

УДК 801.37

ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА В ПАРЕМИЯХ МЕКСИКАНСКОГО ИСПАНСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

© Лилия Самигуллина-Касерта

REFLECTING THE NATIONAL CHARACTER IN THE PAROEMIAS OF THE MEXICAN SPANISH AND AMERICAN ENGLISH LANGUAGES

Lilia Samigullina-Caserta

The article investigates the originality of national characters of American and Mexican nations. The analysis of the language – proverbs in Mexican Spanish and American English, allows us to determine the unique worldview of each nation. The influence of economic, political, historical, and religious systems of each country is manifested in speech as set phrases. The purpose of our research is to compare the stereotypes of each nation's behavior through proverbs and to find unique interpretations of national worldviews and national life philosophies as stable, repetitive models of behavior. We study the language not only as a tool of communication, but also as a unique cultural code of the nation. Set phrases – paroemia – illustrate the national consciousness of the people. The comparative analysis of Mexican and American proverbs demonstrates the unique national character and culture of each nation, despite their geographical proximity and economic ties. This uniqueness is affected not only by unstable philosophical elements like economy and political systems, but also by such stable and slowly changing elements like religion and national history of each country. In conclusion, the research demonstrates the necessity of studying proverbs for effective international communication and successful cooperation in the modern global world.

Keywords: paroemia, stereotypical figures of speech, national mentality, national worldview, national character.

В статье рассматривается вопрос о языковых способах отражения национального характера мексиканского и американского народов. Анализ паремиологического материала на мексиканском испанском и американском английском языках позволяет проследить уникальность мировосприятия каждой нации. Влияние экономической, политической, исторической и религиозной систем каждой страны наиболее ярко отражается в устойчивых языковых единицах. Цель статьи – рассмотреть речевые стереотипы поведения каждой нации посредством анализа паремиологического материала с последующим выявлением элементов национального мировоззрения и национального характера как повторяющихся моделей поведения. Мы рассматриваем язык не просто как средство коммуникации, но и как своеобразный культурный код нации. Устойчивые языковые выражения – паремии – иллюстрируют национальное самосознание народа. Сопоставительный анализ мексиканских и американских паремий демонстрирует тот факт, что, несмотря на географическое соседство и экономическую связь, национальное мировоззрение двух народов значительно отличается. Уникальность национального характера и культуры основывается не только на непостоянных и быстроменяющихся политике и экономике современного общества, но и на устойчивой исторической основе и религиозной философии каждой нации. Таким образом, исследование демонстрирует актуальность изучения языкового материала для успешной международной коммуникации и эффективного сотрудничества в современном глобальном мире.

Ключевые слова: паремия, речевой стереотип, менталитет нации, мировосприятие, национальный характер.

Одним из основных элементов национальности является родной язык. В языке мы выражаем наши идеи, мировосприятие, наше сознание. Известный ученый А. А. Потебня характеризует язык как «дух народа» [Потебня, с. 100]. В со-

временной лингвистике язык понимается как своеобразный код нации, а не просто как средство коммуникации. Каждый народ приобретает знания и опыт в труде, наблюдениях за природой, окружающей средой и человеческими вза-

имоотношениями. Каждая нация создавала свой уникальный исторический и культурный фонд, словесным отражением которого стали устойчивые выражения, изречения, пословицы, паремии. Именно в паремиях словесно отражен и закреплён многовековой социально-исторический опыт того или иного народа. По утверждению В. П. Аникина, не всякое «изречение становилось пословицей, только такое, которое согласовывалось с образом жизни и мыслями множества людей – такое изречение могло существовать тысячелетия, переходя из века в век. За каждой пословицей стоит авторитет поколений, их создавших. Поэтому пословицы не спорят, не доказывают – они утверждают что-либо в уверенности, что все ими сказанное – твердая истина» [Аникин, с. 6]. Через паремии, короткие языковые афоризмы отражаются вся многогранная жизнь народа, все сферы деятельности и бытия. Пословицы – это сгусток трудового, нравственного и эстетического опыта народа, правила, регулирующие поведение индивидуума в различных социальных ситуациях. Национальное своеобразие паремий выражается в уникальном для каждой нации мировосприятии, взгляде на действительность, мир, в особой, исторически складывающейся системе ценностей. Именно паремии иллюстрируют своеобразный образ мыслей народа, позволяют приблизиться к пониманию национального характера. Через паремии, которые в краткой формулировке аккумулируют жизненный опыт и наблюдения, можно проследить развитие социально-исторической и житейско-бытовой картины общества. Таким образом, изучение паремий помогает в процессе международной коммуникации, сближает собеседников через уникальные выражения, характерные для носителей того или иного языка. Исследователь М. А. Серегина утверждает, что научный интерес современной лингвистики сместился с вопросов внутренней организации языка на внешние аспекты языкового функционирования [Серегина, 2011, с. 300]. Сегодня в международном сообществе большое внимание уделяется эффективному общению; знание и употребление паремий играет в процессе коммуникации роль внутренней иллюстрации речи и ситуации. Например, американская паремия *He that steal a pin will steal a pound* – ‘*Тот, кто украдет булавку, украдет и фунт*’ (Здесь и далее перевод наш – Л. С.) отражает бизнес-модель американского общества, где честность рассматривается как главный критерий характера в любом деле, начиная с профессиональной деятельности до внутреннего, домашнего обихода. Таким образом, создается национальный социо-

культурный стереотип американца, носителя так называемого обобщенного *я-образа*.

Понятие «стереотип» было введено американским журналистом У. Липпманом [Lippmann, с. 80] для обозначения устойчивых стандартизированных представлений, мнений и эталонов поведения. Изучением стереотипов занимается не только языковедение, но и социология, этнография, психология. Хотелось бы отметить таких ученых, как И. С. Кон, Ю. А. Сорокин, Ю. Е. Прохоров, Ю. Д. Апресян, С. Т. Леонтович, которые исследовали феномен «стереотип» в различных сферах науки. Ученые выделяют в стереотипе те свойства, которые им интересны с позиции собственной области исследования, поэтому в процессе такого изучения выделяются социальные стереотипы, стереотипы общения, ментальные, культурные, этнокультурные стереотипы и т. д. Например, социальные стереотипы проявляются как стандартизированные модели поведения и мышления. Этнокультурные стереотипы – это обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих какой-либо народ: например, *русская загадочная душа, немецкая педантичность, итальянский темперамент*. О. А. Леонтович определяет «стереотип» как многократно повторенный и фиксированный в сознании образ, который в силу своей устойчивости плохо поддается модификации и становится своеобразным «кривым зеркалом», в котором в размытом или искаженном виде отражаются представители различных групп [Леонтович, с. 256].

Речевые стереотипы поведения – это речевое выражение устойчивого типизированного представления, которое предписывает способ привычного отношения к явлениям окружающей действительности или оценки такого явления коллективным опытом носителей языка. Такое речевое выражение заключено в паремиях, которые иллюстрируют подобные устойчивые модели поведения. Например, мексиканская паремия *Cuchillo de palo no corta pero mayuga* – ‘*Деревянный нож не разрежет, а поранит*’ [Glazer, с. 68] в контексте подразумевает надоедливое поведение, нескончаемые звонки, вопросы и раздражение, которые возникают у реципиента как результат подобного поведения. Американская паремия *Quick decision may speed you into disaster* – ‘*Скоропалительное решение может привести к катастрофе*’ [Mieder, с. 141] имеет оценочный характер и грамматическую форму рекомендации, иллюстрирует общепринятую модель поведения американцев, является примером языкового выражения стереотипа поведения – это обязательное следование инструкции, выполнение существующих правил и законов. Исследователь

М. А. Серегина утверждает, что речевые стереотипы поведения национальны, так как в их основе лежит представление о том, как «следует оценивать мир и вести себя в нем, сформированное мифологическими и религиозными моделями, но сохраняющее определенную актуальность и в современности» [Серегина, 2012, с.182].

Универсальные философские категории *добро* и *зло*, являющиеся фундаментальными общечеловеческими понятиями этики, присутствуют во всех языках и тем самым иллюстрируют схожесть мировоззрения и мировосприятия у различных народов и доказывают возможность успешной коммуникации между народами через похожую систему жизненных ценностей. Например, американская поговорка *There no place like home – ‘Нет лучше места, что дом’* [Mieder, с. 306] иллюстрирует патриотизм и любовь к родине, в русском языке мы находим соответствующую поговорку: *Свой дом – лучшее место* [Аникин, с. 6]. На примере этих языковых свидетельств мы можем сделать вывод о схожем отношении американцев и россиян к ценности своего дома, семьи. С другой стороны, рассматривая поговорки о доме в мексиканском языке, мы находим совсем другое выражение концепта «дом» – *casa*. Поговорка *Mi casa es su casa – ‘Мой дом это и твой дом’* понимается не только как пример открытости и гостеприимства, но и объясняет систему семейных отношений в мексиканском обществе, где понятие «семья» распространяется не только на родных и родственников, но также включает близких друзей. В приведенных выше примерах подчеркивается универсальный характер поговорок, при этом надо отметить одно существенное обстоятельство – формирование национальной системы ценностей, которое находится в прямой зависимости от исторической, политической и экономической систем каждого народа.

Американские поговорки: *Speak softly and carry big stick – ‘Говори мягко, но при себе держи увесистую палку’*, *A bold attack is a half the battle – ‘Внезапная атака – это половина битвы’* [Mieder, с. 60] отражают американскую культуру и философию жизни. В языке отражается идея позитивного мировосприятия, активного отношения к действительности. Одной из самых популярных американских пословиц, отражающей национальный характер, является следующая: *Where is a will there is a way. – ‘Там, где есть желание, есть и возможность’* [Mieder, с. 655].

Позитивное американское мировосприятие представлено в поговорках, которые мы можем объединить в тематическую группу «Я все могу» – «*can-do*». Поговорки данной группы иллюстрируют общепринятое американское отношение к

жизни, где нет пределов желанию, возможно все при наличии способностей и активной работы. Анализ поговорок, содержащих модальные глаголы *могу* – *can*, позволяет выявить эту уникальную национальную специфику.

Анализ 100 поговорок из словаря В. Мидера «A Dictionary of American Proverbs» [Mieder] показал, что в поговорках используются положительная *can* и отрицательные *can't, cannot* грамматические формы глагола.

1 группа – *I can, we can, he can, they can* («я могу, мы можем, он может, они могут») – характеризует глагол воли и желания *могу* как силу, ресурс в ассоциации с силой характера, где ментальная уверенность в собственной силе отражается в действии:

He can who thinks he can. – ‘Тот может, кто думает, что он может’.

They can because they think they can. – ‘Они могут, потому что они думают, что могут’.

Get what you can, and what you get, hold; til the stone that will turn all your lead into gold. – ‘Ты получишь, что можешь, и, что получишь, храни; пока твой камень не превратится в золото благодаря твоей инициативе’ [Mieder, с. 81].

2 группа – *can't, cannot* («не могу») – интерпретирует глагол воли и желания как недостаток, слабость, лень, поражение в ассоциации с персональной ответственностью, где значение «не могу» связано с бедностью и самообманом:

Bury can't and you will find will. – ‘Похорони не могу и ты найдешь возможность’.

Can't died in the cornfield. – ‘Не могу умерло на кукурузном поле’.

Can't died in a poor house. – ‘Не могу умерло в приюте для бедных’.

Can't is a liar. – ‘Не могу – это лжец (обманщик)’.

Can't is a sluggard, too lazy to work. – ‘Не могу – это бездельник, ленившийся работать’.

Can't is un-American. – ‘Не могу – это не американец’.

'Can't was a coward. – ‘Не могу – это трус’ [Там же].

Интересен тот факт, что по частотности употребления в языке явно преобладают поговорки второй группы, которые используются в воспитательных целях в речи как иллюстрация рабочей дисциплины и силы характера.

Позитивизм американского характера определяется и религиозной философией протестантизма. Исторически первыми колонистами были реформисты, которые покидали родные страны в поисках лучшей жизни, свободы; люди, не боявшиеся трудностей, оптимисты. Анализ употребления лексемы *Бог* – *God* на материале 100 поговорок

мий из словаря В. Мидера иллюстрирует тесную семантическую связь лексем *Бог* и *личная инициатива*. Мы можем выделить три различные по своей наполняемости семантические группы в данной категории:

1 группа: Бог-помощник, поддержка человеческой инициативе. Глаголы в паремии иллюстрируют позитивную оценку взаимоотношений «Бог и человек»:

God helps those who help themselves. – ‘**Бог помогает** тем, кто сам себе помогает’.

God aids him who changes. – ‘**Бог поддерживает** того, кто готов к переменам’.

God loves the cheerful giver. – ‘**Бог любит** того, кто дарит весело, с радостью’.

Pray to God, but keep hammering. – ‘**Богу** молись, но молотком работай’.

Trust to God and do something. – ‘Надейся на **Бога** и делай что-нибудь’ [Mieder, с. 254–255].

2 группа: Бог – это высшая сила, предвидящая то, что неведомо и непостижимо человеку. Подобные паремии чаще всего имеют грамматическую структуру законченного предложения:

God builds a nest for the blind bird. – ‘**Бог** строит гнездо для слепой птицы’.

God fits the back to its burden. – ‘**Бог** дает ношу по спине’.

God is always opening his hand. – ‘**Бог** всегда протягивает руку’.

God puts food into clean hands. – ‘**Бог** подает чистые руки’ [Там же, с. 255].

3 группа: Бог и человек – две части одного мира. Паремии этой группы демонстрируют важность признания высшей божественной силы и выражения благодарности Богу:

God made the country, but man made the town. – ‘**Бог** строит страну, а человек строит город’.

God restores health, but the physician gets the thanks. – ‘**Бог** восстанавливает здоровье, а доктор получает благодарность’.

Look out for others and **God** will look out for you. – ‘Помогай другим, и **Бог** поможет тебе’.

Man proposes, **God** disposes. – ‘Человек предполагает, Бог располагает’.

One with **God** is a majority. – ‘Один с **Богом** уже большинство’ [Там же].

В этих примерах мы видим не только трактовку образа Бога как истины, высшей силы, но и признание самостоятельности и личной ответственности в процессе устройства собственной жизни, собственного благополучия. Подобное мировосприятие, основанное на жизненной реальности и работе, инициативе и практическом рационализме, мы находим в современных паремиях XX века: *If life hands (gives, throws) you scraps, make a quilt*. – ‘Если жизнь тебе дает об-

резки, шей одеяло’; *If life gives you lemons, make a lemonade*. – ‘Если жизнь дает одни лимоны, сделай лимонад’; *There are no problems, only opportunities (challenges)*. – ‘Это не проблемы, а возможности’ [Mieder, с. 373]. Таким образом, американские паремии иллюстрируют национальный характер граждан Соединённых Штатов Америки следующим образом: позитивное мировосприятие; традиционная система ценностей, основанная на рационализме, труде, самодостаточности и вере в отсутствие пределов роста и благосостояния; глубокая уверенность в собственной силе и безопасности будущего.

Мексика является одной из соседствующих с США страной. Мексиканская жизненная философия и система ценностей глубоко отличаются от американской. Мексиканцы относятся к быстро меняющейся жизни с иронией и терпением. Паремия *Al mal tiempo buena cara* – ‘Сохраний хорошее лицо при плохой погоде’ [Glazer, с. 286], иллюстрирующая мексиканскую жизненную философию, часто употребляется в качестве выражения надежды и оптимизма, несмотря на трудности и неблагоприятные обстоятельства. Для определения национального мексиканского характера мы должны проанализировать историческую, экономическую, политическую стороны социума.

Политическая нестабильность и ограниченные экономические возможности отражаются в языковой системе Мексики через следующие паремии: *Quien to lo quiere, todo lo pierde*. – ‘Тот кто много хочет, все теряет’; *Lo prometido es deuda*. – ‘Что обещано, не гарантировано’. [Там же, с. 259]. Мексиканские паремии рекомендуют ограничивать личные амбиции, подчеркивают опасность инициативы. Паремия *La ocasión hace al ladrón* – ‘Возможность поощряет воровство’ [Там же, с. 169] приравнивает возможность к воровству. Паремия *Anda tu camino sin ayuda de vecino* – ‘Иди своей дорогой без помощи близких’ [Там же, с.308] подчеркивает важность собственного пути без помощи других.

Таким образом, данные паремии создают образ мексиканского общества, где каждый понимает свое положение в социальной структуре и живет в соответствии со своими возможностями.

С другой стороны, подчеркивается важность терпения, спокойного ритма жизни, удовлетворения от небольших радостей. Например, паремия *La paciencia todo lo alcanza* – ‘Терпение достигает всего’ [Там же, с. 222] иллюстрирует значение такого качества, как терпение. Уникальную интерпретацию в мексиканских паремиях получил концепт «время – работа». Исследование языкового материала показало, что ра-

бота и время воспринимаются не как самая важная часть бытия, а лишь дополнение к жизни. Паремии *No hagas hoy lo que puedes hacer mañana* – ‘Не делай сегодня того, что можно сделать завтра’; *Hay más tiempo que vida* – ‘Время важнее жизни’; *Dar tiempo al tiempo* – ‘Дай времени время’; *El tiempo es oro* – ‘Время – это золото’ [Там же, с. 286] иллюстрируют понимание времени как константы, как важного элемента жизни в мексиканской системе ценностей. Популярным ответом мексиканца на вопрос о незавершенной работе является *mañana* – ‘завтра’. В мировосприятии мексиканцев ценность жизни состоит не в заработке, как у американцев, а в возможности довольствоваться минимальными удовольствиями без большой нагрузки: *Come y bebe, la vida es breve. – Ешь и пей, потому что жизнь коротка*’ [Там же, с. 59]. Это не говорит о лени или нежелании трудиться, а иллюстрирует жизненную философию экономически нестабильного общества, где невозможно предугадать кризис, повышение цен и девальвацию песо, поэтому мексиканцы ценят небольшие радости и с благодарностью довольствуются малым.

Исторически сложившаяся агрокультурная страна Мексика и сегодня активно развивает животноводство и овощно-фруктовый бизнес, эти отрасли приносят второй по величине вклад в экономику страны после туризма. Многие мексиканские паремии отражают важную роль агрокультуры в национальной системе ценностей. Образы домашних животных: кур, ослов, лошадей – часто используются в паремиях как метафоры. Например, паремия *Caballo, mujer, y escopate a nadie se prestan* – ‘Лошадь, жену и ружье не одалживай никому’ [Там же, с. 39] перечисляет самые важные атрибуты имущества мексиканца. Паремия *Amarren sus gallinas, que mi gallo anda suelo* – ‘Присматривайте за своими курицами, мой петух вышел на улицу’ [Там же, с. 139] используется как совет и иллюстрирует мужское поведение по отношению к молодым девушкам. Часто употребляются в паремиях образы осла – ‘el burro’ и лошади – ‘el caballo’. Например, паремия *Otra vez, el burro al maíz* – ‘Опять осел лезет в кукурузу’ [Там же, с. 34] является иллюстрацией результата повторных ошибок или оценкой упрямству. Паремия *Al burro dado co se le busca colmillo* – ‘Подаренному ослу в рот не смотрят’ [Там же, с. 38] отражает народную мораль и подчеркивает важность выражения благодарности. Похожая паремия также использует лошадь как метафору: *A caballo regalado no se mira el diente* – ‘Подаренной лошади в зубы не смотрят’ [Там же, с. 34], в той же интерпретации. Паремия воспитательного ха-

рактера *Al caballo lo puedes llevar al agua, pero no lo puedes hacer tomar* – ‘Можно подвести лошадь к воде, но нельзя заставить пить’ [Там же, с. 39] используется для иллюстрации невозможности научить человека (ребенка) чему-либо при отсутствии мотивации у самого учащегося. Популярность образов осла и лошади в мексиканском языке обусловлена социальной реальностью: лошадь и осел являются самими популярными животными в агрокультуре Мексики.

В мексиканском мировоззрении важное место занимает католическая религия, которая в своей основе пропагандирует философию высшей воли, предназначенной судьбы, терпения и смирения. Паремия *Dios es muy grande* – ‘Бог велик’ [Там же, с. 86] является одной из наиболее используемых выражений в ежедневной речи. Проведенное исследование на материале словаря «A Dictionary of Mexican American Proverbs» М. Глайзера [Glazer] позволяет выделить два типа интерпретации фрейма «Бог» – «Dios».

1 группа: Бог – абсолютная истина. Паремии этой группы иллюстрируют предназначенность судьбы, предопределенность доли каждого, невозможность изменить собственную жизнь:

Al que Dios le a de dar, por la puerta le a de entrar. – ‘Кому Бог дает, тому все двери открыты’.

Al que Dios le quiera dar, por detras le ha de entrar. – ‘С Божьей волей он войдет в любую дверь’.

Lo que Dios no quiere, santos no pueden. – ‘Если Бог не хочет, то святые не помогут’.

Dios escribe derecho en renglones torcidos. – ‘Бог пишет прямо на кривых линиях’.

El hombre propone y Dios dispone. – ‘Человек предполагает, а Бог располагает’. [Glazer, с. 86–89].

2 группа: Бог – поддержка, Бог справедлив, он дает человеку испытание по силам:

A cada quien Dios le da lo que El cree que le conviene. – ‘Бог дает каждому только то, что считает правильным (необходимым)’.

Dios no cumple antojos ni endereza jorobados. – ‘Бог не выпрямляет горбатых и не исполняет капризов’.

Dios dice: “Ayudate, que you te ayudare”. – ‘Бог говорит: «Помогай себе, и я тебе помогу»’.

Al que se ayuda, Dios le ayuda. – ‘Тот, кто сам себе помогает, тому помогает Бог’.

Así como manda Dios el pesar manda el consuelo. – ‘Бог посылает горе, и он же посылает утешение’.

Dios aprieta pero no ahorca. – ‘Бог сжимает, но не душит’. [Glazer, с. 85–88].

Уникальным явлением в современном мексиканском обществе являются англоязычные паремии, которые возникают как результат билингвизма XXI века. Современная англоязычная паремия XXI века *So far from God, and so close to the United States* – ‘Так далеко от Бога и так близко к Соединенным Штатам’ [Cantu, с. 183], возникшая в Мексике, отличается в своей интерпретации фрейма «Бог» от традиционного исторического фатализма и близка к американскому пониманию своей судьбы как результата собственной инициативы, а не высшей воли.

Изучение мексиканских паремий позволяет определить национальный характер мексиканцев как ироничный по отношению к политике, реалистичный при оценке собственных возможностей и признании существующей социальной иерархии, глубоко связанной с агрокультурой.

Образный язык паремий выступает как кодированное сообщение, национальные культуры создали стереотип национального характера, который соответствует нормам поведения и правилам социального бытия. Исследователи Р. Р. Замалетдинов, Г. Ф. Замалетдинова так определяют роль пословиц: «... через пословицы происходит своеобразный язык, диалог поколений, мы становимся собеседниками и единомышленниками наших далеких предков, а они – нашими современниками... с помощью пословиц можно проникнуть в образ мыслей другого народа, понять своеобразие его мышления, понять его характер» [Замалетдинов, Замалетдинова, с. 49].

Мексиканский ученый Тони Канту в статье «My Way of Talking» описывает различия американского и мексиканского мировосприятия: «...разница между американскими и мексиканскими идиоматическими выражениями определяется разницей в жизненной философии с момента рождения. Америка – страна, где дети растут с идеей, что их мечты достижимы, мексиканские дети с рождения понимают свои ограниченные возможности и знают свое место» [Cantu, с. 182].

Таким образом, мы видим, что американские паремии отражают свободу и оптимизм как ключевые характеристики национального характера, а мексиканские паремии используют иронию для иллюстрации определенной экономической и политической нестабильности, мировосприятие мексиканцев характеризуется терпимостью, пассивностью, признанием судьбы и доли и тесной связью с агрокультурой.

Несмотря на географическое соседство и активные экономические связи, мировосприятие народов Соединенных Штатов Америки и Мексики остается независимым и уникальным, что и

отражают паремии двух языков. Однако мы видим необходимость изучения и использования паремий для эффективного международного сотрудничества и понимания социально-бытовой и исторической сфер общества. Процесс глобализации и активное взаимодействие разнообразных национальных культур стимулируют изучение идиоматических выражений, паремий для понимания особенностей языкового сознания разных народов, национального характера.

Список литературы

Аникин В. Н. Искусство слова в пословицах и поговорках // Словарь русских пословиц и поговорок. М.: Рус. Яз., 2002. 535 с.

Замалетдинов Р. Р., Замалетдинова Г. Ф. Язык – культурный код нации и ключ к культуре всего человечества // Вестник ТГГПУ. 2012. №2 С. 49–53.

Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения // Монография. М.: Гнозис, 2005. 256с.

Потебня А. А. Из лекций по теории словесности. Басня. Пословица. Поговорка // Монография. М.: Кранд, 2012. 172 с.

Серегина М. А. Паремииологическая классификация // Гуманитарные и социальные науки. Ростов-на-Дону. 2012. 182 с.

Серегина М. А. Паремии в дискурсе речевого воздействия // Вестник ЧГПУ. 2011. №11. С. 303–308.

Cantu T. My way of talking // World and I. Vol.17(9), 2002. 182 p.

Lippmann W. Public opinion // MacMillan. N.Y. 1922. С.79–94.

Mieder W. Dictionary of American Proverbs // Oxford University Press. N.Y., 1992. 656 с.

Glazer M. A Dictionary of Mexican American Proverbs // Greenwood Press. 1987. 347 p.

References

Anikin, V. N. (2002). *Iskusstvo slova v posloviatsakh i pogovorkakh*. Slovar' russkikh posloviats i pogovorok [The Art of the Word in Proverbs and Sayings. Dictionary of Russian Proverbs and Sayings]. 535 p. Moscow, Rus. Iaz. (In Russian)

Cantu, T. (2002). *My Way of Talking*. World and I, Vol. 17(9), 182 p. (In English)

Glazer, M. (1987). *A Dictionary of Mexican American Proverbs*. 376 p. New York, Greenwood. (In English)

Leontovich, O. A. (2005). *Russkie i amerikantsy: paradoksy mezhkulturnogo obscheniia* [Russians and Americans: Paradoxes of Intercultural Communication]. Monografiia. 256 p. Moscow, Gnozis. (In Russian)

Lippmann, W. (1922) *Public Opinion*. 427 p. New York, MacMillan. (In English)

Mieder, W. (1992). *Dictionary of American Proverbs*. 656 p. New York. Oxford University Press. (In English)

Potebnya, A. A. (2012). *Iz lektsii po teorii slovesnosti. Basnja. Posloviatsa. Pogovorka* [From Lectures on the Theory of Literature. Fables. Proverbs. Say-

ings]. Monografiia. 172 p. Moscow, Krasand. (In Russian)

Seregina, M. A. (2012). *Paremiologicheskaia klassifikatsiia* [Paremiological Classification]. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, No 6, pp.182–192. Rostov-na-Donu. (In Russian)

Seregina, M. A. (2011). *Premii v diskurse rechevogo vozdeistviia* [Paroemias in the Speech Influence

Discourse]. *Vestnik CSPU*, No 11, pp. 300–308. (In Russian)

Zamaletdinov, R. R., Zamaletdinova, G. F. (2012). *Iazyk – kulturnyi kod natsii i kliuch k kulture vsego chelovechestva* [Language as a Cultural Code of the Nation and a Key to the Culture of the Whole Mankind]. *Vestnik TGGPU*, No 2, pp. 49–53. (In Russian)

The article was submitted on 06.07.2017
Поступила в редакцию 06.07.2017

Самигуллина-Касерта Лилия Фидарисовна,
старший преподаватель,
Государственный университет им. Ферриса,
820 кампус драйв, Биг Рапидс,
штат Мичиган, США 49307.
casertal@ferris.edu

Samigullina-Caserta Lilia Fidarisovna,
Adjunct Professor,
Ferris State University,
829 Campus drive, Big Rapids,
MI 49307, USA.
casertal@ferris.edu