.

Наличие двух пересекающихся картин мира доказывает специфичность концептуализации действительности исследуемыми текстами. Она заключается в том, что в основе экспрессивных единиц, какими являются пословицы, лежит сосуществование двух отличных друг от друга видов информации: сведений о мире (научно-бытовая картина мира) и сведений об отношениях субъекта речи к миру (субъективная картина мира).

Так, например мы находим в английской пословице ”If there were no clouds in the sky, we shouldn’t enjoy the sun” отражение природы Великобритании, ее влажного климата, т.е. если есть тучи, то скорее всего пойдет дождь, а это не приятное событие для жителей этой страны. Но на фоне этого можно проследить мысль, что без плохого (clouds) мы бы не ценили хорошего (the sun), т.к. не замечали бы этого.

Будучи созданными народом, пословицы предназначены ему же, а потому очень образны, кратки и доступны пониманию, даже если какие-либо реалии находятся за пределами имеющихся у реципиента знаний.

В силу своей оригинальной образности и ассоциативности тексты пословиц, присущих одной лингвокультурной общности, очень интересны для представителей лингвокультурной общности в силу совпадения основных жизненных концептов у большинства народов. В силу того, что всем народам близки проблемы нравственности и поиска человеком своего места в мире, происходит сравнение пословиц одной культуры с аналогичными текстами, существующими в родной культуре. Причем аналогия объясняется не полным смысловым и лексическим совпадением, а совпадением тематики и проблем, которые они затрагивают.

**2. Пословицы и поговорки с реалиями-антропонимами**

Пословицы и поговорки, в состав которых входит антропоним, обладают яркой национальной маркированностью для инокультурного реципиента. В данных текстах антропоним выступает как имя собственное, богатое различными ассоциативными связями и коннотациями, но уже имеющее переносное значение и употребляемое для целого ряда ситуаций. Оно уже не относится к своему определенному носителю, а как бы «вбирает» в себя все присущие ему черты и наделяет ими любой другой объект, характеризует его действия, поступки, выдвигая на передний план не само название, а его оценку, отношение говорящего как к объекту, носящему данное имя, так и к новому объекту, на который это имя переносится. В концептуальном плане инокультурные пословицы и поговорки с элементом-антропонимом сложны, т.к. для вычленения их значения, а также сопоставления их со значениями эквивалентов в родном языке реципиенту, как правило, необходимы дополнительные фоновые лингвострановедческие знания.

Определенный интерес представляет группа пословиц и поговорок, одним из компонентов которых является традиционно английское имя или фамилия, как, например, *Betty, Тот, Jack, Dick, John, Mary, Brown, Jones, Smith* и др.

Так, например, антропонимы-имена *Тот, Dick, Harry* закрепились в поговорке *«Тот, Dick and Harry»,* а антропонимы-фамилии - в поговорке *«Brown, Jones and Robinson»,* Обе поговорки синонимичны, т.к. реализуют одинаковое значение - «средние, заурядные, обычные люди; первый встречный». В русском языке существует эквивалент приведенным английским поговоркам - «Иванов, Петров, Сидоров», который по форме выражения совпадает со вторым английским вариантом *(«Brown, Jones and Robinson»).* Присутствие чисто английских имен и фамилий в данных языковых единицах является для русского реципиента индикатором национальной маркированности поговорок. Оно сразу же расширяет фоновые знания инокультурных реципиентов об английских именах. Факт наличия и широкой употребимости в русском языке поговорки «Иванов, Петров, Сидоров» облегчает выявление значения английских эквивалентных текстов. По аналогии с выводами, заключаемыми из знания хорошо знакомой родной поговорки, русскоязычный реципиент отмечает, во-первых, распространенность таких имен и фамилий, как *Тот, Dick, Harry, Brown, Jones, Robinson* среди английского населения, и, во-вторых, обычность и неприметность основной массы их носителей. Поговорки двух сопоставляемых языков полностью совпадают своими смыслом и структурой, но отличаются примерами, имея своими прототипами в одном случае конкретных лиц с типично английскими именами, в другом - с распространенными русскими именами. Более того, существует также одно существенное отличие рассматриваемых эквивалентов и в концептуальном плане. Оно заключается в том, что в концепт «средний, обычный, заурядный человек» оба народа вкладывают разные представления, что зависит от образа и уровня жизни народов. И поэтому даже эквивалентные поговорки будут вызывать в сознании инокультурных реципиентов различные образы, соответствующие их национальным картинам мира, т.е. в данном случае обыкновенные, средние люди в Англии и в России будут отличаться по материальному положению, правам, привычкам, одежде и т.д. и, соответственно, будут отличаться образы этих людей в сознании представителей двух сравниваемых лингвокультурных общностей.

Самый распространенный антропоним, встречаемый в английских пословицах и поговорках, - антропоним *Jack.* Можно предположить, что частое использование данного имени в английских пословицах и поговорках обусловлено его широкой распространенностью среди представителей английского народа. В силу его распространенности оно во многих случаях становится нарицательным. В поговорке «*Jack-of-all-trades»,* позже породившей более конкретную единицу - пословицу *«Jack of all trades and master of none»,* данное имя собственное употребляется для обозначения человека, который берется за разные виды деятельности, но толком ничего не умеет. Значение английской поговорки определяет ее отрицательную коннотацию. В русском языке существует поговорка «Мастер на все руки». В отличие от английской поговорки, она имеет положительную коннотацию и применяется по отношению к людям, умеющим хорошо выполнять различные виды работ.

Таким образом, в рассматриваемой нами паре поговорок наблюдается различная степень преломления одного и того же концепта мастерства: для русского менталитета мастер на все руки - это человек, который многое умеет делать; для англичан мастер - это, прежде всего, человек, который хорошо владеет одним ремеслом, но не всеми сразу. Прототипами данной пары поговорок, несомненно, были конкретные лица. Но в английском языке имя собственное стало компонентом поговорки, в русском языке оно не вошло в ее структуру, тем самым придав ей более обобщенный характер. Данное положение нисколько не отрицает факта применимости английской поговорки к человеку с любым именем, если он за многое берется, но ничего не умеет делать (в результате генерализации лексема *«Jack»* в данной поговорке употребляется в значении *«a fellow»).* Оно лишь указывает, во-первых, на легкость выявления национальной принадлежности английской поговорки, т.к. она содержит в себе реалию-антропоним, а, во-вторых, показывает, что в основу выражения одного и того же концепта разные народы кладут как совершенно различные принципы, так и разные лексические единицы (в английском варианте - имя собственное; в русском - имя нарицательное).

Сравнение такой пары поговорок, как английская *«Before* *one can say Jack Robinson»* и ее русскоязычный функционально-смысловой эквивалент «Не успеть и глазом моргнуть», является наглядным примером того, что один и тот же концепт быстроты и моментальности действия может быть по-разному реализован в образном и, следовательно, языковом выражении. В основе описания одинакового концепта лежат совершенно различные прототипические сцены. В русском языке в основе образного выражения «Не успеть и глазом моргнуть» (т.е. в качестве первой картины мира) лежит наблюдение за легко проверяемым на практике физическим действием - морганием. Генетическим прототипом английской пословицы послужил реальный исторический персонаж Джек Робинсон, который наносил своим знакомым короткие визиты и уходил прежде, чем объявляли о его приходе. Присутствие антропонима в английской поговорке значительно затрудняет выявление смысла данного текста: оно указывает на национальную маркированность текста и требует дополнительных фоновых знаний по лингвострановедению. Более того, вышеприведенная пара поговорок указывает и на различную степень преломления одного и того же концепта в двух языках. Так, например, в английском языке быстрота передается с помощью образа, выражающего действие, длительность которого гораздо дольше действия, используемого в качестве прототипического образа в русской поговорке (чтобы моргнуть глазом, требуется лишь доля секунды, чтобы объявить о приходе - несколько минут).

Поговорка *«The vicar of Bray»* дает ссылку на полулегендарного викария из Брея, жившего в XVI в., который четыре раза изменял свою религию: дважды был протестантом и дважды католиком. *«The vicar of Bray»* представляет собой имя-характериcтику, которое создано не просто для называния того или иного лица, а для образной характеристики объекта. Имя-характеристика в данном случае особо подчеркивает такое осуждаемое свойство человека, как беспринципность. Согласно данной поговорке, беспринципность для англичан - это непоследовательность в вере. Символом беспринципности является конкретное историческое лицо, что имеет в языке свою реализацию. В русском языке нет пословиц и поговорок, эквивалентных aанглийской поговорке *«The vicar of Bray».,* что значительно затрудняет вычленение концепта и, соответственно, понимание данной языковой единицы русскоязычными реципиентами. Для вычисления концепта подобных пословиц и поговорок инокультурному реципиенту необходимы фоновые лингвострановедческие знания как основное условие для понимания тех фрагментов картины мира, которые переданы пословицами и поговорками, содержащими в себе антропонимы-характеристики, включающие в себе особенности отношения целого народа к определенным чертам поведения, характера того или иного лица, включая их национальную оценку.

**3. Пословицы и поговорки с реалиями-топонимами**

Исследование английских пословиц и поговорок, содержащих в своем составе топоним, показало, что данные тексты часто не имеют своих русскоязычных эквивалентов. В случае же наличия иноязычных эквивалентов пословицам к поговоркам с топонимами данные эквиваленты топонима, как правило, не включают. Такой вывод объясняется особенностями слов-реалий, которые являются обозначениями единственных в своем роде объектов и явлений окружающей и действительности. Будучи истинно народными творениями, пословицы и поговорки в силу своей уникальности, как правило, принадлежат культуре только одного народа и не имеют аналогов в культуре другого. Существование в английской и русской культурах такой пары эквивалентных пословиц с топонимами, как *«То carry coals to Newcastle»* и «Ездить в Тулу со своим самоваром», объясняется, во-первых, наличием как в Великобритании, так и в России мест, знаменитых своей угольной промышленностью, и, во-вторых, совпадением мыслительных ассоциаций при выражении концепта совершения нецелесообразных действий. Несмотря на эквивалентность вербализуемых концептов, реалии-топонимы «Тула» и *«Newcastle»* совершенно безошибочно относят каждую пословицу к конкретной культуре.

Большое количество английских пословиц и поговорок с топонимами не имеет своих русскоязычных эквивалентов и является достаточно сложным для понимания.

Английская поговорка *«То be on the high-road/highway to Needham»* имеет значение «быть на грани разорения/банкротства». Для определения концепта поговорки необходимо выявить ее прототипическую сцену, которая должна быть связана с таким населенным пунктом, как *Needham.* Привлечение данных страноведения не дает какой-либо особой характеристики существовавшей недалеко от города Ипсвича небольшой деревни - *Needham Market.* Это дает основание предположить, что для образно-метафорической реализации концепта разорения/банкротства англичане, вероятно, создали слово-топоним *«Needham»,* закрепившееся в данной поговорке и представляющее собой дериват существительного *«need»* (нужда, бедность). Национальная специфика картины мира выявляется в данном тексте на чисто лингвистическом уровне. Прибавление суффикса, довольно часто встречающегося в названиях английских городов (например, *Nottingham, Birmingham),* придает образную весомость поговорке (создан несуществующий ни в одной культуре образ) и национальный колорит (в качестве концепта выступает созданное народом слово-топоним).

Пословица *«То send to Coventry»* в значении «отвернуться от кого-либо» имеет в своем составе топоним, называющий действительно существующую реалию, и используется для передачи идеи бойкотирования, игнорирования и неприязни к кому-либо. Генетический прототип данного текста отражает следующую информацию: во-первых, тюрьма в городе Ковентри в XVII веке была местом ссылки и изгнания роялистов; во-вторых, враждебность жителей города к солдатам, располагающимся на постой в их домах, стала причиной того, что служба в Ковентри считалась нежелательной повинностью, выражением общественного порицания, отчуждения от других людей. Из вышесказанного можно заключить, что, подобно другим топографическим пословицам и поговоркам, данная языковая единица репрезентировала сначала положение и свойство определенного места (первая картина мира), а затем трансформировалось в выражение более объемного образного концепта (вторая картина мира). В русском языке нет эквивалента данной пословицы, что совсем не означает отсутствия в России тюрем и других мест ссылки. Тот факт, что в России тоже были знаменитые тюрьмы, но их названия не встречаются в русской фразеологии, ни в коей мере не говорит об отсутствии подобных реалий у русскоязычного народа. Исследование русских пословиц и поговорок показало, что они вообще не отражают концепт бойкотирования и неприязни. Это можно объяснить такой особенностью русского характера, как пассивность, нежелание активно воздействовать на других, стремление отойти в сторону.

Таким образом, отсутствие концептуальных эквивалентов половицам и поговоркам другого языка подтверждает пояснение о том, что представители разных лингвокультурных общностей воспринимают и сегментируют окружающую их нормальную действительность по-разному, в соответствии со своими картинами мира, поэтому фонд пословиц и поговорок разных языков часто не совпадает по лексическому и концептуальному выражению, а иногда не представляется возможным провести концептуальные параллели текстов одинаковых жанров в силу отсутствия выражения какого-либо концепта в одном из сравниваемых языков. Поговорка *«То talk Billingsgate»* является одной из немногих английских поговорок с компонентом-топонимом, имеющих русскоязычный эквивалент («Ругаться, как базарная торговка»). В качестве ее прототипа выступает большой рыбный рынок в Лондоне - *Billingsgate.* Несмотря на то, что в русской поговорке топонима не содержится, она близка своему английскому эквиваленту по прототипической сцене, тоже представляющей собой рынок с присущими ему шумом и руганью торгующих и торгующихся. Только в английском языке поговорка характеризуется большей иллюстративностью и конкретностью образа, т.к. в ней упоминается конкретное место - Billingsgate, - самое шумное в силу своей большой территории. В русском же варианте присутствует дериват слова «базар», представляющего собой нарицательное имя любого конкретного рынка и, соответственно, характеризующегося меньшей конкретностью и большей степенью обобщенности. Несмотря на различные лексические единицы, используемые для передачи одного и того же концепта (имя собственное и имя нарицательное), основные ассоциативные связи совпадают у русского и английского народов, для которых ругань является характерной чертой базара. Но даже в таких довольно близких эквивалентах мы находим определенные различия в репрезентируемых картинах мира. Различия наблюдаются в ассоциациях, вызываемых данными языковыми единицами. Так, например, рынки в Англии и России отличаются как продаваемым товаром, временем работы, денежной единицей и мерами веса и объема продаваемого товара, так и составом торгующих и торгующихся, поэтому в сознании представителей разных лингвокультурных общностей ассоциации, вызванные данными текстами, будут значительно отличаться.

Таким образом, пословицы и поговорки, содержащие топонимы, знакомят инокультурного реципиента с особенностями жизни другого народа и географией его страны. Более того, являясь индикаторами национальных особенностей в картине мира народа, на языке которого они созданы, данные тексты в сопоставлении с текстами другой культуры служат хорошим доказательством как несовпадения способов выражения одинаковых концептов разными народами, так и несовпадения ассоциативных связей, возникающих при восприятии концепта.

**4. Пословицы и поговорки с реалиями духовной культуры**

Пословицы и поговорки, будучи народными творениями, не могли обойти стороной духовную культуру как важный элемент человеческого существования. В эту группу правомерно выделить пословицы и поговорки, связанные с историей народа, его письменностью, а также ритуалами и традициями. Данные реалии относятся к внеязыковому виду прототипа, что подчеркивает огромную роль экстралингвистических факторов в образовании и становлении пословиц и поговорок, а также необходимость их рассмотрения при сопоставлении с инокультурными эквивалентными текстами.

Английская пословица *«When Adam delved and Eve span who was then the gentleman?»* возникла в связи с определенными историческими событиями. Фразеологические словари дают информацию о том, что данная языковая единица употребляется в ироническом смысле в отношении человека, кичащегося своей родословной. Мотивированность пословицы становится ясной только при обращении к ее внутренней форме. Ее прототипом выступает лозунг крестьянской войны под руководством У. Тайлера (XIV в.), приписываемый монаху Джону Боллу. Данный лозунг становится понятным при обращении к причинам восстания, заключающимся в следующем: в Англии существовало сильное различие между знатью и простым людом, который до изнеможения трудился на богатых, но практически ничего не получал за свой труд. 1380 - 1381 годы были годами экономических лишений народа, которые еще более усугубились, когда король Ричард II ввел подушный налог на население старше 15 лет. Невозможность простого человеческого существования привела к тому, что народ не захотел терпеть унижении и стал задумываться о своем едином происхождении от единых отца и матери, Адама и Евы. Эти народные чаяния ярко и лаконичной выражал в своих проповедях кентский священник Джон Болл. Одно из его выражений и вошло в английскую фразеологию. Историческая значимость события 1381 года сделала эту пословицу-лозунг всеобще известной. Тем не менее, в русском языке данная языковая единица не является дословным переводом английской пословицы. Она существует лишь как концептуальный эквивалент оригинала - «Когда пахал Адам и пряла Ева, где родословное тогда стояло древо?». Это объясняется тем, что дословный перевод английской пословицы привел бы к непониманию этой языковой единицы в силу различного мировосприятия действительности представителями двух культур: понятие «джентльмен» не является исконным и привычным для русского народа, поэтому практически невозможно уловить все коннотации данного слова. Несмотря на то, что понятие «джентльмен» не является лакунарным для русскоязычного реципиента, воспринимается оно совсем по-иному, чем носителями английской культуры, для которых данное понятие является реалией. Так, в сознании русского человека «джентльмен» - это человек с хорошими манерами. Для англичан же (в момент закрепления данной языковой единицы в языке) - это человек хорошего воспитания и образования, принадлежащий только к дворянскому сословию. Если рассматривать понятие «джентльмен» с точки зрения англичан, то смысл пословицы становится ясным: все люди равны от рождения, и принципы неравенства (например, различие в происхождении) придуманы самими людьми. Поскольку в понятие «джентльмен» русский человек вкладывает совсем иной смысл, перевод данной пословицы не смог бы остаться в арсенале русских пословиц и поговорок в качестве интернационального (т.е. пословицы или поговорки, по происхождению инокультурной, но знакомой и широко употребляемой в другой культуре). Поэтому, приняв в свой арсенал пословицу иноязычного происхождения, русский народ «русифицировал» ее, сделав доступной и наглядной, для чего исключил из текста инокультурную реалию «джентльмен», понимаемую им не совсем точно, а поэтому затрудняющую понимание английской пословицы, придав русской языковой единице, реализующей тот же самый концепт, совсем иной вид, но, тем не менее, сохранив рифму, присущую тексту оригинала (англ, *«span -gentleman»;* русск. «Ева - древо»). В русском тексте вместо слова «джентльмен» употреблено словосочетание «родословное древо», являющееся более обобщенной языковой единицей по сравнению со словом «джентльмен». Анализ данной пары пословиц позволяет сделать вывод о том, что для выражения одного и того же концепта разные народы действительно оперируют хорошо известными его представителям понятиями и для большей точности выражения концепта могут менять понятия даже в заимствованных единицах.

Ритуалы и традиции представляют собой истинно народные явления, передающиеся из века в век. Их неотделимость от народного быта привела к тому, что многие из них нашли отражение в пословицах и поговорках, выступая в качестве их прототипических сцен.

Английская поговорка *«Lead apes in hell»* представляет собой очень образный и метафоричный текст. Яркая метафоричность имеет своим прототипом своеобразное и незнакомое для русского реципиента поверье, согласно которому старым девам суждено после смерти нянчить обезьян в аду, т.к. при жизни своих детей у них не было. В русском языке имеется поговорка, составляющая пару английскому варианту, - «Умереть старой девой». Из приведенных примеров видно, что в данном случае английский и русский тексты совпадают только своим концептом - негативно-ироническим отношением к женщинам, не имеющим семьи, но не совпадают своим лексическим выражением. Так, в английском языке имеются лексические эквиваленты русскому выражению «старая дева» - *«old maid», «spinster»,* но они не употребляются в английской поговорке с одинаковым концептом в силу того, что в английской культуре, в отличие от русской, имеется национальное поверье относительно старых дев. В силу того, что поверья, ритуалы и традиции более образно репрезентируют реальную действительность, они представляют собой наилучший материал для таких единиц вторичной номинации, как пословицы и поговорки. Этот факт объясняет выбор в качестве прототипической сцены английской поговорки именно поверья вместо использования имеющихся отдельных лексических единиц. Для инокультурного реципиента концепт английской пословицы становится ясным лишь в случае знакомства реципиента с вызываемой данной метафорой ассоциацией. Если же в состав фоновых знаний реципиента подобная информация не входит, то выражаемый данным текстом концепт остается непонятным, присущая ему ироническая коннотация не улавливается.

Такие эквивалентные пословицы, как английская *«Good wine needs no bush»* и русская «Хороший товар сам себя хвалит», также совпадают своими концептами. Обе языковые единицы обобщают наблюдения представителей разных лингвокультурных общностей о том, что любую хорошую вещь видно сразу, ей не нужна реклама. Для правильной интерпретации концепта английской пословицы необходимо знание сцены, репрезентирующей внутреннюю форму данной пословицы, ассоциирующейся со старинным обычаем английских трактирщиков вывешивать у дверей таверн ветки плюща в знак того, что в продаже имеется вино. В противном случае невозможно понять ассоциативной связи между элементами пословицы *«wine»* (вино) и *«bush»* (ветка). Английская пословица представляет собой своеобразную интерпретацию старинного обычая, т.к. в ее основе лежат наблюдения англичан о том, что если вино в продаже хорошее, то об этом люди знают, даже если ветки плюща не вывешены. Английская пословица более конкретна в силу того, что в качестве ее прототипической сцены лежит обычай, поэтому упоминаются конкретные предметы: *«wine», «bush».* Русская пословица носит обобщающий характер. Ее лексическая единица, вербализующая концепт «товар», позволяет понимать под собой любые всевозможные предметы, подлежащие продаже. Поэтому русская пословица «Хороший товар сам себя хвалит» представляет собой наблюдение представителей русской лингвокультурной общности о вещах хороших свойств или качеств. Яркость образа достигается с помощью приема олицетворения. В данном случае товару приписывается свойство человека - способность давать оценку, хвалить. Любой продаваемый товар обычно нахваливается продавцом, но если товар хороший, то покупатель это сразу видит, взглянув на товар. Таким образом, не продавец нахваливает свой товар, а сам товар себя. В силу простоты и наглядности выражения истины это выражение вошло со временем в пословичный фонд русского народа.

Интересны также приведенные ниже поговорки, представляющие собой как лексически, так и понятийно разные реализации одного концепта. Например, английский обычай, согласно которому крестные родители дарили новорожденному из богатой семьи серебряную ложку в знак будущего благополучия, послужил прототипом метафорической поговорки *«То be born with a silver spoon in one's mouth».* Этот же концепт «удачливости, счастья, благополучия» передается в русском языке поговорками «Родиться в сорочке», «Родиться под счастливой звездой», не менее наглядно и специфично передающими представление простого русского человека о счастье. Восприятие передаваемого английским текстом концепта не представляет особой трудности для русского человека, даже если у него отсутствуют фоновые знания об употребляемом в поговорке обычае, в силу того что в русском языке имеется близкая ей поговорка («Родиться в сорочке»). Данная пара языковых единиц интересна как в отношении выбора прототипических сцен, так и в концептуальном плане. Так, носители обеих культур вкладывают в данный концепт идею о том, что уже само рождение человека предрешает его участь: если родился под счастливой звездой, в сорочке или «с серебряной ложкой во рту», значит, будет этот человек счастливым. Но для англичан в основе концепта удачливости, счастья и благополучия лежит понятие о материальном благосостоянии. Выбор в качестве прототипической сцены обычая богатых людей Англии объясняет, что счастливым может быть лишь человек из богатой семьи, для бедного это практически невозможно. Для русского же человека удача и благополучие зависят от случая, предначертания свыше. Удача, счастье, благополучие сопутствуют не многим, а лишь избранным, причем материальное положение - это не условие благополучия и счастья, а лишь одно из его следствий. Поэтому богатство вообще не вкладывается в понимание данного концепта русскоязычной лингвокультурной общностью. Не случайно в качестве прототипической сцены поговорки «Родиться в сорочке» лежит факт рождения ребенка в пузыре с околоплодными водами, что случается очень редко, причем как среди богатых, так и среди бедных. Это еще раз доказывает, что в основе концепта, выражаемого русской поговоркой, лежит понятие избранности, случая.

Таким образом, пословицы и поговорки, содержащие реалии, имеющие в своей основе исторические события, обычаи, обряды и поверья, требуют от инокультурного реципиента дополнительной историко-этимологической информации. Их внутрифразовый контекст, часто воспринимаемый как обыкновенная немотивированная метафора, является отражением определенных национально-исторических икультурных реалий, ранее действительно существовавших иимевших место и тем самым детерминировавших особенности категоризации реальной действительности носителями другой культуры. Тексты, содержащие реалии, сложны для инокультурного реципиента, т.к. в языке последнего пословицы и поговорки, выражающие сходные концепты, подобных реалий не содержат. Данное наблюдение во многом меняет тот факт, что эквивалентные тексты двух культур, один из которых содержит указание на реалии-предметы или явления духовной культуры, представляют собой лексически разные тексты, часто различающиеся и своим концептуальным наполнением.

**5. Пословицы и поговорки с реалиями материальной культуры**

Бытовые реалии представлены в английской фразеологии группой пословиц и поговорок, содержащих в себе, как правило, названия блюд, напитков, денежных единиц, мер измерения и пр.

Наиболее часто встречаемая английская лексическая единица, обозначающая блюда, - *pudding («The proof of the pudding is* *the eating», «Better some of a pudding than none of a pie», «Scornful dogs will eat dirty pudding», «As fit as a pudding for a friar's mouth», «The friar preached against stealing and had a pudding (goose) in his sleeve»* и т.д.).

В пословице «То pick the plums out of the pudding»английская реалия *«pudding»* реализует свое конкретное значение (по денотату) - наиболее распространенное среди англичан национальное рождественское блюдо. Пототипическим сценарием является следующая пресуппозиция7: рождественские пудинги содержали в себе множество фруктов. Свойственное человеку желание съедать сначала самое вкусное, что происходило бы всегда, если бы это не осуждалось нравственными канонами общества, было положено в основу сначала простого наблюдения, которое со временем было образно переосмыслено и привело к возникновению метафорической пословицы *«То pick the plums out of the pudding»,* реализующей концепт «взять себе самое лучшее». Точно такой же концепт вербализуется и русской пословицей, которая тоже основана на практическом наблюдении, «Снимать пенки (сливки)». Данную пару пословиц можно считать функционально-смысловыми эквивалентами в силу того, что существительные, входящие в их состав, являются носителями классемы - «продукты питания» и что обе пословицы касаются области кулинарии и питания. В английском языке описывается пудинг со сливами, в русском - молоко, покрытое сверху пенками (сливками). Расхождение же лексического состава данных пословиц еще раз доказывает, что для выражения одинаковых концептов каждый народ берет лишь привычные образы и те признаки, которые кажутся ему наиболее точно отражающими отдельные концепты. Отбор признаков, явлений и образов напрямую зависит от ассоциаций, основанных на особенностях восприятия и сегментации окружающей реальной действительности. Так пудинг, будучи привычным и часто приготовляемым блюдом для англичан, обоснованно стал объектом образного переосмысления в английской фразеологии, но, не являясь знакомым для носителей русского языка, не вошел в состав русских пословиц и поговорок.

В количественном отношении основной объем лексем-реалий материальной культуры, используемых английской фразеологией в качестве компонентов, составляют названия денежных единиц и единиц меры (веса, длины, объема и т.п.).

Английские пословицы *«An ounce of practice is worth a pound of theory»* («Лучше немного практики, чем много теории») *«An ounce of discretion is worth a pound of wit»* («Капля такта дороже потоков острословия») служат примером текстов, содержащих реалии-единицы веса *(«ounce»* и *«pound»),* которые употребляются не в прямом своем значении, а метонимическом - как малое и большое количество. Приведенные пословицы имеют структуру, присущую пословицам, где идет сравнение двух качеств, вещей, свойств и т.д., при сопоставлении которых выстраивается иерархия приоритетов. Из вышеприведенных примеров видно, что англичане практику ставят выше теории, такт - выше ума. Фоновые лингвострановедческие знания о реальном соотношении унции и фунта (1 фунт = 16 унций) помогают реципиенту, как понять ассоциативный механизм возникновения подобных пословиц, так и объяснить содержащийся в тексте концепт - количество не имеетзначения для нравственных ценностей, положительных характера и т.п.

На примере пословицы *«Try to put a quart into a pint pot»* можно проследить, что для адекватной межкультурной коммуникации без каких-либо информационных потерь необходимо знать реальные величины используемых в пословицах измерений либо хотя бы иметь приблизительные представления о них. В противном случае подобные фразеологизмы воспринимаются как немотивированные и значения «пытаться сделать невозможное», «хотеть невозможного» необъяснимы. Несмотря на то что лексемы-реалии *«quart», «pint*» реализуют не свое собственное понятийное значение, общую классему «единица меры» и выражают соотношение между разными ступенями иерархической шкалы мер, знание величин данных реалий необходимо для инокультурного реципиента. Лишь с помощью информации о том, что кварта - это мера объема жидких и сыпучих тел в Англии, равная 1,14 л, а пинта - мера объема, равная 0,57 л, можно легко восстановить внутреннюю форму рассматриваемой единицы и проследить ее мотивированность. Соответственно становится ясной причина данной категоризации реальной действительности английским народом, который для выражения идеи невозможности приводит очень наглядные примеры, используя принятые в стране величины измерения. A английская пословица *«Give him an inch and he will take a mile/yard»,* вербализующая концепт «жадности, ненасытность, имеет русский функционально-смысловой эквивалент «Дай ему палец, он и всю руку отхватит». В обоих языках пользуются одинаковые синтаксические структуры и лексически эквивалентные глаголы *(«to give» -* «давать»; *«to take»*; «отхватывать» (в значении брать)) как функциональные маркеры, показывающие похожий ход мышления. В обоих языках сравнение идет по линии «малое - большое», «часть - целое», но в русском языке лексическое наполнение пословицы совершается по сценарию «части человеческого тела (в данном случае руки)», где палец - одна из малых и незначительных частей, в английском - по сценарию «меры длины, расстояния». Меры длины отличаются у русского и английского народов, поэтому упоминаемые в английской пословице обозначения «дюйм» и «миля» являются реалиями английского народа, присутствие которых требует лингвострановедческих знаний для выявления их внутренней формы и, соответственно, для понимания ассоциативных связей, положенных в основу образной реализации концепта. В пословицах двух языков в качества основной семы слов «палец» и *«inch»* («дюйм») выдвигается сема «очень малое» (в данном случае - часть), а слов «рука» и *«mile»* («миля») - сема «большое» (в данном случае - все) Расхождения объектов для сопоставления в процессе реализации одинаковых концептов объясняются различиями вобразе жизни разных народов, что, в свою очередь, отражается на национальных особенностях мировосприятия. Поэтому для выражения концептов реальной действительности каждый народ (независимо от других народов) выбирает свои, близкие понятия для сопоставления, ориентируясь на реципиента своей культуры. Так, англичане для сопоставления большого и малого используют меры измерения земли, которой очень мало в Англии. Данные реалии - обозначения линейных мер (дюйм и миля) - при первом же восприятии содержащих их текстов указывают на национальную принадлежность данных пословиц и поговорок и при более тщательном изучении объясняют особенности такой сегментации реального мира англичанами. Отсутствие русских реалий - обозначений линейных мер (как, например, метр и километр и т.п.) - в текстах, эквивалентных английским пословицам и поговоркам, говорит не об отсутствии их в русской материальной культуре, а лишь о том, что для русского народа данное сопоставление не несет в себе ярко выраженной разности в силу его меньшей наглядности для представителей русскоязычной лингвокультурной общности, т.к. земли в России всегда было очень много. Иными словами, основные категории языковой картины мира (в данном случае понятие малого и большого, части и целого) присущи каждому обществу, но воспринимаются и наполняются в образных единицах они по-разному.

**Вывод**

Таким образом, специфика пословиц и поговорок, содержащих любую из категорий реалий, заключается в том, что национальные особенности мировосприятия отражены в основном в значении реалий, в свою очередь влияющих на целостное значение самих текстов. Национально-культурная самобытность охватывает все означаемое слова-реалии и четко прослеживается в силу уникальности фактов материальной и духовной культуры. Данные тексты высоко информативны, т.к. в силу своего огромного лингвострановедческого потенциала расширяют комплекс знаний инокультурного реципиента об истории, традициях, географии их народа-творца. Более того, они показывают совершенно особый и неповторимый взгляд народа на окружающую его представителей действительность. Большая часть пословиц и поговорок, содержащих реалии в одном языке, не имеет лексически эквивалентных единиц в другом языке. Они могут совпадать и совпадают лишь концептуально. И даже несмотря на тождество понятийной части значения ряда пословиц и поговорок, содержащих реалии, выразительный и тональный колорит не позволяет вести речь об их полной семантической эквивалентности. Иными словами, картины мира английской и русской лингвокультурных общностей, имея ряд общих пересечений, не являются полностью им тождественными, а пословицы и поговорки, эти картины репрезентирующие, представляют интерес как в плане выявления их значения, так и в плане декодирования их генетического прототипа, как способа объяснения возникновения и значения пословиц и поговорок и как способа получения фоновых знаний о культуре народа.

**Библиография**

1. Учебники английского языка 5-7 классы / О.В. Афанасьева, И.В. Михеева, К.М. Баранова, Ю.Е. Ваулина, 2002, Москва
2. Г.Е. Шор «Английский на серебренном подносе», 2001, Москва
3. М.И. Дубровин «Английские и русские пословицы и поговорки», 1993, Москва
4. О.В. Магировская «Национально-культурные особенности лингвистической картины мира», 2004, г. Красноярск
5. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова «Толковый словарь русского языка», 1993, Москва
6. «Словарь иностранных слов», 1989, Москва