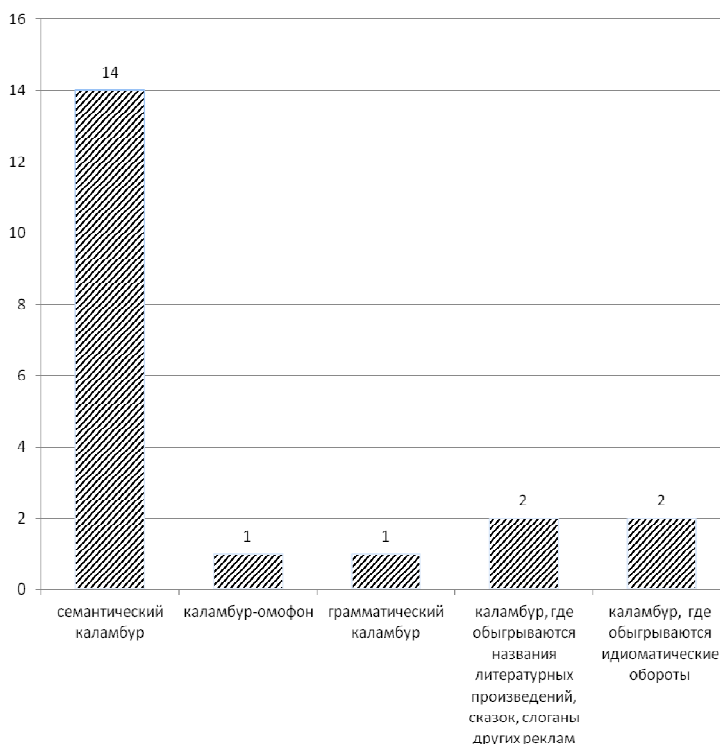


рести благозвучие, тем самым придавая ей оригинальность. Такие рекламы чаще всего хорошо запоминаются и вертятся на языке. Такой же функцией обладают и грамматические каламбуры. Однако рекламодатели не часто их используют, так как слоган, в котором содержится каламбур-омофон, нужно воспринимать визуально, а рекламу чаще всего слушают.

Каламбур в коммерческой телевизионной рекламе



ЛИТЕРАТУРА

1. Ромат, Е.В. Реклама : учебник для вузов / Е.В. Ромат. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – С. 7-8.
2. Колесов, Д. Как люди смотрят телевизор? Что меняется? / Д. Колесов // Полезные публикации // Технология продажи ТВ рекламы по GPR [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.grp.ru/articles/articles.php?nid=72>. – Дата доступа: 23. 02.2015.
3. Ягодкина, М.В. Реклама в коммуникационном процессе : учеб. пособие / М.В. Ягодкина. – СПб. : Питер, 2014. – 304 с.
4. Leggo my Eggo // Urban Dictionary [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://ru.urbandictionary.com/define.php?term=Leggo+my+eggo>. – Дата доступа: 10. 04. 2015.
5. Youtube [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://www.youtube.com>. – Дата доступа: 02.02.2015.

УДК 811.161.3

РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ КАНЦЭПТАЎ «МУЖЧЫНА» І «ЖАНЧЫНА» Ў ПАРЭМІЯХ АНГЛІЙСКОЙ, РУСКАЙ І БЕЛАРУСКАЙ МОЎ

Ю.У. СЯМАШКА

(Прадстаўлена: канд. філ. навук, дац. С.М. ЛЯСОВІЧ)

На матэрыяле прыказак і прымавак праведзены аналіз канцэптаў «мужчына» і «жанчына» ў рускай, беларускай і англійскай мовах. Выяўлены семантычны дыяпазон і культурныя ўяўленні пра акрэсленыя паняцці ў светапоглядзе трох нацый.

Вытворчае землекарыстанне і падзел працы цалкам абумовілі сацыяльны статус мужчын і жанчын і іх грамадскую ролю. Гэтыя змены ў побыце ўрэшце адбіліся ў культуры, светапоглядзе і сістэме каштоўнасцей чалавецтва. Каштоўным матэрыялам для выяўлення асаблівасцей культуры з'яўляюцца прыказкі і прымаўкі, якія былі разгледжаны з выкарыстаннем шэрагу лексікаграфічных крыніц рускай,

беларускай і англійскай моў [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7]. На падставе аналізу парэмій можна сцвярджаць, што беларусы, рускія і англічане адзіныя ў тым, што ў сям’і павінен быць гаспадар, на якім ляжыць адказнасць за матэрыяльны дабрабыт, за гаспадарку і за ўзаемную павагу і згоду, а жонка павінна быць падуладнай яму і паслухмянай, павінна паважаць і шанаваць свайго мужа. Напрыклад: *гаспадар – галава ў хаце; без гаспадара дом – сирата; без гаспадара жонка – заўсёды сиротка; За добрым мужыком чулінда жонка, а за дурным і папоўна раба; a good husband makes a good wife, a good Jack makes a good Jill* – добры муж зробіць добрай і жонку. Але, трэба таксама адзначыць, што ў англійскай мове існуе прыказка, якая сцвярджае супрацьлеглае: *the grey mare is the better horse* (*шэрая кабыла гэта лепшы конь*). Гэтая парэмія мае наступную трактоўку: жонка – лепшы (ці больш кампетэнтны) за мужа кіраўнік.

Адносіны паміж мужам і жонкай з’яўляюцца вельмі важнымі дзеля носьбітаў усіх трох моў. У рускіх і англійскіх парэміях адлюстравана думка, што пры злой жонцы мужу ў сям’і вельмі кепска: *злая жена сведет мужа с ума; three things drive a man out of his house: too much smoke, dripping roof and wicked wives* (*мужчыну могуць выгнаць з дому тры справы: вельмі шмат дыму, дзіравая страхі і злая жонкі*). Пры гэтым жонка прадстаўляецца злой, сварлівай.

Такім чынам, мы можам зрабіць выснову, што носьбіты рускай і англійскай моў аднолькава адмоўна адносяцца да злых жонак і сварак у сям’і. Трэба таксама адзначыць, што ў англійскіх, беларускіх і рускіх парэміях мужчына ставіцца на ўзровень вышэй за жанчыну. Стаўленне да жанчын адлюстравана ў наступных парэміях: *man, woman and devil are the three degrees of comparison* – «мужчына, жанчына і д’ябал гэта тры ступені параўнання». *Deeds are males, and words are females* – «зучыні маюць мужчынскую прыроду, а словы – жаночую»; *не вер каню ў дарозе, а жонцы – дома; курыца не птушка, а баба не чалавек.; Бабы города недолго стоят; Карову б’юць за зык, а бабу за язык; a sieve will hold water better than a woman’s mouth a secret* – «сіта лепш утрымае ваду, чым жаночы рот сакрэт»; *silence is the woman’s best garment* – «цішыня гэта лепшае адзенне для жанчыны». Тут адчуваецца намёк на балбатлівасць і бескарыснасць жанчын у параўнанні з мужчынамі. Трэба дадаць, што існуюць прыказкі, якія выстаўляюць жанчыну ў не зусім добрым святле і адлюстроўваюць канцэптэуальную прымету «хітрасць», жанчына ў іх лічыцца нават падобнай да чорта: *куда черт не поспеет, туда бабу пошлет; как бы жить-пожить, мужа съжить, кожу с него снять да под себя подостлать; и дура-жена мужу правды не скажет; women are the devil’s nets* (*жанчыны – гэта сеткі д’ябла*), *the female of the species is more deadly than the male* (*жаночая істота больш смяротная ці бяспечная за мужчынскую*). Але ж ёсць і адрозненні: англічане прапаноўваюць берагчы і паважаць жанчын, у той час як рускія лічаць інакш: *handle with care women and glass* (*асцярожна абыходзьцеся з жанчынамі і шклом*). У рускіх парэміях усё наадварот: *жена – не икона, не на полочку её ставят. Красную жену не в стенку врезать*. У наступнай парэміі носьбіты англійскай лінгвакультуры сцвярджаюць, што кожны муж павінен паважаць сваю жонку, у адваротным выпадку ён не паважае сам сябе: *He who does not honour his wife dishonours himself*.

У XVI стагоддзі з’явілася выказванне, якое недвухсэнсоўна характэрызуе адносіны да жанчын у Англіі таго часу. Мяркуем, яно актуальна і ў нашы дні. *England is the paradise of women, the hell of horses, and the purgatory of servants* (*Англія з’яўляецца раем для жанчын, пеклам для коней, і чысцілішчам для служачых*). Адсюль мы бачым яшчэ і тое, што так адносіліся да жанчын не ва ўсёй Еўропе, таму што ў такім выпадку гэтая прыказка не мела б сэнсу. Таксама нам не давалося знайсці рускія ці беларускія прыказкі якія мелі б сэнс падобны да гэтага.

А вось у наступнай беларускай прыказцы мы можам пабачыць, якое агульнае меркаванне існавала на конт свабоды жанчыны ў шлюбе. *Дай жонцы волю – завядзе ў няволю*. Трэба таксама адзначыць, што ў англійскай і рускай мовах не было выяўлена парэмій, якія адлюстроўвалі б такі ж самы сэнс.

Мы ведаем, як сур’ёзна ставіліся англічане да суднаходства. Прымаўка *A woman and a ship ever want mending* (*жанчынам і караблям заўсёды патрэбна пачынка*) гаворыць: хто хоча набыць шмат непрыемнасцяў, павінен атрымаць карабель і жанчыну. Ні адно з іх ніколі недастаткова «абсталявана», і ніколі не бывае дастаткова сродкаў іх аснашчэння, жанчыны, як і караблі, заўсёды патрабуюць увагі.

Носьбіты рускай, беларускай і англійскай моў лічаць, што са шлюбам не трэба спяшацца. Ва ўсіх трох нацый парэміі раюць мужчынам ставіцца да шлюбу вельмі адказна. Аб гэтым сведчаць наступныя прыказкі: *Не кайся, рана падняўшыся і рана жаніўшыся; ажаницца – не ўпасці: не ўстанеш, не атрасешся; женитьба есть, а разженитьбы нет; Идучи на войну, молись, идучи в море, молись вдвое, хочешь жениться, молись втрое; a young man married is a young man marred* (*малады хлопец які ўжо ажаниўся гэта сумны хлопец*). Гэтыя парэміі аб’ектывуюць такія канцэптэуальныя прыметы як «асцярожнасць», «дальнабачнасць». Яны нібыта гавораць: мужчына павінен абмяркоўваць кожны ўчынак, а перад тым як ажаницца, трэба абмеркаваць усё нават некалькі разоў, бо гэта назаўсёды. Але ў носьбітаў англійскай мовы сустракаюцца прыказкі, якія супярэчаць адна адной: *it’s a man’s world* (*гэта мужчынскі свет*). Гэта прыказка супярэчыць наступнай: *the hand that rocks the cradle rules the world* (*рука, якая калыхае калыску кіруе светам*). Мабыць, у гэтым сэнсе жанчына кіруе “мужчынскім светам”, таму што няма ў свеце ніводнага мужчыны, якога б не нарадзіла жанчына.

Стаўленне да жаночых інтэлектуальных здольнасцей адлюстроўваецца ў наступных парэміях: *у бабы валасы доўгія, а а розум кароткі; у бабы волос дорог, да ум короток*. Парэміі рускай і беларускай моў адлюстроўваюць аднолькавыя погляды носьбітаў на важнасць выбару жонкі: *never choose bed linen or a wife by candlelight; не выбірай дзеўку у карагодзе, а ў агародзе; выбірай жэну не в хороводе а в огороде*. Пры гэтым вырашальным фактарам пры выбары жонкі павінна быць не прыгажосць, а працавітасць. Трэба адзначыць, што ў англійскай мове на матэрыяле даследаваных крыніц не было выяўлена парэмій, якія б адлюстроўвалі такі ж самы сэнс.

Вельмі цікавы светапогляд носьбітаў англійскай лінгвакультуры адлюстроўвае наступная парэмія: *a man is as old as he feels, and a woman as old as she looks (мужчына стары настолькі, наколькі ён сябе адчувае, а жанчына настолькі, наколькі яна выглядае)*. Такім чынам, у канцэпце «мужчына», аспекты «фізічны стан» ці «фізічная моц» з'яўляюцца больш важнымі, чым аспекты «прыгажосць» і «прывабнасць», а ў канцэпце «жанчына» наадварот. Яшчэ адной цікавай асаблівасцю носьбітаў англійскай лінгвакультуры з'яўляецца погляд на адзенне мужчыны. Так, напрыклад, прыказка *clothes make the man* сцвярджае, што мужчыну характарызуе яго адзенне. А прыказка *money makes a man* сцвярджае, што матэрыяльны стан мужчыны таксама з'яўляецца вельмі важным. Прыказка *manners make a man*, у сваю чаргу, адлюстроўвае станоўчае стаўленне да мужчын, якія маюць добрыя манеры. Добрыя манеры у дадзеным выпадку з'яўляюцца абавязковай якасцю сапраўднага мужчыны.

Такім чынам, праз параўнанне канцэптаў «мужчына» і «жанчына» ў розных лінгвакультурах мы вызначылі, што асноўныя паняцці аб мужчыне як гаспадару якому жонка павінна заўсёды падпарадкоўвацца, супадаюць, таксама супадаюць погляды на сваркі ва ўзаемаадносінах паміж мужам і жонкай. Ва ўсіх трох нацый парэміі раець ставіцца да шлюбу вельмі адказна, не спяшацца з выбарам, бо гэта не «поле перайсці». Мужчына лічыць жанчыну хітрай і балбатлівай. Англійскія мужчыны праз прыказкі прапануюць шанаванне і берагчы жанчын «як шкло», у адрозненні ад рускіх, якія лічаць наадварот. Таксама Англія ў прыказках малюецца раем для жанчын, у той час як рускія ці беларускія парэміі не адлюстроўваюць такі светапогляд. У адрозненні ад рускіх і беларускіх, англійскія парэміі рэпрэзентуюць добрага мужчыну як таго, хто мае добрыя манеры, дастаткова грошай і добрае адзенне. Такім чынам, аналіз парэмій у трох мовах паказаў, як адрозніваецца моўная карціна свету, рэпрэзентаваная прыказкамі і прымаўкамі, і ў той жа час звярнуў нашу ўвагу на агульнасць думак, якія нязменна актуальныя і ў наш час.

ЛІТАРАТУРА

1. Лепешаў, І.Я. Слоўнік беларускіх прыказак / І.Я. Лепешаў, М.А. Якалцэвіч. – Мінск : Беларус. навука, 2002. – 511 с.
2. Аксамітаў, А.С. Прыказкі і прымаўкі / А.С. Аксамітаў. – Мінск : Беларус. навука, 2002. – 320 с.
3. Даль, В.И. Пословицы русского народа / В.И. Даль. – М. : Эксмо-пресс, 2000. – 616 с.
4. Лепешаў, І.Я. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы. Т. 2. М-Я / Мінск : Беларус. энцыкл., 2008. – 968 с.
5. Лепешаў, І.Я. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы. У 2 т. Т. 1. А-Л / І.Я. Лепешаў. – Мінск : Беларус. энцыкл. імя П. Броўкі, 2008. – 672 с.
6. Collins Cobuild, Dictionary of Idioms. The University of Birmingham. – Harper Collins Publishers, 1995. – 493 p.
7. Daphne, M., Gulland Penguin Dictionary of English Idioms / M. Daphne. – 2nd Edition. – England : Daphne M. Gulland, 2001. – 378 p.

УДК 811.161.1

САЦЫЯЛЬНЫЯ ХАРАКТАРЫСТЫКІ КАНЦЭПТА «ЖАНЧЫНА» Ў ФРАЗЕАЛАГІЗМАХ АНГЛІЙСКОЙ, РУСКАЙ І БЕЛАРУСКАЙ МОЎ

Ю.У. СЯМАШКА

(Прадстаўлена канд. філал. навук, дац. С.М. Лясковіч)

Разгледжаны сацыяльныя характарыстыкі канцэпта «жанчына» ў моўнай карціне свету носьбітаў англійскай, рускай і беларускай лінгвакультур, выяўленыя праз аналіз фразеалагізмаў дадзеных моў.

Сацыяльная характарыстыка канцэпта «жанчына» зроблена на аснове ілюстрацыйнага матэрыялу з шэрагу фразеаграфічных крыніц [прыклады з наступных крыніц: 1, 2, 3, 4, 5, 6]. Адным з аспектаў сацыяльнай характарыстыкі канцэпта «жанчына» з'яўляецца сямейнае становішча. У гэтым сэнсе жанчыну