

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА /  
THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS**

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.46.1>

**ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: НА  
МАТЕРИАЛЕ ГРЕЧЕСКОГО, АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ**

Научная статья

**Теодориду Е.<sup>1,\*</sup>**

<sup>1</sup> ORCID : 0000-0001-7688-3952;

<sup>1</sup> Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

\* Корреспондирующий автор (eirinitheo03[at]gmail.com)

**Аннотация**

Объектом исследования являются паремиологические единицы греческого, английского и русского языков. Предметом – семантические свойства греческих, английских и русских паремий в аксиологическом аспекте. Научная новизна работы состоит в том, что в ней выявлена частотность упоминания универсальных ценностей в паремиях всех рассматриваемых языков как отражение этих ценностей в национальной идентичности говорящих. Основным методом исследования является сопоставительный метод, применяемый в рамках функционально-семантического подхода. Выделены тематические группы паремий, проанализированы наиболее распространенные ценности-концепты, входящие в состав паремий трех рассматриваемых языков. Исходя из положения о том, что тип культуры (индивидуалистический или коллективистский) влияет на поведение и убеждения человека, в работе делается попытка проследить, как культурная идентичность отражается в паремиологии. Материалом послужили 675 паремиологических единиц греческого языка, 540 паремиологических единиц английского языка и 1598 паремиологических единиц русского языка, зафиксированных во фразеологических словарях. Ставится вопрос о связи между культурной идентичностью и паремиологическим фондом. Делается вывод о том, что паремиология не только отражает общепринятые культурные ценности, но также содержит информацию о типичных действиях и поступках, которые человек может предпринимать в различных ситуациях. Паремиологические выражения могут служить руководством или указанием на социально и культурно приемлемые способы действия и поведения в определенных контекстах, что позволяет рассматривать их как средство формирования культурной идентичности представителей определенной лингвокультуры.

**Ключевые слова:** культурная идентичность, греческий язык, русский язык, английский язык, паремия.

**PAROEMIOLOGICAL ASPECTS OF THE CULTURAL IDENTITY CONSTRUCTION: ON THE MATERIAL OF  
GREEK, ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES**

Research article

**Theodoridou E.<sup>1,\*</sup>**

<sup>1</sup> ORCID : 0000-0001-7688-3952;

<sup>1</sup> Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russian Federation

\* Corresponding author (eirinitheo03[at]gmail.com)

**Abstract**

The object of the study is paroemiological units of Greek, English and Russian. The subject is the semantic properties of Greek, English and Russian paremia in the axiological aspect. The scientific novelty of the work lies in the fact that it identifies the frequency of mentioning universal values in the paremia of all the studied languages as a reflection of these values in the national identity of the speakers. The main research method is the comparative one applied within the framework of the functional and semantic approach. Thematic groups of paremia were selected, and the most widespread value-concepts included in the paremia of the three reviewed languages were analysed. Based on the assumption that the type of culture (individualistic or collectivistic) influences human behaviour and beliefs, the work attempts to trace how cultural identity is reflected in paroemiology. The material was 675 paroemiological units of the Greek language, 540 paroemiological units of the English language and 1598 paroemiological units of the Russian language recorded in phraseological dictionaries. The question of the relationship between cultural identity and paroemiological fund is presented. It is concluded that paroemiology not only reflects generally accepted cultural values, but also contains information about typical actions and behaviours that a person can take in various situations. Paroemiological expressions can serve as a guide or indication of socially and culturally acceptable ways of action and behaviour in certain contexts, which allows to regard them as a means of forming the cultural identity of representatives of a certain linguoculture.

**Keywords:** cultural identity, Greek, Russian, English, paroemia.

**Введение**

Известно, что паремиология отражает взгляды или мировоззрение различных социальных слоёв общества в разные эпохи его развития. Во всем мире фольклористы и паремиологи изучают происхождение и историю пословиц и поговорок. Выдвинем гипотезу о том, что сравнительный анализ паремий в греческом, английском и русском языках позволит выявить сходства и различия в культурных ценностях и менталитете, а также определить влияние языка на формирование культурной идентичности. Национальные особенности греческих, английских и русских паремий не

означают их несовместимости. Общечеловеческие культурные ценности определяют сходство пословиц и поговорок трёх рассматриваемых языков.

Объектом настоящего исследования являются паремиологические единицы греческого, английского и русского языков. В связи с этим ставится следующая задача: проследить, как культурная идентичность отражается в паремиологии. Предметом исследования являются специфические семантические свойства греческих, английских и русских паремий в аксиологическом аспекте. Научная новизна работы состоит в том, что в ней выявлена частотность упоминания универсальных ценностей в паремиях всех рассматриваемых языков как отражение этих ценностей в национальной идентичности говорящих.

### **Методы исследования**

Материалом работы послужили 675 паремиологических единиц греческого языка, 540 паремиологических единиц английского языка и 1598 паремиологических единиц русского языка, зафиксированных во фразеологических словарях. Их анализ позволяет выделить группы с общими концептами.

Методология исследования основана на сопоставительном методе. Данный метод направлен на выявление различий, которые присущи всем рассматриваемым языкам в отдельности. Настоящее исследование выполнено в рамках функционально-семантического подхода, который предполагает усвоение грамматических форм и структур с учётом изучения единиц всех рассматриваемых языков, их функционирования и взаимодействия в речи.

Что больше всего ценят люди, говорящие на всех трёх языках? Конкретная ценность может быть очень важна для одной культурной среды, но не важна для другой. Теория ценностей [24, С. 1-24] базируется на концепции, которая определяет шесть основных характеристик, косвенно присутствующих в трудах многих теоретиков:

1. Ценности – это убеждения, неразрывно связанные с приятием решений. Когда ценности активизируются, они наполняются чувствами.
2. Ценности относятся к желаемым целям, которые мотивируют действия.
3. Ценности выходят за рамки конкретных действий и ситуаций. Ценности послушания и честности, например, могут быть актуальны и на работе, и в школе, и в бизнесе, и в политике, и с друзьями, и с незнакомцами.
4. Ценности служат стандартами или критериями. Они определяют выбор или оценку действий, стратегии, выбор событий и людей. Ценности становятся осознанными, когда действия, которые человек предпринимает, вступают в противоречие с принципами, которыми он дорожит.
5. Ценности людей образуют упорядоченную систему приоритетов, характеризующих их как личностей.
6. Относительная важность множества ценностей в разных культурах определяет действия человека. Любая позиция и поведение обычно имеют последствия для более чем одной ценности.

Важнейшими критериями культурной ценности являются культурно-историческая устойчивость и возможность передачи другим поколениям. Не менее интересным является вопрос о том, как можно классифицировать культурные ценности с точки зрения их духовного содержания. Один из способов классификации заключается в разделении ценностей в зависимости от того, относятся ли они к общечеловеческой культуре или к отдельным национальным культурам. В этом случае можно говорить о существовании универсальных (общечеловеческих) и культурно-специфических ценностей [13, С. 40]. Любовь, дружба, семья, здоровье, духовное и материальное благополучие – некоторые из важнейших общечеловеческих ценностей, подтверждённых историей становления и развития человечества. Они разделяются всеми народами мира и являются главными критериями, определяющими степень личного (семейного) счастья и достижения жизненного успеха [1].

Ценности-концепты, выделенные в данном исследовании, можно отнести к бинарным ценностям-концептам: жизнь-смерть, добро-зло, правда-ложь, дружба-вражда, богатство (деньги)-бедность. Особняком стоят эмоциональные концепты – страх, зависть, любовь, ненависть, вежливость, а также концепт «семья». Они универсальны и присутствуют во всех трёх языках. Они являются необходимыми условиями скоординированного социального взаимодействия, а также потребностями групп в плане выживания и благополучия. Люди не могут успешно справиться с жизненными проблемами без осознания и принятия этих ценностей. Человек формулирует соответствующие цели, чтобы достигать их, сообщать о них другим и добиваться сотрудничества в их достижении. Эти ценности представляют собой общепринятые понятия, используемые для мысленного определения соответствующих целей, а также способ их вербального выражения для социального взаимодействия.

### **Теоретические основы исследования**

Вопрос об идентичности в эпоху глобализации породил дискуссию, заданную литературными критиками Дэвидом Морли и Кевином Робинсом ещё в 1995 году: возможно ли вообще во времена глобализации восстановить последовательно и целостно характерные черты идентичности [14, С. 122]? В новое время мы наблюдаем столкновение между необходимостью сохранения идентичности и непосредственностью и интенсивностью глобальных культурных противостояний. В результате современная тенденция стирания границ между культурами наталкивается на противодействие того, что объединяет и делает нацию уникальной: культуру, наследие, историю и язык. Поскольку перевод стал важнейшим связующим звеном между языками и культурами по всему миру, возникает вопрос: как перевод может обеспечить сохранение идентичности, культурной или языковой? Основное внимание в статье уделяется анализу паремиологического измерения в построении греческой, английской и русской культурных идентичностей.

Основным вопросом решения проблемы идентичности является вопрос «кто я?» Установление идентичности связано не только с чьими-то характеристиками, но и с тем, как эти характеристики проявляются в отношениях с другими. Люди не просто существуют; они сосуществуют, разделяя свою идентичность с членами определенной социальной группы, и делают это активно и охотно. Поэтому, в зависимости от роли, которую мы играем в семье, в школе, на работе или в своем этническом окружении, мы называем себя родителями или братьями и сестрами,

студентами, офисными служащими или врачами, греками, англичанами или русскими. Таким образом, мы отождествляем себя с другими людьми на основании таких общих качеств, как, например, личностные черты. По этому поводу профессор социологии Открытого университета Великобритании Кэт Вудворд пишет, что, несмотря на то, что как личности мы должны активно принимать идентичность, она обязательно является продуктом общества, в котором мы живём, и наших взаимоотношений в нём. Идентичность обеспечивает связь между людьми и миром, в котором мы живём, и включает в себя, кроме внутреннего и субъективного, также и внешнее [4, С. 7].

Поскольку идентичность характеризуется таким разнообразием свойств, процесс перевода, т. е. передача того, что составляет идентичность, становится всё более трудным. В итоге можно найти точный перевод слова, но как сохранить то богатство исторического и культурного наследия, которое стоит за ним? По словам британского социолога культуры, Стюарта Холла, культурная идентичность – это вопрос как «становления», так и «бытия». Она принадлежит будущему в той же мере, что и прошлому. Это не то, что уже существует, вне места, времени, истории и культуры. Культурная идентичность появляется, уже имея историю [23, С. 274–316].

Одной из функций паремий является их способность идентифицировать человека как часть группы. Отношения между людьми складываются во многом с помощью взаимных шуток, клише, аллюзий, цитат и, вполне вероятно, паремий. Директор кафедры английской лингвистики Саарского университета (ФРГ) Нил Норрик приводит пример, описывающий следующую ситуацию: говорящий может сигнализировать о своей принадлежности к местной сельской общине и отождествлять себя с ней, опираясь на локальный набор (диалектных) пословиц и поговорок [17, С. 25].

Одной из наиболее важных характеристик фольклора является то, что говорящий, используя в речи пословицы и поговорки, сам получает удовольствие. Будь то сказки, анекдоты, или паремии, люди обычно рассказывают их в свободное время, ради релаксации, чтобы доставить удовольствие аудитории. По мнению американского учёного-фольклориста, Стита Томпсона, фольклор используется для того, чтобы уменьшить непреодолимую скуку в жизни людей [22, С. 3]. Еще одна характеристика фольклора связана со способностью самоутверждения культуры. Как указывает американский фольклорист, профессор Калифорнийского университета Беркли, Алан Дандес, фольклор предъявляет определённые требования к выполнению обрядов и ритуалов, оправдывая тех, кто их соблюдает и исполняет [7, С. 292]. Третий аспект фольклора заключается в том, что фольклор дидактичен, предназначен для наставления последующих поколений. По мнению Алана Дандеса, сказки, басни и паремии являются инструментом, используемым для обучения общим принципам поведения в обществе и предостережения от проступков. Человека недовольного или чрезмерно честолюбивого надо предостеречь, чтобы он был доволен своей участью, принял мир таким, какой он есть, и, таким образом, подчинился принятым паттернам [18, С. 296].

Пословицы и поговорки являются важным средством познания национально-культурной самобытности народа, представляя собой своеобразный сгусток мысли, «народную мудрость» этноса. Паремии показывают все интеллектуально-языковое пословичное разнообразие и богатство языков с присущими им синтаксическими и аналитическими приемами. Каждый этнос в своем языке по-своему отражает окружающий мир в зависимости от особенностей его жизни, различных природно-климатических условий, общественного строя, истории, культуры, традиций и т. д. Отличие пословиц и поговорок заключается в их образности, связанной с местными реалиями и представлениями [18, С. 16]. Следует дополнить, что сходство в значении пословиц и поговорок определяется универсальным характером человеческого мышления. Особый интерес представляет исследование пословичной концептуализации мира, позволяющее установить общие и различные черты в восприятии мира разными народами и сопоставить менталитет народов, проявляющийся в паремиях [8, С. 3].

Национально-культурный компонент содержится в особенностях идиоматического наполнения паремий. На необходимость сопоставительно-семантического анализа пословиц и поговорок указывает Е. В. Иванова, которая считает, что пословицы и поговорки представляют собой наглядный материал для сопоставительного анализа языковых картин мира разных народов [8].

По своей структуре пословицы и поговорки представляют собой законченные предложения, а по семантике – целостное смысловое единство, содержащее обобщенную информацию. Паремии являются языковыми знаками: они системны, т. е. соотнесены по смыслу, могут иметь синонимы и антонимы, иметь функциональное сходство. По своей образности пословицы и поговорки близки к народноязычной и народнопоэтической речи, так как характеризуются наличием ритмизации, созвучия и рифмовки. Образность, выразительность, оценочность, которые возникают в результате метафорического переосмысления составляющих компонентов, являются важным свойством паремий. Это не исключает и смысловых мотиваций. В смысловой структуре пословиц и поговорок можно выделить не только конкретный объект, но и ассоциацию.

Также следует отметить, что пословицы и поговорки создавались в течение длительного периода жизни конкретного народа. Они показывают языковое творчество народа. В. Н. Телия утверждает, что типичность образов, лежащих в основе значения фразеологизмов, а также включение в них символов или мировых эталонов, является плодом коллективного творчества языковой и культурной общности [21]. Паремии включают в себя конкретные и знакомые образы, которые в процессе употребления и переосмысления приобретают глубокое значение. В этнокультурных метафорах есть представления о человеке, о его жизни, переживаниях, отношениях – обо всем, что определяет этнокультурное бытие народа, его менталитет.

### Основные результаты

Культура, частью которой мы являемся, влияет на нашу идентичность и на наши представления о жизни. Тип культуры, индивидуалистической или коллективистской, в которой рождается человек, влияет на то, во что этот человек верит и как он себя ведёт. Культурные наследия передаётся из поколения в поколение, что обеспечивает преемственность традиций внутри группы людей. Культурные ценности связывают людей, что делает общество сильным и сплоченным. Это заставляет людей учиться терпимости и взаимопониманию, которое прокладывает путь к социальной гармонии и материальному благополучию общества и конкретного человека.

В этом исследовании мы выделили пятнадцать из основных существующих ценностей-концептов, которые, по нашему мнению, являются общими для всех рассматриваемых языков. Выбор концептов не является произвольным: как упоминалось выше, они относятся к бинарным ценностям-концептам: жизнь-смерть, добро-зло, правда-ложь, дружба-вражда, богатство (деньги)-бедность. Также были рассмотрены некоторые эмоциональные концепты, а именно страх, зависть, любовь, ненависть, вежливость, а также концепт «семья». Очевидно, что существует множество других ценностей, определяющих культурную идентичность нации. Но мы ограничились конкретным количеством концептов ввиду объёма данного исследования. Так как не существует количественного критерия известности паремий, предлагаем в данной работе считать концепты общими, если они встречаются более чем в 15 паремиях рассматриваемых языков.

Рассмотрим следующие примеры на греческом языке в алфавитном порядке:

1. Паремии, номинирующие концепт «бедности» в греческой паремиологии – 104 единицы: *Η φτώχεια θέλει καλοπέραση* [9], сквозной перевод: бедность хочет веселиться и др.
2. Паремии, номинирующие концепт «вежливости» в греческой паремиологии – 19 единиц: *Η μονόπλευρη ευγένεια δε βασιτά πολύ καιρό* [2] сквозной перевод: односторонняя вежливость долго не длится и др.
3. Паремии, номинирующие концепт «вражды» в греческой паремиологии – 24 единицы: *Ο πρώτος εχθρός σου είναι ο εαυτός σου* [2], сквозной перевод: ты сам себе первый враг и др.
4. Паремии, номинирующие концепт «денег-богатства» в греческой паремиологии – 64 единицы: *Ο βήχας κι ο παράς δεν κρύβονται* [19], сквозной перевод: кашель и деньги не спрячешь и др.
5. Паремии, номинирующие концепт «добра» в греческой паремиологии – 36 единиц: *Κάθε εμπόδιο για καλό* [9], сквозной перевод: каждое препятствие к добру. Русский аналог: нет худа без добра и др.
6. Паремии, номинирующие концепт «дружбы» в греческой паремиологии – 51 единица: *Ο καλός φίλος στην ανάγκη φαίνεται* [15], сквозной перевод и русский аналог: настоящий друг познается в беде и др.
7. Паремии, номинирующие концепт «жизни» в греческой паремиологии – 33 единицы: *Καλή ζωή, κακή διαθήκη* [2], сквозной перевод: хорошая жизнь – плохое завещание и др.
8. Паремии, номинирующие концепт «зла» в греческой паремиологии – 17 единиц: *Ενός κακού μύρια έπονται* [9], сквозной перевод: в след за одной бедой, приходят тысячи бед. Русский аналог: пришла беда отворяй ворота и др.
9. Паремии, номинирующие концепт «лжи» в греческой паремиологии – 27 единиц: *Τα καλύτερα ψέματα τα λέμε στον εαυτό μας* [19], сквозной перевод: лучше всего мы лжём самому себе и др.
10. Паремии, номинирующие концепт «любви» в греческой паремиологии – 49 единиц: *Ο έρωτας περνάει απ' το στομάχι* [2], сквозной перевод: любовь проходит через желудок и др.
11. Паремии, номинирующие концепт «ненависти-зависти» в греческой паремиологии – 43 единицы: *Ο κακός το πρωί, το βράδυ χειρότερος* [9], сквозной перевод: утром пол, а вечером хуже и др.
12. Паремии, номинирующие концепт «правды» в греческой паремиологии – 30 единиц: *Λαθάνουσα γλώσσα την αλήθεια λέει* [19], сквозной перевод: язык, ошибающийся, правду говорит и др.
13. Паремии, номинирующие концепт «семьи» в греческой паремиологии – 105 единиц: *Κάνε παιδί να δεις προκοπή* [15], сквозной перевод: роди ребёнка, чтобы увидеть добро и др.
14. Паремии, номинирующие концепт «смерти» в греческой паремиологии – 52 единицы: *Ο χάρος χρόνια δεν κοιτά* [2], сквозной перевод: смерть / «Мрачный жнец» годы не считает и др.
15. Паремии, номинирующие концепт «страха» в греческой паремиологии – 21 единица: *Η ειρωνεία είναι το όπλο των δειλών* [15], сквозной перевод: ирония – оружие трусов и др.

Рассмотрим наиболее распространённые концепты и проведём их краткий анализ. Полученные результаты представлены ниже:

Характерную частотность употребления в греческих паремиях демонстрируют следующие концепты: *Οικογένεια-Семья* (105; 15,55 %), *Φτώχεια-бедность* (104; 15,41), *Χρήμα-Πλούτος* (Деньги-Богатство) (64; 9,48%), *Θάνατος-Смерть* (52; 7,7%), *Φιλία-Дружба* (51; 7,55%), *Αγάπη-Любовь* (49; 7,25%), *Μίσος-Φθόνος* (Ненависть-зависть) (43; 6,37%), *Καλό-Добро* (36; 5,33%), *Ζωή-жизнь* (33; 4,89), *Αλήθεια-правда* (30; 4,44), *Ψέμα-Ложь* (27; 4%), *Εχθρότητα-вражда* (24; 3,56), *Φόβος-Страх* (21; 3,11%), *Ευγένεια-Вежливость* (19; 2,81%), *Κακό-Зло* (17; 2,51%).

Следует отметить, что важнейшим компонентом в греческой паремиологии является концепт *семья*. Греки нуждаются в партнере не только для продолжения рода, но и для умственной, интеллектуальной и эмоциональной интеграции. Хотя многие воспринимают родственные связи только как кровное родство, в греческом менталитете концепт *кровь* иногда трактуется метафорически, а не как элемент генетического родства.

Рассмотрим следующие примеры на английском языке в алфавитном порядке:

1. Паремии, номинирующие концепт «бедности» в английской паремиологии – 16 единиц: *Children are a poor man's riches* [11], сквозной перевод: дети – богатство бедняков и др.
2. Паремии, номинирующие концепт «вежливости» в английской паремиологии – 22 единицы: *A forced kindness deserves no thanks* [20], сквозной перевод: вынужденная доброта не стоит благодарности и др.
3. Паремии, номинирующие концепт «вражды» в английской паремиологии – 15 единиц: *A gentle answer turns away wrath, but a harsh word stirs up anger* [20], сквозной перевод: Вежливый ответ отвращает вражду, а оскорбительное слово возбуждает ярость и др.
4. Паремии, номинирующие концепт «денег-богатства» в английской паремиологии – 68 единиц: *Time is money* [12], сквозной перевод: время – деньги и др.
5. Паремии, номинирующие концепт «добра» в английской паремиологии – 21 единица: *Good and quickly seldom meet* [10], сквозной перевод: «хорошо» и «быстро» редко встречаются и др.
6. Паремии, номинирующие концепт «дружбы» в английской паремиологии – 71 единица: *The best mirror is an old friend* [11], сквозной перевод: лучшее зеркало – старый друг и др.

7. Паремии, номинирующие концепт «зла» в английской паремиологии – 60 единиц: *Money is the root of all evil* [10], сквозной перевод: деньги – корень всех зол и др.

8. Паремии, номинирующие концепт «лжи» в английской паремиологии – 20 единиц: *Ask no questions and hear no lies* [12], сквозной перевод: не задавай вопросов чтобы не услышать ложь в ответ и др.

9. Паремии, номинирующие концепт «жизни» в английской паремиологии – 45 единиц: *Life is not a bed of roses* [12], сквозной перевод: жизнь – это не клумба из роз и др.

10. Паремии, номинирующие концепт «любви» в английской паремиологии – 40 единиц: *All is fair in love and war* [20], сквозной перевод: все средства хороши в любви и на войне и др.

11. Паремии, номинирующие концепт «ненависти-зависти» в английской паремиологии – 16 единиц: *A friend's envy is worse than an enemy's hatred* [10], сквозной перевод: зависть друга хуже ненависти врага и др.

12. Паремии, номинирующие концепт «правды» в английской паремиологии – 24 единицы: *Speak the truth and shame the devil* [10], сквозной перевод: правду скажешь – дьявола накажешь и др.

13. Паремии, номинирующие концепт «семьи» в английской паремиологии – 33 единицы: *Home is where the heart is* [11], сквозной перевод: родной дом там, где наше сердце и др.

14. Паремии, номинирующие концепт «смерти» в английской паремиологии – 51 единица: *Death keeps no calendar* [20], сквозной перевод: смерть не хранит календарь и др.

15. Паремии, номинирующие концепт «страха» в английской паремиологии – 38 единиц: *There's no medicine for fear* [11], сквозной перевод: нет лекарства от страха и др.

Рассмотрим наиболее распространённые концепты и проведём их краткий анализ. Полученные результаты представлены ниже:

Характерную частотность употребления в английских паремиях демонстрируют следующие концепты: Friendship-Дружба (71; 13,14%), Money-wealth (Деньги-Богатство) (68; 12,59%), Evil-Зло (60; 11,11%), Death-Смерть (51; 9,44%), Life-жизнь (45; 8,33%), Love-Любовь (40; 7,4%), Fear-Страх (38; 7,03%), Family-Семья (33; 6,11%), Truth-правда (24; 4,44%), Kindness-Вежливость (22; 4,07%), Good-Добро (21; 3,88%), Lies-Ложь (20; 3,7%), Hate (Ненависть-зависть) (16; 2,96%), Poverty-бедность (16; 2,96%), Conflict-вражда (15; 2,78%).

Неудивительно, что концепт *дружба* является наиболее очевидным концептом в английской паремиологии. Существует тесная связь между общественным одобрением и психическим и физическим здоровьем человека на протяжении всей его жизни, и одним из таких важных источников поддержки являются наши друзья. Они дают нам сильное чувство товарищества, смягчают чувство одиночества и способствуют повышению нашей самооценки и удовлетворённости жизнью.

Рассмотрим следующие примеры на русском языке в алфавитном порядке:

1. Паремии, номинирующие концепт «бедности» в русской паремиологии – 60 единиц: *Бедный да честный* [16] и др.

2. Паремии, номинирующие концепт «вежливости» в русской паремиологии – 19 единиц: *На добрый привет добрый и ответ* [16] и др.

3. Паремии, номинирующие концепт «вражды» в русской паремиологии – 33 единицы: Бог дал родню, а чёрт вражду [3] и др.

4. Паремии, номинирующие концепт «денег-богатства» в русской паремиологии – 249 единиц: *Не в деньгах счастье* [6] и др.

5. Паремии, номинирующие концепт «добра» в русской паремиологии - 219 единиц: *Доброе дело питает и душу, и тело* [3] и др.

6. Паремии, номинирующие концепт «дружбы» в русской паремиологии – 103 единицы: *Чем крепче дружба, тем легче служба* [3] и др.

7. Паремии, номинирующие концепт «жизни» в русской паремиологии - 129 единиц: *Жизнь прожить – не поле перейти* [6] и др.

8. Паремии, номинирующие концепт «зла» в русской паремиологии – 51 единица: *Злая жена сведёт мужа с ума* [16] и др.

9. Паремии, номинирующие концепт «лжи» в русской паремиологии – 89 единиц: *Ложь человека не красит* [6] и др.

10. Паремии, номинирующие концепт «любви» в русской паремиологии – 176 единиц: *Милее всего, кто любит кого* [16] и др.

11. Паремии, номинирующие концепт «ненависти-зависти» в русской паремиологии – 63 единицы: *Завистливый злее волка голодного* [3] и др.

12. Паремии, номинирующие концепт «правды» в русской паремиологии – 164 единицы: *Правда дороже золота* [6] и др.

13. Паремии, номинирующие концепт «семьи» в русской паремиологии – 35 единиц: *Добрая семья прибавит ума* [3] и др.

14. Паремии, номинирующие концепт «смерти» в русской паремиологии – 146 единиц: *Страхов много, а смерть одна* [16] и др.

15. Паремии, номинирующие концепт «страха» в русской паремиологии – 36 единиц: *Страх хуже смерти* [6] и др.

Рассмотрим наиболее распространённые концепты и проведём их краткий анализ. Полученные результаты представлены ниже:

Характерную частотность употребления в русских паремиях демонстрируют следующие концепты: Деньги-Богатство (249; 15,58%), Добро (219; 13,71%), Любовь (176; 11,01%), Правда (164; 10,26%), Смерть (146; 9,14%), Жизнь

(129; 8,07), Дружба (103; 6,45%), Ложь (89; 5,57%), Ненависть-Зависть (63; 3,94%), Бедность (60; 3,75), Зло (51; 3,19%), Страх (36; 2,25%), Семья (35; 2,19%), Вражда (33; 2,07), Вежливость (19; 1,19%).

Интересно отметить, что концепт *деньги-богатство* является одним из наиболее очевидных в российской паремиологии.

Ниже рассмотрим общую диаграмму о сопоставлении частотности концептов, которая объединяет три рассматриваемых языка.

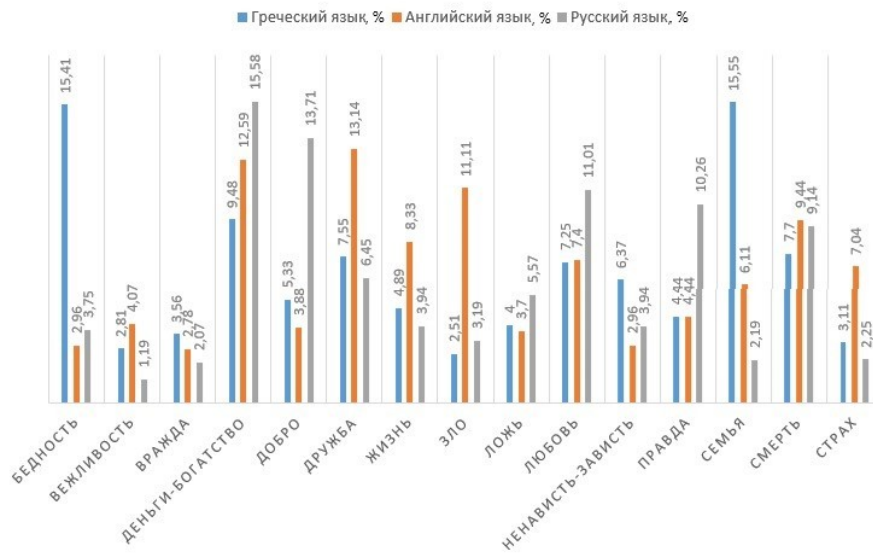


Рисунок 1 - Сопоставление частотности концептов на материале греческого, английского и русского языков  
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.46.1.1>

## Заключение

Фольклор представляет собой художественное творчество, будь то музыкальное, устное или обрядовое. Паремии остаются одним из важнейших субжанров фольклора, прежде всего потому, что они содержат суть национальной идентичности. Они не являются теоретическими знаниями, основанными на строго логическом мышлении, но отражают мир конкретных и осязаемых вещей с целью раскрыть их более широкое значение, дополнительные характеристики или особые связи между ними.

Национальная идентичность говорящих на греческом языке проявляется через использование пословиц и поговорок, которые отражают концепт «семья». На протяжении всей истории Греции данный концепт занимал ведущую позицию в менталитете греческого народа. Следует отметить, что в настоящее время этот концепт остается актуальным, вероятно, в связи с социальными проблемами, связанными с институтом семьи, такими как низкая рождаемость, обусловленная финансово-экономическим кризисом. Интересно отметить, что двумя другими важными концептами являются «бедность» и «деньги-богатство».

Национальная идентичность говорящих на английском языке, отраженная в паремиях, главным образом связана с концептом «дружбы». Дружба и связанные с ней понятия добровольных отношений вне семейного контекста (в отличие от греческого языка) рассматриваются как замена ослабевающей семье, которая претерпела фундаментальные изменения в англоязычном обществе [5]. Несколько неожиданно, но в английских паремиях, подобно греческому языку, на втором и третьем месте находятся концепты «деньги-богатство» и «жизнь».

Что касается говорящих на русском языке, национальная идентичность проявляется преимущественно через концепт «деньги-богатство». В данном случае, этот концепт занимает первое место, в отличие от двух вышеупомянутых языков, где концепт «деньги-богатство» находится на третьем и втором местах соответственно в греческой и английской паремиологии. Для русскоговорящих важно, что богатство приносит свободу и независимость, открывает множество возможностей и коррелирует с успехом. На следующих позициях находятся концепты «добро» и «любовь».

Пословицы и поговорки являются важным фактором в выражении идентичности в языке. В них удалось сохранить самобытные черты языка и культуры народов. Образы паремий описывают ситуации и обстоятельства, с рождения человека до самой его смерти. Идентичность наиболее ярко проявляется в паремиологии. Паремии представляют собой языковые единицы, «впитавшие» историю народа и отражающие специфику языковой картины мира его представителей. Изучение идентичности с лингвистической точки зрения открывает новые возможности для понимания национально-культурной самобытности народов в эпоху глобализации.

**Конфликт интересов**

Не указан.

**Рецензия**

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

**Conflict of Interest**

None declared.

**Review**

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

**Список литературы / References**

1. Агапова В. Н. Культурные ценности и способы их классификации: философско-культурологический аспект / В. Н. Агапова // *Философия и культура*. — 2018. — 9.
2. Αραβαντινός Π. Παροιμιαστήριον ή συλλογή παροιμιών εν χρήσει ουσών παρά τοις Ηπειρώταις : Μετ' αναπτύξεως της εννοίας αυτών και παραλληλισμού προς τας αρχαίας / Π. Αραβαντινός. — Ιωάννινα: Τυπογραφείον Δωδώνης, 1996. — 186 σ.
3. Булатов М. А. Живое русское слово: Рус. нар. пословицы и поговорки / М. А. Булатов — Москва: Детгиз, 1961. — 126 с.
4. Woodward K. Questioning Identity: Gender, Class, Ethnicity / K. Woodward — New York: Routledge, 2004. — 170 p.
5. Giddens A. The Consequences of Modernity / A. Giddens — Stanford: Stanford University Press, 1990. — 101 p.
6. Даль В. И. Пословицы русского народа / В. И. Даль — Москва: т-во М.О. Вольф, 1904. — 320 с.
7. Dundes A. The Study of Folklore / A. Dundes — New Jersey: Prentice-Hall, 1965. — 504 p.
8. Иванова Е. В. Мир в английских и русских пословицах: Учебное пособие / Е. В. Иванова — Санкт-Петербург: филол. Ф-т СПбГУ, 2006. — 280 с.
9. Λουκάτος Δ. Νεοελληνικά λαογραφικά κείμενα / Δ. Λουκάτος. — Αθήνα: Δαίδαλος Ι. Ζαχαρόπουλος, 1957. — 331 σ.
10. Mieder W. Proverbs in World Literature: A Bibliography / W. Mieder, G. B. Bryan — New York: Peter Lang Inc., 1996. — 305 p.
11. Mieder W. Think Outside the Box: Origin, Nature, and Meaning of Modern Anglo-American Proverbs / W. Mieder // *Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship*. — 2012. — Vol. 29 No. 1. — p. 137-196.
12. Mieder W. Proverbs: A Handbook / W. Mieder — Connecticut: Greenwood Press, 2004. — 304 p.
13. Молчанов Д. В. Заимствование и встраивание западных культурных ценностей в России: возможна ли адаптация? / Д. В. Молчанов // *Вестник Московского университета*. — 2015. — Сер. 19. №1. — с. 37–46.
14. Morley D. Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries / D. Morley, K. Robins — New York: Routledge, 1995. — 257 p.
15. Πατσούλης Τ. 3.000 Λέξεις και φράσεις παροιμιώδεις / Τ. Πατσούλης. — Αθήνα: Σμυρνωτάκης, 2011. — 834 σ.
16. Николаев Г. И. Пословицы и поговорки, приметы и обычаи / Г. И. Николаев — Обнинск: [б.и.], 2004. — 202 с.
17. Norrick N. How Proverbs Mean: Semantic Studies in English Proverbs / N. Norrick — Berlin: Walter de Gruyter & Co., 1985. — 213 p.
18. Пермяков Г. Л. Основы структурной паремиологии / Г. Л. Пермяков — Москва: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1988. — 236 с.
19. Σηφάκης Γ. Λαϊκή σοφία: 10000 Ελληνικές Παροιμίες / Γ. Σηφάκης. — Αθήνα: Σμυρνωτάκης, 1993. — 385 σ.
20. Taylor A. The Funk & Wagnalls Dict. of Folklore, ed. M. Leach & J. Fried / A. Taylor — New York: Funk & Wagnalls Company, 1949. — 1196 p.
21. Телия В. Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия — Москва: Школа «Языки русской культуры», 1996. — 288 с.
22. Thompson S. The Folktale / S. Thompson — New York: Dryden Press, 1951. — 537 p.
23. Hall S. The Question of Cultural Identity / S. Hall — Cambridge: Polity Press, 1992. — 198 p.
24. Schwartz S. H. Value Priorities and Behavior: Applying a Theory of Integrated Value Systems, The Psychology of Values / S. H. Schwartz // *The Ontario Symposium*. — 1996. — № 8. — p. 1-24.

**Список литературы на английском языке / References in English**

1. Agapova V. N. Kul'turnye tsennosti i sposoby ih klassifikatsii: filosofsko-kul'turologicheskij aspekt [Cultural Values and Methods of Their Classification: Philosophical and Cultural Aspect] / V. N. Agapova // *Philosophy and Culture*. — 2018. — 9. [in Russian]
2. Aravantinos P. Paroimiasitirion i syllogi paroimion en chrisei ouson para tois Ipeirotais: Met' anaptyxeos tis ennoias afton kai parallilismoou pros tas archaias [Proverbs or a Collection of Proverbs in Use by the Epirus People: with Development of Their Meaning and Parallelism to the Ancient Ones] / P. Aravantinos. — Ioannina: Typografeion Dodonis, 1996. — 186 p. [in Greek]
3. Bulatov M. A. Zhivoe russkoe slovo: Rus. nar. poslovitsy i pogovorki [Living Russian Word: Rus. adv. Proverbs and Sayings] / M. A. Bulatov — Moskva: Detgiz, 1961. — 126 p. [in Russian]
4. Woodward K. Questioning Identity: Gender, Class, Ethnicity / K. Woodward — New York: Routledge, 2004. — 170 p.
5. Giddens A. The Consequences of Modernity / A. Giddens — Stanford: Stanford University Press, 1990. — 101 p.
6. Dal' V. I. Poslovitsy russkogo naroda [Proverbs of the Russian People] / V. I. Dal' — Moskva: t-vo M.O. Vol'f, 1904. — 320 p. [in Russian]
7. Dundes A. The Study of Folklore / A. Dundes — New Jersey: Prentice-Hall, 1965. — 504 p.
8. Ivanova E. V. Mir v anglijskih i russkih poslovitsah: Uchebnoe posobie [The World in English and Russian Proverbs: Study guide] / E. V. Ivanova — Sankt-Peterburg: filol. F-t SPbGU, 2006. — 280 p. [in Russian]

9. Loukátos D. Neoelliniká laografiká keímena [Neohellenic Folklore Texts] / D. Loukátos. — Athína: Daídalos I. Zacharópoulos, 1957. — 331 p. [in Greek]
10. Mieder W. Proverbs in World Literature: A Bibliography / W. Mieder, G. B. Bryan — New York: Peter Lang Inc., 1996. — 305 p.
11. Mieder W. Think Outside the Box: Origin, Nature, and Meaning of Modern Anglo-American Proverbs / W. Mieder // Proverbium: Yearbook of International Proverb Scholarship. — 2012. — Vol. 29 No. 1. — p. 137-196.
12. Mieder W. Proverbs: A Handbook / W. Mieder — Connecticut: Greenwood Press, 2004. — 304 p.
13. Molchanov D. V. Zaimstvovanie i vstraivanie zapadnyh kul'turnyh tsennostej v Rossii: vozmozhna li adaptatsija? [Borrowing and Integrating Western Cultural Values into Russia: Is Adaptation Possible?] / D. V. Molchanov // Bulletin of Moscow University. — 2015. — Ser. 19. №1. — p. 37–46. [in Russian]
14. Morley D. Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries / D. Morley, K. Robins — New York: Routledge, 1995. — 257 p.
15. Natsouílis T. 3.000 Léxeis kai fráseis paroimiódeis [Words and Proverbial Phrases] / T. Natsouílis. — Athína: Smyrniotákis, 2011. — 834 p. [in Greek]
16. Nikolaev G. I. Poslovitsy i pogovorki, primety i obychai [Proverbs and Adages, Signs and Customs] / G. I. Nikolaev — Obninsk: [b.i.], 2004. — 202 p. [in Russian]
17. Norrick N. How Proverbs Mean: Semantic Studies in English Proverbs / N. Norrick — Berlin: Walter de Gruyter & Co., 1985. — 213 p.
18. Permjakov G. L. Osnovy strukturnoj paremiologii [Fundamentals of Structural Paremiology] / G. L. Permjakov — Moscow: Main Editorial Office of Oriental Literature of "Nauka" Publishing House, 1988. — 236 p. [in Russian]
19. Sifákis G. Laikí sofía: 10000 Ellinikés Paroímies [Folk Wisdom. 10,000 Greek Words of Greek Folklore] / G. Sifákis. — Athína: Smyrniotákis, 1993. — 385 p. [in Greek]
20. Taylor A. The Funk & Wagnalls Dict. of Folklore, ed. M. Leach & J. Fried / A. Taylor — New York: Funk & Wagnalls Company, 1949. — 1196 p.
21. Telija V. N. Russkaja frazeologija: semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty [Russian Phraseology: Semantic, Pragmatic and Linguoculturological Aspects] / V. N. Telija — Moscow: School "Languages of Russian Culture", 1996. — 288 p. [in Russian]
22. Thompson S. The Folktale / S. Thompson — New York: Dryden Press, 1951. — 537 p.
23. Hall S. The Question of Cultural Identity / S. Hall — Cambridge: Polity Press, 1992. — 198 p.
24. Schwartz S. H. Value Priorities and Behavior: Applying a Theory of Integrated Value Systems, The Psychology of Values / S. H. Schwartz // The Ontario Symposium. — 1996. — № 8. — p. 1-24.