

## **НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ОТРАЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ПОСЛОВИЦАХ РАЗНОСИСТЕМНЫХ ЯЗЫКОВ**

**Носирова М.О.,**

*старший преподаватель кафедры  
общего языкознания УзГУМЯ*

***Аннотация.** Статья посвящена отражению национально-культурной специфики социальных ценностей в пословицах русского и узбекского языков. Рассматривается система ценностей и антиценностей, которые группируются по тем или иным уровням. Отмечается, что мудрость и дух народа проявляются в его пословицах и поговорках, а их знание способствует не только более глубокому знанию языка, но и пониманию образа мыслей и характера народа.*

***Ключевые слова:** пословица, языковая картина мира, менталитет, антропоцентризм, паремиология, аксиология, ценность, антиценность.*

Каждый язык воплощает в себе систему национальных, своеобразных особенностей, формирующих мировоззрение носителя языка [5, с. 34], которое, на наш взгляд, складывается в результате интерпретации, преломления индивидом общечеловеческих, универсальных ценностей. Проблема интерпретации ценностей связана с проблемой оценочной деятельности индивида, которая «определяется философскими, обще- и частнонаучными установками, а также совокупностью субъективных и объективных факторов – уровнем образования, культуры, нормами, ценностными ориентирами» [3, с. 25], или, говоря иначе, уровнем развитости и совершенства личности.

Ценности возникают в результате познавательной деятельности человека: «ценности связаны с человеком так, что ценностей вне человека и общества нет, вне отношения к человеку предметы сами по себе ценностной классификации не подлежат, ценности формулируются человеком в его продуктивной деятельности» [3, с. 28] и существуют только в сознании.

Одной из основополагающих ценностей выступает человек и его жизнь, что является телесной ценностью. Однако несмотря на то, что самым ценным считается для человека его жизнь, она не входит в категорию высших ценностей. К высшим ценностям относятся ценности, связанные с духовным миром личности и общества, например, духовность. Духовность – это духовно-нравственное качество, присущее как отдельно взятой личности, так и обществу.

Как показывает анализ научной литературы по аксиологии, ценности классифицируются на: моральные; правовые; научные; исторические; социальные; философские ценности и др.

Ценности могут быть природными и приобретенными, культурными. В таком случае говорят о познавательных, утилитарных, этических, эстетических ценностях. Все разновидности ценностей взаимосвязаны и составляют в совокупности определенную ценностную иерархию, в основании которой лежат базовые 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» [3, с. 17]. К таким базовым ценностям относятся такие ценности, как *свобода, истина, красота, справедливость, добро и польза* и др.

В целом, следует отметить, в основе разнообразия классификаций ценностей лежат разные подходы исследователей к выделению типов и видов ценностей, разные критерии. Исследуя природу и характер ценности, ученые различают различные ее типы и виды в зависимости от того, какой критерий положен в основу классификации. В частности, выделяют следующие разновидности ценностей:

1) *духовные ценности*, удовлетворяющие потребности души: музыка, литература, искусство, памятники, наука, виртуальный мир, – *материальные ценности*, которые удовлетворяют интересы индивида и общества;

2) *предметные ценности*, которые заключаются в оценочном значении характеристик и свойств предметов, – *ценности сознания*;

3) *абсолютные ценности*, существование которых не зависит от воли человека и которые являются общезначимыми, – *относительные ценности*, являющиеся значимыми лишь для отдельных субъектов;

4) *вечные ценности*, которые значимы во все времена, – *ситуативные ценности*, которые представляют значимость относительно заданного контекста бытия;

5) *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.

Антропоцентрические пословицы репрезентируют измерение человеком окружающего и происходящего сквозь призму его самого себя, в связи с этим при изучении антропоцентрических пословиц особую актуальность приобретают проблемы языковой картины мира, воздействия языка на

поведение и мышление человека, взаимоотношения языка и общества, взаимосвязи языка и духовной культуры народа и т.п.

Пословицы как объект аксиологической интерпретации, являясь образцами устного творчества, дошедшими с древних времен до наших дней, содержат в себе информацию о национальных ценностях, мировоззрении народа, образе жизни [4, с. 129]. «Внешне лаконичные, ёмкие по содержанию, они раскрывают своеобразие мышления народа, подчёркивают суть его морали» [2, с. 78].

Социальные ценности по своей природе являются продуктом социализации человека, освоение им ожидаемых, нормативных или желательных в конкретном обществе способов его деятельности. Они находятся в тесной взаимосвязи с социально-политическими и экономическими условиями жизнедеятельности человека, отражают основополагающие принципы и интересы, которые регулируют возникающие между людьми социальные отношения.

Социальная ценность может быть представлена предметом, явлением или взаимодействием, которые определяют поведение субъектов в обществе. Применительно к обществу, спектр социальных ценностей весьма обширный, это связано с большим количеством сфер жизнедеятельности человека. В каждой из сфер, где человек осуществляет свою деятельность, у него имеются определенные социальные ценности.

Социальные ценности могут быть ограничены сферой жизнедеятельности человека, его уровнем развития и интересами. В том случае, если человек обладает широким кругозором, навыками саморазвития и самовоспитания, то круг его социальных ценностей достаточно широк.

Таким образом, социальные ценности – это важнейший инструмент успешной социализации личности. Они не только способствуют установлению эффективного взаимодействия с окружающими людьми и социальной средой, но и являются значимым фактором личностного социального развития человека.

Социальные ценности, вне зависимости от их вида, имеют характерные отличительные особенности, которые состоят в том, что они поддерживаются большинством общества, направлены на сохранение и воспроизводство значимых социальных взаимоотношений.

При репрезентации ценностей и антиценностей в аксиологических пословичных диадах на социальном уровне имеют место лексическо-грамматические средства номинации и характеристики человека типа *кампир*,

чол, бола, жувон, қария, ёш, катта, кичик, йигит, қиз, аёл, эркак, қариндош, ўғлон; дети, старик, молодой, старший, младший, юноша, девушка, женщина, мужчина, родственник, приятель, дружище и др. Например:

**«Семья – Одиночество»:** Брат брата не выдаст. В дружной семье и в холод тепло. В своей семье всяк сам большой. Келин билан қайнона – ўт билан сув. Келин бўлдим – қайнонамга ёқмадим, қайнона бўлдим – келинимга ёқмадим.

**«Дети – Бездетность»:** В хорошей семье хорошие дети растут. Для внука бабушка – ум, а бабушка – душа. Дочерьми красуются, сыновьями в почете живут. Эр боласи – эл боласи. Ёлғиз бола йиғлоқ бўлар.

**«Коллектив – Индивидуум»:** Без актива нет коллектива. В гору-то семеро тащат, а с горы и один столкнет. Вместе тесно, а розно тошно. Один в поле не воин. Бир ўзинг доно бўлгунча, кўп билан аҳмоқ бўл. Бирлашган дарё бўлар, тарқалган ирмоқ бўлар.

**«Брак – Развод»:** Брак – любому делу враг. Не будет добра, коли в семье вражда. Без жены дом – содом. Шила в мешке не утаишь, девушку под замком не упрячешь. Бева хотинга Бухородан ит хурар. Дўстинг ҳам – эринг, душманинг ҳам – эринг. Эр-хотин – қўш хўкиз.

**«Брак – Внебрачие»:** Без хозяина двор плачет, а без хозяйки – изба. Холостому везде плохо, а женатому только дома. Беш бола устига борсанг бор, кундош устига борма. Кундошинг бўлса-бўлсин, кундошбаччанг бўлмасин.

**«Альтруизм – Эгоизм»:** Не искал бы в селе, а искал бы в себе. В благополучии человек сам себя забывает. В своей сермяжке никому не тяжело. Всяк сам себе – загляденье. Всякому своя слеза солонка. Минг киши бир киши учун. Бизники – халтада, сизники – ўртада. Бир киши ариқ қазар, минг киши сув ичар.

Обобщая вышеизложенное, можно констатировать, что в выявленных в ходе анализа антропоцентрических пословиц русского и узбекского языков наблюдается определенная система ценностей и антиценностей, которые группируются по тем или иным уровням.

#### **Список использованной литературы:**

1. Вепрева Т.И. Ядерные и периферийные ценностные смыслы в языковом сознании молодежи. // Тез. докл. науч. семинара. – Екатеринбург: Ажур, 2016.
2. Коробейникова А.А., Хуан Ю., Давыдова Е.А. Образные номинации человека в русских и китайских пословицах. – Оренбург, 2015. – № 11. – С. 78.

3. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография. – М.: ТЕЗАУРУС, 2011. – С. 25.
4. Тошева Д.А. Зооним компонентли мақолларнинг лингвокультурологик хусусиятлари: Фалс. фанл. докт. (PhD) ...дисс. – Тошкент, 2017. – С. 129.
5. Худойберганова З.Н., Мамаражабов Б.Б. Тил ва маданият: ўзаро муносабат ва ўзаро таъсир масаласи. // Современное образование. – М., 2016.

