

5. Гаревой, Г. Русский язык, 21-й век: новые заимствованные слова [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <<http://gab-garevoi.narod.ru/>>. – Дата доступа: 10.02.2015.

Социокультурный концепт «семья» в русских и английских пословицах

*Шурашов А. С., студ. II к. БГЭУ,
науч. рук. Новосельцева И. И., канд. филол. наук, доц.*

Язык рассматривается в современной лингвистике не только как инструмент коммуникации, но и как механизм, способствующий накоплению, сохранению и трансляции культурно значимой для ее носителей информации. Рассмотрению вопросов взаимодействия языка и культуры, разработке концептов посвящены труды Вильгельма фон Гумбольдта, Б. Л. Уорфа, А. М. Хайдеггера, А. А. Потебни, В. М. Телии, Н. И. Толстого, В. А. Масловой, В. А. Карпова и других зарубежных и отечественных ученых. Язык, по словам В. А. Масловой, является условием, основой и продуктом культуры, выразителем особой национальной ментальности [2, с. 8]. Концепт – понятие, содержательная единица памяти, ментального лексикона, языка мозга... всей картины мира, отраженной в человеческой психике [1, с. 90].

Особую роль в создании языковой картины мира играют пословицы, в которых отчетливо виден срез «этнос – общество – язык – культура». Чаще всего под пословицей понимают краткое, устойчивое изречение назидательного характера, в котором зафиксирован опыт народа. О важности для русского и английского народов семьи как исторически конкретной системы взаимоотношений между супругами, родителями и детьми говорит большое количество пословиц. Для сравнительного анализа использован фактический материал изданий: Англо-русский словарь (В. Мюллер, Москва, 2000) и «Пословицы русского народа» (В. И. Даль, Москва, 1997), что позволило рассмотреть гендерные фольклорные стереотипы и определить универсальность и своеобразие значимых для данных культур концептов ценностных приоритетов.

На Руси замужество считалось тяжелой долей: девушка теряла личную свободу, становилась зависимой от мужа и его родни. Несмотря на это, выйти замуж являлось мечтой каждой девушки: *бабы каются, а девки замуж собираются*. Поспешность в женитьбе осуждалась: *не кайся, рано вставши, кайся, рано женившись; бери, чтоб не каяться, жить в любви да не маяться*. В английской культуре женитьба – «хомут» для мужчины. Менять свой

социальный статус он может лишь в том случае, если способен самостоятельно содержать семью: *First thrive and then wife* (*Сперва преуспевай, а потом и женись*).

Эволюция семьи, ее национальные особенности тесно связаны с историей развития общества в целом. В русской культуре прочно закрепились стереотипы, согласно которым женщине присущи многие пороки, приписывается связь с темными силами: *баба да бес – один у них вес*. Отношение к женщине чаще всего характеризуют лексемы с ярко выраженной негативной оценкой: *кураца не птица – баба не человек; вино пей, жену бей, ничего не бойся!* Подобное отношение к женщине обусловлено тем, что с возникновением патриархальной семьи и написанием «Домостроя» (семейного кодекса XVI века) мужчина стал безраздельно властвовать. Со временем отношение к женщине-жене изменилось: в пословицах она преподносится как трудолюбивая хозяйка и хранительница домашнего очага: *без мужа голова не покрыта, а без жены дом не крыт*. Однако по-прежнему от жены требовалась покорность и подчинение мужу: *мое дело сторона, а муж мой прав; бабе дорога от печи до порога*. В английских пословицах суждения о женщине-жене чаще всего положительные либо нейтральные, а семья почитается как Божий дар, высшая ценность в жизни человека: *The family is one of nature's masterpieces* (*семья – один из шедевров природы*); *You don't choose your family. They are God's gift to you* (*вы не выбираете семью. Это ваш подарок от Бога*); *My house is my castle* (*мой дом – моя крепость*).

В русских и английских пословицах передается социальный образ жены как друга и помощницы мужа: *хозяйкою дом стоит – Men make houses, women make homes* (*мужчины делают дома, а женщины – семейный уют*); *жена мужем красна – A good Jack makes a good Jill* (*хороший Джек делает хорошей Джил*). Особое место русским народом отводится роли женщины-матери: *мать кормит детей, как земля людей; без отца – полсироты, без матери – вся сирота*. В английских пословицах часто подчеркивается роль именно отца: *It is not flesh and blood but the heart which makes us fathers and sons* (*не плоть и кровь, но сердце делает нас отцами и сыновьями*). Значимость роли отца в семье связана с тем, что вся традиционная западная (и не только) культура является маскулиноцентричной, а само понятие «человек» ассоциируется у целого ряда народов только с мужчиной: *a man* [2, с. 124].

Проведенный лингвокультурный анализ позволяет сделать вывод, что сходство между русскими и английскими пословицами о семье наблюдается в фундаментальных ценностях: *человек без детей, что дерево без плодов – He that has no children knows not what love is* (*у кого детей нет, тот не знает, что такое любовь*). Различия касаются плана выражения, степени актуальности для данных культур. Образ женщины в семейных традициях

народов занимает особое место и освещается в разных социальных ролях (девушка-невеста, женщина, женщина-жена, женщина-мать). Таким образом, социокультурный концепт «семья» занимает важное место в жизни русского и английского этносов, что и нашло свое выражение в пословицах, отражающих особенности национального характера и морально-этические ценности носителей определенного культурного кода.

Литература

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Под ред. Кубряковой Е. М. – Москва: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
2. Маслова, В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – Москва: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.

Неологизмы как следствие глобализации в языке

*Щурко К. М., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Артемова О. А., канд. филол. наук, доц.*

В связи с современным прогрессом науки и техники и сопутствующими политическими, социально-экономическими изменениями в жизни общества лексика языка постоянно видоизменяется посредством обновления словарного запаса [1]. Основным источником пополнения и обновления словарного запаса является не заимствование, а образование новых лексических единиц на базе родного языка путем использования разных способов словообразования с целью обозначения новых явлений действительности, предметов или понятий. Такие лексемы называются **неологизмами** (от греч. *neos* – новый и *logos* – слово). Однако слово остается неологизмом до тех пор, пока носители языка ощущают в нем новизну.

Под влиянием таких значимых факторов, как компьютеризация, информатизация, глобализация новых слов, возникает их бесчисленное множество, они включаются в активный словарный состав языка и пополняют запас общеупотребительных слов. Так, в 2013 г. словом года, по версии Оксфордского словаря английского языка, стал неологизм *selfie* ‘фотография себя, которую пользователь делает самостоятельно при помощи смартфона и выкладывает ее в социальные сети’ [2]. Зачастую появлению и распространению неологизма содействуют стратегии для продвижения продукта на рынке. Так, например в 2014 г., по версии редакции Оксфордского