

**ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА «ДЕНЬГИ» В
РУССКИХ ПАРЕМИЯХ И ПАРЕМИЯХ НАРОДА ЙОРУБА
:ОТРАЖЕНИЕ В ЯЗЫКОВЫХ МИРАХ РУССКИХ И
НАРОДА ЙОРУБА**

FALOJU John Olubunmi

Department Of European Languages
And Integration Studies,
University Of Lagos

Аннотация

Исследуя русские поговорки, можно сделать вывод, что это одно и то же понятие, обозначающее как пословицы, так и поговорки. Поговорка является мощным средством передачи информации, народной мудрости, менталитета, традиций и знаний от поколения к поколению. Пословицы и поговорки являются частью фольклора русских и народа йоруба и отражают их особый взгляд на мир. В данной статье рассматривается прагматический анализ концепта денег, отраженного в русских пословицах и поговорках йоруба, с целью выявления значений и значимости денег в обществах у русских и народа йоруба. В статье используются теория речевых актов для раскрытия различий, сходств и особенностей русской лингвокультуры и лингвокультуры народа йоруба через призму пословиц и поговорок. В статье проводится сравнительный анализ 40 русских пословиц и поговорок народа йоруба о деньгах с целью показать языковую картину мира и мировоззрение русских и йоруба о деньгах.

Ключевые слова: поговорка, картина мира, Лингвистика, лингвокультурология, денги.

Abstract

Examining Russian proverbs, one can say that this is a single term used to refer to proverbs and sayings. A proverb is a powerful tool for transmitting information, ideas of folk wisdom, indigenous knowledge, mentality and traditions from generation to generation. Proverbs and sayings are part of the folklore of Russians and the Yoruba

people and reflect their special view of the world. This article examines the pragmatic analysis of the concept of money, reflected in Russian Yoruba proverbs and sayings, in order to identify the meanings and significance of money in the Russian and Yoruba societies. The article uses the theory of speech to reveal the differences, similarities and features of Russian and Yoruba linguistic culture through the prism of proverbs and sayings. An analysis Forty (40) Russian and Yoruba proverbs and sayings about money were carried out and compared in order to show the linguistic picture of the world and the worldview of Russians and Yoruba about money.

Keywords: proverbs and sayings, worldview, linguist, cultural linguistics, Yoruba.

Введение

Человеческие нужды выражаются в пословицах. Эти нужды включают обобщение опыта наблюдения в маленькие куски мудрости обеспечивающие заготовленные отметки по личным отношениям и социальным делам (Meider, 2004). По мнению Faloju & Ouwale (2020), пословицы и поговорки являются средством передачи культурной мудрости и знаний, которые движут любой социум вперед. Они считаются хранилищем социокультурной и политической мудрости народа, передаваемой из поколения в поколение. Мудрость пословиц и поговорок руководила людьми в их социальных взаимодействиях на протяжении тысячелетий по всему миру.

Учёные отмечают, что термины “пословица” и “поговорка” менялись с течением времени. Древнерусское слово “пословица” было полисемантической по природе и слово характеризовало все устные соглашения (Мокиенко и др. 2009:16).

Пословицы, как утверждает Ковалева (2021) и Жуков (2001), представляют собой краткие народные изречения афористического

характера, которые имеют как буквальный, так и переносный (образный) план, или только буквальный или переносный план и составляют законченные предложения в грамматическом смысле (Ковалева, 2021; Жуков, 2000:11).

Примеры пословиц в русском языке включают “чем бы дитя не тешилось, лишь бы не плакало; И волки сыты, и овцы целы; Москва не сразу строилась; Яйца курицу не учат”(Жуков, 2000: 9). В Африке, мудрость и знание старейшин сохраняются и передаются из поколения на поколение с помощью пословиц и поговорок. Adeeko (1998) определяет пословицы как выражения, управляемые значением. Он отмечает дальше что их основная функция в дискурсе заключается в придании культурной глубины мыслям говорящих. Osoba (2014), в свою очередь отмечает, что большинство пословиц народа йоруба «отмечены краткостью, смыслом и солью» например пословица йоруба *ika kò d'ògba* – пальцы не ровны. Автор дальше отмечает, что эти три качества отличают пословицы от других словесных искусств в языке йоруба (Osoba, 2014). По мнению Osoba (2014), «краткость», означающая сжатость или лаконичность происходящая от убеждения народа йоруба, что: *àbò òrò la ñ sọ fún ọmọlúàbí tó bá dé inú è tán á di o didi*. Эта пословица буквально значит, что «краткое слово (половина слова), сказанное мудрому человеку, когда это слово попадает внутри его, то есть (когда человек понимает это слово) слово внутри его становится целым». Иными словами когда человек понимает это слово он поймет как действовать с мудростью в сойцуме. Английский эквивалент этой пословицы - *a word is enough for the mind / (wise)* «достаточно слова для ума» и русский эквивалент пословицы - умному – намек, глупому - толчок. Смысл в пословице является производным от общего значения.

Намекающий характер пословиц порождает потребность в остром восприятии, чтобы понять и усвоить их предполагаемый смысл. Это хорошо иллюстрируется пословицей йоруба, которая гласит *l'òwe l'òwe la ñlù ilù àgídìgbò ọlọgbón ló le jo o, òmòràn ni i tò ò* - пословица за пословицей бьют барабан агидигбо, только мудрый может танцевать его ритм (под него), и только знающий может понять его. Барабан агидигбо является говорящим барабаном используемый для отправки сообщений во время войны в традиционной культуре народа йоруба. Этот барабан принадлежит к группе барабанов Гбеду. Барабан агидигбо использовали для отправки кодированного сообщения или междугородного сообщения. Пикантность пословицы йоруба усиливается за счет тщательно продуманного использования образного языка, который включает в себя: метафоры, сравнения, персонификации, символы и т.д. Именно в пословицах наиболее типично проявляется любовь йоруба к образам, символам и аллюзиям. Как соль является важным ингредиентом супа, придающим сладость вкусу, так и пословицы играют важную роль в искусстве речи придающие поэтический оттенок высказываниям (Osoba, 2014).

Поговорка по своему содержанию соответствует суждению. По дефиниции Жукова поговорки называются устойчивые изречения отличающиеся особой краткостью, имеющие буквальный или переносный смысл и обладающие незавершенностью умозаключения (Жуков, 2000:9). Паремия содержат повседневный опыт и общие наблюдения в сжатом и шаблонном языке, что делает их готовыми к немедленному использованию в качестве эффективной риторики в устной или письменной коммуникации (Федеров, 2000). Подюков (2019) отмечает, что в науке термин «паремия» обычно используется для обозначения «воспроизв-

одимых микротекстов преимущественно фольклорного характера». Русские паремии - это единый термин употребляется как синонимический термин для обозначения пословиц и поговорок и они имеют много интересных фактов и характерных черт показывающие социально культурно отношения в частности о деньгах между людьми в обществах (Токарев, 2000). Многие ученые в современной лингвистической науке наблюдают, что ныне существуют беспрецедентный интерес к пословичному фонду языка (Ковалева, 2021). Ковалева (2021) отмечает, что достаточно много исследований посвящено паремиям, которые изучают данные единиц в структурном, семантическом, прагматическом и других аспектах (Г.Д. Сидоркова, Г.Л. Пермяков, Е.И. Селиверстова, В.М. Мокиенко, З.К. Тарланов и др.). Ученый дальше отмечает, что в последних годах в науке, ученые как например Н.Н. Семенов, Н.Ю. Тразанова, М.Л. Ковшова, Ф.Ф. Фархутдинова, Л.Б. Савенкова и другие уделяют особое внимание к изучению того, каким образом в паремиях отражается культура народа, представления человека о мире и как эти устойчивые формы аккумулируют в своей семантике культурные установки, ценности.

Процессы глобализации в мире вёл к интересу в уровне экономического материального благополучия в русской обществе и обществе народа йоруба. Ю.С. Денисенкова (2015) отмечает, что деньги очень важны элементы человеческой жизни. Впрочем в ряду с данными процессами случается нарастание внимания к задачам этнокультурного нрава. Деньги играют немаловажную роль в этих процессах. Деньги являются неотъемлемой составляющей жизни современного общества как на бытовом так на мировом уровне и вот почему необходимо исследовать на тему и ее связь с языковой картиной мирой (Денисенкова, 2015).

Теоретические основы

Данная статья опирается на теории речевых актов. Теория была в первую очередь разработана и выдвинута Джоном Л. Остином, а затем расширена Джоном Сирлом. Остин в своей книге "Как делать что-то с помощью слов" (1962) впервые представил теорию, в которой подчеркивается, что язык можно использовать для выполнения действий, а не только для их описания. Эта теория применяется в статье для анализа паремий как иллокутивных актов (например, советов, предупреждений), позволяющих выявить неявные культурные нормы, касающиеся денег.

Языковая картина мира

Важнейшей системой, которая способствует развитию знаний человека о мире, является язык. Человек записывает результаты познания в словах, отображая объективный мир в процессе деятельности. Комплекс этих знаний, заключенных в языковой форме, образует «языковую картину мира» (Романюк, 2013). В.А. Маслова утверждает, что язык отражает человеческое сознание, когда объективный мир превращается в особый мир, а не отражается зеркально. Он дальше утверждает, что «именно этот отображенный в языке вторичный мир, интерпретируемый в соответствии с мировидением носителей языка и представляет собой языковую картину мира» представляет собой языковую картину мира. Тип отношения человека к миру, в частности к природе, животным и самому себе, формируется языковой картиной мира (Маслова, 2001). Таким образом, языковая картина мира поддерживает национально-специфическую точку зрения на мир, действуя как посредник между человеком и реальностью. Постовалова (1998) утверждает, что многие дисциплины, включая гносеологию, когнитологию (языковедческие науки), психологию, философию и

культурологию, широко используют термин «картина мира». Взаимодействие с миром, важнейшее условие существования человека в мире, относится к числу «фундаментальных понятий, выражающих специфику человека и его бытия» (Постовалова, 1998).

В действительности языковая картина мира представляет собой отражение реальности путем фрагментарного воспроизведения ментальных установок в лексических единицах языка., определенный способ концептуализации действительности» Согласно А. Вежбицкой (2001), языковая картина мира — это совокупность представлений о мире, отраженных в языке и исторически сложившихся в обыденном сознании языкового коллектива.

Концепт языкового мира возник из идеи Вильгельма Фон Гумбольдта. Ученый Гумольдт одни из многих лингвистов которые сосредоточили внимание на национальное содержание языка и мышления. Он отмечает, что различные языки являются органом оригинального мышления и восприятия для стран. Гумбольдт в своей работе рассматривал язык как границу между миром внешних явлений и миром внутри человека. Язык играет немаловажную роль в социуме создающий образ, картину мира. Таким образом, Гумбольдт отмечает дальше, что различие языков возбуждает различие во взглядах на мир. По словам Гумбольдта языковая картина мира формируется под, влиянием исторических условий и этнолингвистических особенностей народов (Гумбольдт, 1955). Человеческий язык испытывается константные изменения и развитию. Эти изменения и развития существуют в лексической части языка которая непосредственно связан с отражением в языке внутреннего и внешнего мира человека. Взаимодействие между

народами ведет к обмену идей, понятий и информации и технологий.

Картина мира, по словам В.И. Постовалова, представляет собой фундаментальный глобальный образ мира, который лежит в основе мировидения человека. Он отражает сущностные свойства мира и является результатом всей духовной деятельности человека (Постовалова, 1988).

М. Ю. Рюманок (2021), утверждает, что картина мира — это больше, чем просто набор «фотографий» предметов, процессов, свойств и т. д., потому что она включает в себя не только отраженные объекты, но и позицию отражающего субъекта, его отношение к этим объектам, причем позиция отражающего субъекта идентична реальной позиции объектов. Рюманок (2021) , отмечает, что отношение к объектам создается самими объектами, потому что отражение мира человека не пассивное, а деятельностное.

Картина мира является совокупностью представлений и жизненных культурных опытов человека. Лингвокультурология на своей очереди изучает взаимосвязь языка и культуры. В науке существует связь между языком и культурой и картина мира которую формируют человека зависит от его языка и культуру.

Лингвокультурология – отрасль языковедения возникающая на стыке лингвистики и культурологии исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке (Маслова, 2001). По мнению исследователей, лингвокультурология позволяет продуктивно синтезировать знания о культуре при помощи языка. При этом исследователи подчеркивают антропологический характер

этого направления и определяют культуру через личность или коллективную деятельность человека в процессе жизни людей. Человек как языковая личность является связующей нитью между языком и культурой (Гилемшин, 2009).

Лингвистический статус паремических единиц

В языкознании паремия имеет определенные особенности. С одной стороны, она связана с языковой системой, а с другой стороны, связана с конкретными речевыми ситуациями. Благодаря этому исследователи могут рассматривать паремию как речевые знаки, так и языковые знаки. Савенков (2002) отмечает, что параремия, как правило, «несёт в себе информацию не об элементе, а о фрагменте внеязыковой действительности». Пословицы и поговорки могут быть объединены с дискурсивными знаками в результате этого. В книге «Основы структурной паремиологии» Г.Л. Пермяков изучает структурный аспект паремиологии. По словам ученого Г.Л. Пермякова, пословицы и поговорки можно определить как «знаки определенных ситуаций или определенных отношений между вещами» (Пермяков, 1988)

По мнению З.К. Тарланова, пословица «не столько рассказывает о чем-либо конкретном, сколько напоминает о типичном» (Тарланов, 1970). В этом паремия сближается с фразеологизмом в функционально-семантическом плане. В паремии есть много общего с фразеологизмами и это включают анонимность, устойчивость, раздельнооформленность, воспроизводимость, полная или частичная метафоричность и др. Другие ученые, однако имеющие другие мнения о паремиях. По наблюдению Н.Н. Амосова паремии не могут быть включены во фразеологию ни по содержанию, ни по функции (Амосова, 1963). По мимо этого, ученый Г.Л. Пермяков

тоже считает, что пословицы и поговорки более замысловатые чем фразеологизмы и по этой причине можно обсуждать отдельный паремиологический уровень языка (Пермяков, 1988). По мнению Ковалева О.Н. чтобы определить единицу пословиц поговорок важно уделять внимание на изучение какого аспекта паремий и фразеологизмов (Ковалева, 2021).

Паремиа играет немаловажную роль в создании языкового картины мира потому, что она является зеркало жизни любой нации (Рюманок, 2013). Рюманок (2013) дальше утверждает, что первоначальный смысл паремиологии непосредственно связывается с фоновыми знаниями носителя языка, с практическим опытом личности, и культурно – историческими традициями носителей языка. Федоров (2008) отмечает, что паремические единицы переписывают признаки, связанные с картиной мира, подразумевая целую описательную ситуацию, оценивая ее и выражая отношение к ней. Своей семантикой паремий направлены на характеристику человека По словам Ковшова паримии обращаются к описанию человека, его свойств, характер, поведения взаимоотношений с окружающими миром на определение ценностей и антиценностей в социальном мире (Ковшова, 2019).

Своеобразие паремий как объект исследования лингвокультурологии

В лингвистике понятие картины мира как раньше отмечалось это одно из важных разновидностей в лингвокультурологии. Термин картина мира определяется как совокупность образов действительности в коллективном сознании (Карасик & Слышкин, 2001). К представлениям, образующим систему образа мира людей, относятся системы ценностей, морально- этические установки и

кодексы поведения, стереотипы и оценки различным образом воплощенные в языковых единицах.

Яковлева (1999) указывает, что языковой образ мира воспринимается как схема восприятия действительности, определяющийся в языке и является специфической для языковой группы. Из языковой картины мира невозможно выделить компоненты напрямую. Элементами языкового образа мира являются определенные ментальные репрезентации реальности (элементы, идеи и формы) в взаимодействии с этой схемой. Из-за этого многие ученые основывают свою языковую картину мира на наружных проявлениях языковых единиц (Гончаров, 2012:225).

Ковалева О.Н. в своей работе, наблюдает, что данный концепт обычно рассматриваются как базовая единица. Хотя концепт языковой картины мира является одним из наиболее важных понятий в лингвокультурологии, однако, до сих пор этот концепт не имеет четкой интерпретации (Ковалева, 2021). Большая часть ученых имеют одинаковое мнение, что ЯКМ предполагает собою неростое разнородное формирование. Они считают, что концепт является глобальной многомерной ментальной единицей (Токарев, 2009:15). Также ученый

по наблюдению В.И. Карасика существуют три аспекта: понятия, метафоры и значения (Карасик, 2001). В следствие, этого ученые считают ценностное измерение как ведущие измерения
Лингвокультурный подход к описанию ЯКМ в принципе означает описание конкретного концептуального пространства и поставление концептов из разных языков. Это позволяет не только выявить уникальность языковых выражений, но и получить

информацию о значении концептов в языковой картине мира любого этноса.

Лингвокультурный метод к изучению языка в основном выявляет лингвокультурологический подход к изучению языка сначала и требует обнаружение лингвостановедческих элементов в языковых единицах на разных уровнях. Культурная особенность как обычно наиболее ярко отражается в лексике но, даже на лексическом уровне степень выражения страноведческих особенностей который может варьироваться от единицы к единице. На уровне фразеологических единиц взаимодействие между культурой и языком проявляется более явно.

Объект лингвокультурологического исследования является паремнологическим фондом. Ученый Н.Н. Семенко отмечает, что паремия способствует выполнению функции языка и культуры и она действительно значительная часть национальной языковой картины мира (Семенко, 2012).

Ковалева (2021) отмечает, что отличительная лингвокультурная ценность пословиц и поговорок является основной для выявления паремнологического образа мира в рамках ЯКМ.

Автор дальше наблюдает, что многие исследователи считают что паремии являются средствами выражения языка и понимания картины мира.

Кульпеисова Т.С. наблюдает, что много ученых утверждают, что в образной картине мира паремии существуют не только черты объектов, их сравнительные характеристики но и позиция отражающего

субъекта, его отношение к этим объектам, система социально-типичных позиций, ценностных ориентаций самого человека» (Кульпеисова, 2018: 176). В собственной работе Т.С. Кульпеисова, паремия оценивается как богатое концептуальное познание о реальности, и как совокупность представлений, с помощью которых людьми интерпретируют внешний вид окружающих их людей (Кульпеисова, 2018). Натхо (2013) наблюдает, что пословица и поговорки имеют немаловажную позицию среди репрезентаторов концепта ценности, потому что в контексте пословиц и поговорок существуют основные национальные ценности и национально-культурный опыт. В данной статье прагматический анализ паремии о деньгах осуществляется чтобы выявить мировоззрение русских и народа йоруба отражающееся в паремиях про деньги .

Русские паремии о деньгах и их анализы

По дефиниции словаря С.И. Ожегова деньги определяются как 1) металлические и бумажные знаки являющиеся мерой стоимости при купле – продаже; 2) капитал средства (Ожегов, 1987) .

В “Толковом словаре русского языка” В. И. Даля есть пословица “Деньги ходячая монета в торговле всякого рода, звонкая и бумажная”. Исходя от этого деньги являются эквивалентом и мерой стоимости товаров и услуг, посредником при купле-продаже в любом обществе. В русском языке существуют обилие паремий о деньгах (Даль, 1888). Эти паремии изображает не только русский менталитет о деньгах но тоже показывает миропонимание русских о деньгах. Действительно существуют положительные и отрицательные стороны концепта «деньги». Отрицательные свойства концепта деньги включают: оформлении купли-продажи, торга для оплаты товаров и услуг на протяжении всей жизни человека строгий

счет при обращении с деньгами важен контроль, бережливое отношение количество денег- оценка статуса социальных групп отсутствие в русском человеке тяги к стяжательству легкость расставания с деньгами, причина неприятностей, бед. Положительные свойства денег тоже включают власть залог уважения и почитания гарантия материального достатка. В ходе нашего наблюдения русских паремий о деньгах мы выделяют две группы паремий с суждениями о деньгах. 1) Паремии аналогичные по значению, использованию и лексическому составу, и 2) паремии похожие по значению и по использованию однако разные по лексическому составу. Премеры русских паремий которые аналогичные по значению, использованию и лексическому составу о деньгах включают:

- **Время – Деньги** –Эта паремия обычно употребляется в бизнесе. По мимо, этого выражение время деньги означает, что не трать зря время, за которое можно зарабатывать деньги поскольку потеря времени равнозначна потере капитала, который вохможно было заработать за это время.
- **Деньги к деньгам льнут** (*money begets money / money breeds money*). Это паремия подчеркивает, что деньги увлечиваются в руках умелого человека. Иными словами деньги прилипают к деньгам или липнут к деньгам.
- **Деньги не пахнут** – происхождение этой паремии связывает с римским императором Веспасиан установивший налог на общественный туалет.

Буквально смысл этой паремии заключается в том, что не важно каким образом заработаны деньги все они одинаковы. Деньги не пахнут употребляется людьми которые готовы на все ради

собственной выгоды. В широком смысле деньги ценны независимо от того, были ли они получены правильно или неправильно

- Деньги все двери открывают – Эта русская поговорка указывает важность денег в мире. Деньги являются универсальным языком говорящие на любом языке и никакой замок не устоит перед силой золота (деньги)
- Деньга на деньгу набегаёт. Русская поговорка деньга на деньгу набегаёт про богатство и бедность. Чем больше деньги проявляется деньги тем больше с их помощью ещё можно зарабатывать.
- Деньги глаза слепят – Эта русская поговорка объясняет, что жажда денег заставляет людей пренебрегать моралью.
- Деньги- хорошие слуга, но плохой хозяин. Скрытый смысл этой поговорки заключается в том, что человек должен распоряжаться деньгами, а не деньги человеком.
- Дурак легко с деньгами расстаётся Эта русская поговорка показывает, мировидение русских и отношение народа к деньгам. Русские как и другие народы верят что что только глупый человек разбрасывается деньгами.

Денег ни гроша, да слава хороша – Эта русская поговорка о том, доброе имя лучше чем золото.

Среди простого народа всегда пользовались уважением люди милосердные, трудолюбивые, щедрые, талантливые. Данная поговорка "Денег ни гроша, да слава хороша" уместна в отношении человека, увлечённого любимым делом, ради которого он может тратить последние деньги. Неоднократно в прессе попадались сообщения о чудаках - изобретателях, выдумщиках, пытавшихся

как-то украсить наш мир своими творениями, подарить радость людям.

- Без денег сон крепче – Эта русская поговорка говорит о том, что не было денег – не бы. Если нет материальных благ (в данном выражении – денег), то нет и тревог по поводу где и как и пристроить, как сохранить и приумножить. Поэтому и сон крепче

- Деньгами души не выкупишь. – Эта русская поговорка утверждает, что душа не покупается деньгами и душевное спокойствие человека не купить ничем.

- Деньги не щепка (т.е считай да побергай)- Смысл этой поговорки про богатство и бедность. Эта поговорка означает, что надо поберечь деньги. Анал

Русские поговорки о деньгах похожие по значению и использованию но разные по лексическому составу включают :

- Больше денег – больше хлопот – существование этой поговорки показывает, что когда денег не хватает тогда и проявляются хлопоты

- Лишние деньги – лишние заботы - Когда денег нет проблема где их достать. А когда они есть проблема куда потратить и как их сохранить

- Ближняя копейка дороже дадного рубля Лучше ячмень в ближнем амбаре, чем золото в дальней пустыне. - лучше небольшая, но верная выгода на месте, чем, может быть, и большая, но на стороне. Не стоит верить какому-то на первый взгляд многообещающему, но не совсем надёжному предложению. Большие амбиции не всегда выгодны.

Русские паремии о деньгах похожие по значению и использованию но разные по лексическому составу включают

- Алтын сам ворота отпирает и путь очищает - миром правят деньги и только заплатишь и пройдет и выйдешь и без проблем.

Слово Алтын является денежной единицей на Руси, упоминается в летописях с XIV века, имел разный номинал, как отдельная монета чеканился с 1654 года из меди, с 1704 по 1718 - из серебра. С 1839 года монету в три копейки в народе называли алтыном, 15 копеек - пятиалтынный

- Деньги не щепки, на полу не подынешь – Смысл паремии означает, что материальный достаток важен, но не ценнее, чем здоровье или дружба или любовь. Больше всего пословиц о том, что деньги нужно беречь, не зря тратить.

- Больше денег – больше холопот Паремия означает что богатство (деньги) подчиняет человека, лишает его свободы, накладывает определенные рамки, мешающие совершать те или иные действия. Причем чем больше богатства, тем больше зависимость от него и подчиненность.

- Горе- деньги, – а вдвое без денег – Эта русская паремия показывает важность денег в русском социуме. Деньги действительно могут портят людей и но больше портит их отсутствие.

- Денег много да разума мало / На деньги ум не купишь. Эта пословица используется как совет не обращать внимание на материальное состояние человека. На деньги ума не купишь. Все свои достижения нужно добиваться собственным трудом и если ты

хочешь быть умным то нужно для это приложить старания, ведь ум не купить. Деньги есть, а ума нет.

Паремии йоруба о деньгах и их анализы

В сойцуме народа йоруба эффективная речь и социальная удача зависят от хорошего использования паремий. В культуре народа йоруба существует обилие паремий про деньги. Каждая пословица и поговорка народа йоруба показывают миропонимание и мировоззрение народа йоруба о деньгах и жизнях. В языке народа йоруба включают:

- *Owó la fíí peéná owó, owó la fíí pilè ọlà- - ọlà* Деньги порождают деньги, богатство порождает богатство. Деньги - это то, что требует траты денег. Наличие денег порождает необходимость их тратить.

В культуре народа йоруба важность денег отражается в этой пословице. Народ йоруба верит что наличие денег создает потребность их тратить

- *Owó lobínrin mọ* – Женщина знает только деньги. – Эта паремия указывает любовь женщин к деньгам. Хотя некоторые женщины любят деньги и это отражает в их отношения с мужчинами но не все женщины. Эта паремия употребляется как сексизм против женщин в сойцуме народа йоруба.

- *Owó laṣọ oge. Bí ò sówó, fáàrí ò sí. –money is the cloth of fashion (money is needed to be fashionable).* Деньги одежды моды, и без денег моды нету.

Деньги в мироведении народа йоруба считают как одежда потомучто быть модным и одеваться хорошо деньги нужно и без денег не возможно быть модным или одеваться хорошо. По мимо этого, в ходе нашего изучения и наблюдаения паремий народа

йоруба мы встречаем другие паремии указывающие значимость денег в культуре народа йоруба такие как-

- *Owó ò sí, ènìyàn ò sunàn* - Денег нет человек плох- Когда у человека нет денег многие в его считают плохой человек, потому что его отношение с ними на основании его денег и когда у него нет денег люди считают, что его оношение с ними не выгодно
- *Owó ní í bojú òré jé* – деньги предают дружбу. Многие считают, что деньги имеют возможность испротить отношение между друзьями. Пословица употребляется как предупреждение среди друзей
- *Owó ló ñ sohun gbogbo bèè ni kò sé fipá ní* – деньги сделают все (решат все) но их нельзя приобретать силой
- *Owó làgbà, ọmọ làbúrò, àlàáfìà ló se ègbòn fún gbogbo wọn*- Деньги старше (превосходящие) рыбенок молодежи, хорошее здоровье самое старшее
- *Owó ló ñ jàre ejó bèè ọlọmọ ló layé* –Деньги используются для того, чтобы оправдать человека в деле (суде), но тот, у кого есть ребенок, владеет миром

В культуре народа йоруба не принято жить и быть удачным через обманный способ. Отношение народа йоруба отражается в этой паремии. Народ обычно смотрит неодобрительно на людей которые не честно зарабатывать деньги в обществе.

- *Owó ni gbòngbò èşè* – Деньги корень всего зла.

Народ йоруба верит что любовь денег может ведет к беде и проблеме поэтому люди должны быть аккуратными с деньгами .

- *Owó ìgbé kíl rùn* – Грязные деньги не пахнут- Эта поговорка показывает мироведение народа йоруба о деньгах.

Многие верят, что источник денег то, есть способ приобретения денег не пахнет. Это означает, что источник денег не важно и людям все равно от куда деньги. Самое главное это иметь деньги тратить.

- *Owó ní míni jé m̀gida níni ẹgbé* – Деньги дают человеку возможность стать лидером в обществе.

Важность денег также встречаем в поговорке *owó ní míni jé m̀gida níni ẹgbé*. Без денег люди не уважают человека в социуме или дают ему пост лидера. Поскольку

- *Owó ni idáhùn ohun gbogbo* – Деньги отвечают все вопросы. – Деньги действительно решают все проблемы (вопросы). Эта поговорка употребляется показывать не только важность но тоже способность денег решать человеческие нужды и проблемы. Помимо этого, значимость денег также отражается в мировой языковой картине мира у народа йоруба в следующей поговорке-

- *Owó ní kókó* – Деньги - суть

В мировом понимании народа йоруба многие считают деньги как ключ к успеху. Без денег трудно добиться успеха и многое сделать в жизни.

- *Owó ni kẹkẹ ẹwà* - Деньги велосипеды (двигатель) красоты. Без денег трудно быть красивым

Важность денег в социуме народа йоруба также отражается в поговорке *owó ni kẹkẹ ẹwà*.

- *Owó ò dára lápò ẹnikan* – Нехорошо, когда деньги находятся в кармане отдельного человека.

Лучше если все имеют деньги и это значит, что никто будет страдать или быть бедным в социуме.

- *Owó àkòní ọ̀mọ̀dé, àkàrà ló fì ñ rà jẹ-* Первые деньги которые получает ребенок он тратит на акара .

В этой пословице *аакра* является известней вкусней едой среди народа йоруба сделана из фасоли. Эта еда не только известна но тоже не дорога и дети ее любят есть. Эта пословица употребляется объяснить расточительный обычай или характер некоторых людей с деньгами

- *Owó burúkú kìì wà lówó ẹ̀ni kebi burúkú pani-* Буквально эта паремия означает, что невозможно иметь много денег и быть голодным

- *À ti owó olówó, à ti ówó ẹ̀ni kí Èdùmàrè má fì ọ̀kan wọ̀n wa –* И твои собственные деньги и чужие Бог нам дает оба.

Эта паремия показывает значимость денег в решении человеческой нужды в обществе народа йоруба .

- *Owó Èkó, Èkó ló ñ gbé –* Полученные деньги в городе еко бывают (тратят) в Еко (Лагос).

Важность денег в культуре народа йоруба опять отражается в этой паремии. Еко (Лагос) является крупнейшим портовым городом на юго западе Нигерии. Много народу там живут и жизненный уровень этого города высок. Если человек не осторожно он все деньги тратят в Эко без личного сбережения так, как жизнь дорога в городе Эко.

- *Owó ò tọ̀ agò (ẹ̀ni ó gò) –* Деньги не узнают глушого человека

Прагматический анализ

Русская пословица "Время - деньги" буквально переводится как "Time is money" на английском языке. Эта пословица отражает практичное и утилитарное отношение ко времени и деньгам в русской культуре. Пословица гласит, что время - это ценный ресурс, который следует использовать с умом, так же как и деньги. Это подразумевает, что пустая трата времени эквивалентна пустой трате денег, и что время следует тратить на продуктивную деятельность, приносящую доход или другие ценные результаты. Эта пословица обычно используется в бизнесе, где тайм-менеджмент имеет решающее значение для успеха. Пословица йоруба " *Owó ní kókó* " переводится как "Деньги - это суть". Эта пословица отражает важность денег в культуре йоруба, где высоко ценится финансовый успех. Пословица предполагает, что деньги - это ключ к достижению чьих-либо целей и устремлений, а также необходимый ресурс для выживания и процветания. Это подразумевает, что без денег человек не сможет полностью реализовать свой потенциал или наслаждаться хорошими вещами в жизни. Эта пословица обычно используется в социальных контекстах, где финансовый статус является важным фактором, определяющим социальное положение человека. Обе пословицы отражают практичное и утилитарное отношение к деньгам в их соответствующих культурах. Они предполагают, что деньги - это ценный ресурс, который следует использовать с умом, и что финансовый успех - важный аспект жизни. Однако они отличаются тем, что делают упор на время, а не на деньги как на ключевой ресурс успеха. Русская пословица подчеркивает важность управления временем для достижения финансового успеха, в то время как пословица йоруба подчеркивает важность самих денег как ключа к достижению своих целей.

Русская пословица "Деньги к деньгам льнут" буквально переводится как "Деньги цепляются за деньги". Эта пословица отражает убеждение в том, что как только у вас появляется немного денег, становится легче зарабатывать еще больше. Пословица предполагает, что обладание определенным количеством богатства или капитала может дать вам преимущество в создании большего богатства или капитала. Это подразумевает, что те, у кого есть деньги, могут использовать их, чтобы заработать больше денег за счет инвестиций, деловых начинаний или другими способами. Эта пословица обычно используется в контексте бизнеса, где высоко ценится способность генерировать богатство.

Пословица йоруба "*owó la fíi peéná owó, Owó la fíi pilè olà*. Деньги порождают деньги, богатство порождает богатство". Эта пословица отражает убеждение, сходное с русской пословицей о том, что наличие некоторого количества богатства или капитала может помочь вам генерировать больше. Пословица предполагает, что те, у кого есть деньги, могут использовать их, чтобы заработать больше денег, а те, у кого есть богатство, могут использовать их, чтобы приобрести еще больше богатства. Это подразумевает, что финансовый успех - это самосохраняющийся цикл, в котором те, у кого есть ресурсы, могут использовать их для получения большего количества ресурсов. Эта пословица обычно используется в социальных контекстах, где финансовый успех является важным фактором, определяющим социальное положение человека. Обе пословицы отражают веру в то, что наличие некоторой суммы денег или богатства может помочь вам зарабатывать больше. Они предполагают, что финансовый успех - это самосохраняющийся цикл, в котором те, у кого есть ресурсы, могут использовать их для получения большего количества ресурсов. Однако они различаются

в своем акценте на деньгах, а не на богатстве как ключевом ресурсе успеха. Русская пословица подчеркивает важность наличия денег как средства получения большего количества денег, в то время как пословица йоруба подчеркивает важность наличия богатства как средства приобретения большего богатства.

Русская пословица "деньги все двери открывают" отражает веру в то, что наличие денег может помочь человеку преодолеть препятствия и получить доступ к возможностям. Пословица предполагает, что финансовые ресурсы могут быть использованы для достижения широкого спектра целей, от получения доступа к образованию и здравоохранению до достижения социального статуса и политической власти. Это означает, что те, у кого есть деньги, имеют в своем распоряжении больше вариантов и возможностей, чем те, у кого их нет. Эта пословица обычно используется в социальных контекстах, где финансовые ресурсы являются важным фактором, определяющим социальное положение человека.

Пословица йоруба "*Owó ni idáhùn ohun gbogbo*" отражает то же убеждение, что и русская пословица о том, что наличие денег может помочь вам преодолеть препятствия и достичь ваших целей. Пословица предполагает, что финансовые ресурсы являются необходимым инструментом для достижения успеха во всех аспектах жизни, от личных отношений до деловых начинаний. Это подразумевает, что те, у кого есть деньги, имеют преимущество перед теми, у кого их нет, и что финансовый успех является ключевым фактором, определяющим общий успех человека в жизни. Эта пословица обычно используется в социальных контекстах, где высоко ценятся финансовые ресурсы. Обе

пословицы отражают убеждение в том, что наличие денег является важным фактором достижения успеха и получения доступа к возможностям. Они предполагают, что финансовые ресурсы являются ключевым инструментом для преодоления препятствий и достижения целей. Однако они различаются в своем акценте на деньгах как средстве достижения успеха по сравнению с деньгами как ключом ко всему. Русская пословица подчеркивает широкий спектр возможностей, которые могут предоставить финансовые ресурсы, в то время как пословица йоруба подчеркивает необходимость финансовых ресурсов для достижения успеха во всех аспектах жизни.

Паремия о деньгах в русском языке и языке народа йоруба употребляют указывать миропонимание и образ мира у русских и народа йоруба. Анализированные паремия в данной статье отражают положительные и отрицательные свойства о деньгах в русской культуре и в культуре народа йоруба. В России существует паремии о важности денег в русской обществе - деньги все двери открывают. Аналогичная паремия существует в культуре народа йоруба *owó ni ìdáhùn ohun gbogbo* – деньги отвечают все вопросы.

Заключение

В статье мы проводили прагматический анализ концепт деньги в русских паремиях и паремиях народа йоруба. Значимость концепта деньги в культуре у русских и народа йоруба мы столкнулись в статье. Из нашего наблюдения миропонимание и мировведение русских и народа йоруба явно в пословицах и поговорках обеих культур. По мимо, этого паремии о деньгах в русском языке и в языке народа йоруба есть много общего и они раскрывают

лингвокультуры у русских и народа йоруба. Также в статье выявили отношение русских и народа йоруба о концепте денег в сквозь призму паремии. В целом через нашего прагматического анализа концепта «деньги в русских перемиах и паремиях народа йоруба» мы пришили ввывод о том, что существуют паремии аналогичные по значнению, использованию и лексическому составу, и паремии похожие по значнению и по однако разные по лексическому составу в русском языке и в языке народа йоруба.

Литература

1. Амасова, Н.Н. (1963) . Основы английской фразеологии /Н.Н. Амосова Л.Изд-во ЛГУ
2. Вежбицкая, А. (2001). Семантические универсалии и описание языков Наука, 2001.
3. Гончарова, Н.Н. (2012). Языковая картина мира как объект лингвистического описания 2012
4. Гилемшин, Ф.Ф. (2009). К вопросу об интерпретации паремий в свете языковой картины мира ученые записки казанского государственного университета том 151, кн. 3 гуманитарные науки
5. Гумбольдт, В. (1984) . Избранные труды по языкознанию / В. Гумбольдт. – М.: Аст, 1984. – 325 с.
6. Даль В. И. (1882) Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. книгопродавца-типографа М. О. Вольфа.
7. Денисенкова, Ю.С. (2015) Пословицы о деньгах в русской культуре // Человеческий капитал. № 2 (74). С. 35– 37.
8. Жуков, В. П. (2000). Словарь русских пословиц и поговорок Русский язык.
9. Зимин В. И., Спирин А. С. (2005). Пословицы и поговорки русского народа. Большой толковый словарь. Изд. 2 – е.– Ростов Р/Д., 2005.

10. Карасик, В. И, Слышкин Г.Г. (2001). Лингвокультурный концепт как единица исследования. Методологические проблемы когнитивной лингвистики – Воронеж: ВГУ.
11. Ковалева О. Н. (2021). Паремии в речевой ситуации похвалы: лингвокультурологический и прагматический аспекты. Уровень образования: Выпускная квалификационная работа магистратура Направление 45.04.02 «Лингвистика» Основная образовательная программа ВМ.5622. «Русский язык и русская культура в аспекте русского языка как иностранного» Профиль «Русский язык как иностранный Санкт-Петербургский государственный университет.
12. Ковшова М.Л. (2019). Языковая картина мира «в лицах». Антропонимы в русских паремиях и идиомах Универсальное и национальное в языковой картине мира : сб. науч. ст. по итогам IV Междунар. науч. конф., Минск, 24-26 окт, в 2 т. Т. 1. –МГЛУ, – С. 67-77.
13. Кульпеисова, Т. С. (2018). Паремиологическая картина мира - знаковые фрагменты языковой картины мира. Актуальные проблемы современности. №4(22). – С.174–178.
14. Маслова, В. А. (2001). Лингвокультурология: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. Академия.
15. Мокиенко, В.М., Никитина, Т.Г., Николаева Е.К. (2010). Большой словарь русских пословиц. Издательство «Олма Медиа Групп»
16. Натхо, О. И. (2017). Паремии в англоязычном научно-популярном деловом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук/ Пятигорск.
17. Пермяков, Г. Л. (1988). Основы структурной паремиологии. Наука.

18. Ожегов С. И. (1987). Толковый словарь русского языка /Под ред. Л.И. Скворцова. 26-е изд., испр. Ониска.
19. Подюков И.А., Свалова, Е.Н. (2019). Паремия в русских народных говорах прикамья : семантика и прагматика Санкт Петербург Мататов
20. Постовалова В.И. (1988). Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Отв. ред. Б.А Серебренников. – Наука.
21. Романюк, М. Ю. (2013). Концепты «любовь», «дом», «семья» в паремиях русского, английского и немецкого языков монография / Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ.
22. Селиванов, Ф. М. Кирдан, В. Аникин, В. (1988). Русские пословицы и поговорки / Ф. М.: Худож. лит.
23. Семененко, Н. Н. (2012). Когнитивно-прагматическая парадигма паремиологической семантики: на материале русского языка: дис д-ра филол наук. Белгородский государственный университет. – Белгород, 2012. – 417 с.
24. Тарланов, З. К. (1970). Синтаксис русских пословиц: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ленинград. гос. ун-т.
25. Телия, В. Н. Я (1988). Язык и картина мира Наука, 1998.
26. Токарев, Г.В. (2009). Лингвокультурология Учеб. пособие Тулла издательство ТГПУ им. Л.Н. Толстого.
27. Яковлева, Е. С. (1999). О понятии «культурная память» в применении к семантике слова / Е. С. Яковлева // ВЯ.- № 3.
28. Фалоджу Дж.О (2016). “Лингвокультурное описание русских паремий и паремии йоруба”. Вестник Ивановского государственного университета ст 61- 67.
29. Федеров, А.И. (2008). Фразеологический словарь русского литературного языка. Астрель .

30. Adeeko, A. (1988) *Proverbs, Textuality and Nativism in African Literature*. Gainesville, FL: University Press of Florida
31. Falolu, J.O. & Oyewale S.A. (2020) “The Depiction of Animal Behavioural Patterns in Selected Russian and Yorùbá Proverbs and Sayings” *Lagos Review of English Studies*. Department of English University of Lagos 19, (2), pp. 1-20
32. Mieder, W. *Proverbs (2004): A Handbook*. Westport, Connecticut: Greenwood Press.

Osoba, J.B. (2014) The Nature, Form and Functions of Yoruba Proverbs: A Socio-Pragmatic Perspective *Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)* 19, (2), Ver. IV pp.