

25. Корсунова, В. И. Особенности перевода пословиц, поговорок и заголовков в английском языке / В. И. Корсунова // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. – 2016. – № 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perevoda-poslovits-pogovorok-i-zagolovkov-v-angliyskom-yazyke>. – Дата доступа: 16.10.2020.

26. Кусковская, С. Ф. Сборник английских пословиц и поговорок (English Proverbs and Saying) / С. Ф. Кусковская (на англ. яз.). – Минск: Вышэйшая школа, 1987. – 253 с.

27. Митусова, О. А. Становление национальной и межкультурной идентичности как фактор безопасности отечественного образования в условиях глобализации / О. А. Митусова // ЮРИУ РАНХиГС. – 2015. – № 3. – С. 335–337.

28. 53 поговорки и пословицы на английском языке с переводом на русский (эквивалентами) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://langformula.ru/pogovorki-i-poslovicy-na-anglijskom-yazyke/> – Дата доступа: 16.10.2020.

*The article is devoted to the difficulties that translators may encounter when working with proverbs and sayings. The article is devoted to analyzing the peculiarities of the paremia in English and searching for equivalents for folk sayings in Russian. The main groups of English proverbs are singled out in terms of complexity of translation into Russian. The paper highlights the main categories that can be divided into their translations into Russian.*

*Keywords: proverbs and sayings, translation, English and Russian, equivalent.*

УДК 811.161.1'42'27:398.91(=161.1):17.036.11

**С. В. Рудакова, М. С. Жавнерович**

### **АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТИНА МИРА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА В РУССКИХ АНТИПОСЛОВИЦАХ О СЧАСТЬЕ И НЕСЧАСТЬЕ**

*Данная статья посвящена характеристике аксиологической картины мира современного общества через анализ русских антипословиц о счастье и несчастье. Объясняется, с чем связано возникновение новых паремий. Доказывается, что именно антипословицы о счастье и несчастье помогают понять, каковы основные ценности России в настоящее время. С аксиологических позиций анализируется смысл выбранных паремий, сопоставляемый с содержанием известных пословиц и афоризмов.*

*Ключевые слова: антипословицы, пословицы, паремии, счастье, несчастье, аксиологическая картина мира, ценности, современное общество.*

У каждого этноса существуют свои пословицы – изречения в виде грамматически законченных предложений, в которых выражена народная мудрость в поучительной форме [1]. В них закреплён многовековой социально-исторический опыт какой-либо нации [2]. Именно поэтому можно говорить, что данные паремии отражают взгляды, традиции, устои, ценности людей. С помощью пословиц можно понять, какова аксиологическая картина мира того или иного народа. На их основе в современном мире возникают новые шуточные паремии – антипословицы, являющиеся трансформами традиционных русских пословиц, а также поговорок, афоризмов и других паремий [3]. Их возникновение и использование в речи людей, в СМИ, в художественной литературе связано с тем, что в быту, на работе, в семье человек постоянно сталкивается с необходимостью разрешать множество как старых, хорошо известных, так и новых ситуаций и проблем. Ведь общество и окружающий мир меняются, как и прежние ценности, нормы, традиции, уклад жизни. Это приводит к тому, что люди пересматривают старые стереотипы и отказываются от них.

Пословицы, поговорки и афоризмы могут оказывать как позитивное, так и негативное влияние на «ритуализацию» мышления и поведения человека. Именно по этой причине уважительное отношение к вековой народной мудрости или к поучительному авторскому высказыванию уступает место критическому осмыслению стереотипов, отраженных в них, в результате которого и появляются антипословицы [4]. Можно сделать вывод, что в них, как и в обычных пословицах и иных паремиях, отражается аксиологическая картина мира русского народа.

Мы рассмотрим, как изменились со временем основные ценности общества на примере анализа антипословиц о счастье и несчастье. Ведь согласно философскому энциклопедическому словарю счастье – понятие морального сознания, обозначающее такое состояние человека, которое соответствует наибольшей внутренней удовлетворенности условиями своего бытия, полноте и осмысленности жизни, осуществлению своего человеческого назначения, оно является чувственно-эмоциональной формой идеала [5]. Счастье – «та жизненная ценность, которая осознается индивидуумом <...>, в осознании счастья по-настоящему глубоко раскрывается широкий мировоззренческий и культурный опыт человека и социума, к которому он относится» [6]. Такое состояние может быть напрямую связано с ценностями людей – человеческим, социальным и культурным значением определенных явлений действительности. Поэтому антипословицы о счастье и несчастье помогут нам понять особенности аксиологической картины мира современности.

Наибольшее количество антипословиц о счастье было создано на основе паремии «Не в деньгах счастье»: *Если ваше счастье не в деньгах, то шлите их мне; Интересно, сколько денег надо иметь, чтобы понять, что не в них счастье?; Когда деньги есть, как-то легче согласиться, что не в них счастье; Не в деньгах счастье, а в их количестве; Не в деньгах счастье, а в мужчине с деньгами* [7, с. 471].

Анализируя данный пример, можно сделать вывод, что в современном мире материальные ценности, финансовая обеспеченность рассматриваются как важный фактор, оценивающий благополучие человека и его место в обществе. Это не случайно. Дело в том, что в России с 1991-го года начала формироваться рыночная экономика, для которой характерны свободное предпринимательство, ценообразование, конкуренция, что неразрывно связано с деньгами. В настоящее время подобные экономические отношения остаются господствующими в стране. Именно по этой причине человеку в нынешних условиях особо необходимы финансовые средства, которые могут помочь ему удовлетворить многие потребности и создать комфортные условия для жизни. Поэтому в антипословицах деньги сопоставляются со счастьем, чего в исходной паремии нет. Значит, можно говорить о переоценке ценностей в обществе.

Стоит отметить, что в таких антипословицах есть опровержение прежних стереотипов, комический же эффект достигается за счет иронии и указания на недостаток материальных средств, который не позволяет человеку достичь гармонии в жизни: *Если ваше счастье не в деньгах, то шлите их мне; Интересно, сколько денег надо иметь, чтобы понять, что не в них счастье?; Когда деньги есть, как-то легче согласиться, что не в них счастье.*

В антипословице *Не в деньгах счастье, а в их количестве* при трансформации исходной паремии используется приращение смысла, и именно добавленный компонент берет на себя основную эмоциональную и экспрессивную нагрузку, поскольку благодаря своей новизне и неожиданности он не предполагается читателем, из-за чего обращает на себя больше внимания. Смысл этого высказывания состоит в том, что человеку важно не просто иметь достаток, чтобы удовлетворить определенные потребности для комфортного существования, а обладать богатством, зачастую позволяющим повысить статус в обществе, поднять самооценку, приобрести большое количество предметов

роскоши. Это еще раз подчеркивает, что в аксиологической картине мира современной России деньги занимают важное место.

В антипословице *Не в деньгах счастье, а в мужчине с деньгами* тоже есть приращение смысла. В данной паремии появляется аспект взаимоотношений мужчины и женщины, где мужчина рассматривается как тот, кто финансово обеспечивает женщину, тем самым позволяя ей не задумываться о зарплате. Можно сделать вывод, что в современных отношениях наличие материальных средств у партнера важнее, чем чувства, общие интересы, привязанность друг к другу. Это еще одно доказательство, что в аксиологической картине мира современного общества деньги являются одной из самых главных ценностей.

Интересна и такая антипословица о счастье, как *Кто рано встает, к тому счастье не придет*, которая была создана на основе пословицы *Кто рано встает, тому Бог подает*. Смысл этой пословицы заключается в том, что чем раньше человек просыпается, тем больше он успевает сделать, а значит, такой труд может положительно повлиять на его благосостояние. Значение же антипословицы исходному. В ней говорится, что человек не может быть счастливым из-за того, что рано встает. Возможно, эта паремия возникла по причине того, что люди живут в информационную эру, которая началась в России в конце XX века и которая характеризуется глобальным сдвигом, отходом от традиционной индустрии, берущей свое начало в эпохе индустриальной революции, и стремительным движением в сторону цифровой, компьютеризованной индустрии, основанной на обмене информацией. В новую эпоху работники вынуждены выполнять действия быстрее, так как в связи с масштабной компьютеризацией почти всех сфер деятельности человека ритм жизни стремительно ускоряется. Автоматизация – еще один знаковый тренд современного мира – приводит к повышению производительности, с одной стороны, и к потере рабочих мест на производстве – с другой. Поэтому человек в условиях подобной конкуренции, чтобы сохранить работу, должен работать максимально эффективно [8]. Последствием этого становится то, что люди постоянно испытывают стресс, так как часто не успевают выполнить задания, связанные с их деятельностью. Именно поэтому многие работники нередко нарушают режим сна. Это и отражено в антипословице *Кто рано встает, к тому счастье не придет*. Ведь человек, который вынужден просыпаться рано, к концу дня устает и не может чувствовать себя счастливым, особенно в том случае, если он работал и в ночное время. Значит, для современного общества особую ценность имеет отдых в процессе жизнедеятельности человека, что связано с восстановительной функцией, важной для существования людей, с продолжительностью их жизни и с эффективностью выполнения различных активностей.

Примечательно, что иногда пословицы о счастье могут трансформироваться в антипословицы о несчастье. Например, на основе одной из таких пословиц – *Каждый сам кузнец своего счастья* – возникла новая паремия – *Каждый сам кузнец своего несчастья* [7, с. 298]. Пословица означает, что от действий и выбора человека зависит его будущее, его положение в мире, в обществе. Сами люди могут определять свою дальнейшую судьбу, делая себя счастливыми. Это связано с волюнтаризмом – идеалистическим направлением в философии, по которому субъект совершает все поступки исключительно по своей воле, реализуя свои интересы, в ином случае он перестает быть личностью.

По исходной паремии *Каждый сам кузнец своего счастья* люди, обладающие свободой воли, в состоянии обрести душевный комфорт и счастье, т. е. в пословице отражена вера в человека, в его возможности, человек представлен как субъект, имеющий для мира особую ценность. Иная ситуация отражена в антипословице *Каждый сам кузнец своего несчастья*. Здесь человек тоже рассматривается как тот, кто в состоянии сделать свободный выбор, однако в этом случае все его действия, наоборот, приводят к несчастью. В данной паремии используется ирония по отношению и к пословице

*Каждый сам кузнец своего счастья*, и к человеку, чьи действия могут лишь ухудшить его состояние. Поэтому здесь можно говорить о пессимизме, негативном взгляде на роль личности в ее собственной судьбе, что, скорее всего, опять же связано с ускорением ритма жизни и возникающими из-за этого трудностями для человека, с постоянными изменениями (не всегда в лучшую сторону) в социально-экономических условиях.

Значит, рассматривая данную антипословицу о несчастье, мы можем сказать, что для аксиологической картины мира современной России характерна, с одной стороны, утрата веры в способности и возможности человека, с другой стороны, здесь можно увидеть адаптацию людей к изменившемуся миру с помощью юмора, иронии, которые в современной жизни ценятся все больше.

Это проявляется и в антипословицах, созданных на основе афоризма Короленко из очерка «Парадокс» *Человек создан для счастья, как птица для полета*. Например, *Человек создан для счастья, как птица для бульона*; *Человек создан для счастья, как «Вольво» для хорошей езды* [7, с. 471]. В этих паремиях, в отличие от исходного афоризма, есть комический эффект, который показывает, что люди не теряют чувство юмора в быстро меняющихся и оттого сложных жизненных обстоятельствах. По тому, как изменился данный афоризм, мы можем сказать, насколько другим стало и отношение к жизни. Кроме того, в антипословице *Человек создан для счастья, как «Вольво» для хорошей езды* еще раз подчеркивается, что для аксиологической картины мира современных людей все более значимы материальные ценности, марки же и модели автомобилей, порою, могут повлиять на статус человека, на его самооценку и счастье.

В заключение отметим, что антипословицы являются результатом целенаправленной трансформации традиционных паремий. Для них характерны разрушение устоявшихся стереотипов, создание комического эффекта. В свою очередь, различные сферы человеческой деятельности – это главная мотивация для трансформации смысла и содержания привычных паремий. Как и традиционные пословицы, антипословицы отражают некие правила и нормы поведения, что позволяет понять своеобразный культурный кодекс, который регулирует взаимоотношения людей и дает возможность для самоопределения. Антипословицы о счастье и несчастье позволяют лучше понять систему ценностных ориентаций.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и РЯИК, проект «Феноменология счастья в русской литературе XVIII-XX вв.», № 20-512-23007.*

#### Список использованных источников

1. Луначарский, А. В. Литературная энциклопедия : в 11 т. / В. В. Луначарский. – Т. 9. Пословица. – М. : Гос. ин-т «Советская энциклопедия», 1935. – 172 с.
2. Замалетдинов, Г. Ф. О роли пословиц в исследовании национально-культурных особенностей языкового сознания [Электронный ресурс] / Г.Ф. Замалетдинов, Р. Р. Замалетдинов. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/o-rol-i-poslovits-v-issledovanii-natsionalno-kulturnyh-osobennostey-yazykovogo-soznaniya/viewer>. – Дата доступа : 10.06.2020.
3. Никитина, Т. Г. Новый «статус» русских антипословиц [Электронный ресурс] / Т. Г. Никитина. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-status-russkih-antiposlovits/viewer>. – Дата доступа : 10.06.2020.
4. Ханмурзаева, Д. М. Причины возникновения антипословиц и их роль в современной лингвокультуре [Электронный ресурс] / Д. М. Ханмурзаева. – Режим доступа : [https://libweb.kpfu.ru/publication/papers/Baudouin/Baudouin\\_2015\\_2/Baudouin\\_2015\\_303\\_305.pdf](https://libweb.kpfu.ru/publication/papers/Baudouin/Baudouin_2015_2/Baudouin_2015_303_305.pdf). – Дата доступа : 10.06.2020.
5. Философский энциклопедический словарь / Счастье, 1983 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://philosophy.niv.ru/doc/dictionary/philosophical/fc/slovar-209-5.htm#zag-2182>. – Дата доступа : 10.06.2020.

6. Рудакова, С. В. К вопросу изучения феномена счастья / С. В. Рудакова, И. Регоци // Libri Magistri. – 2020. – № 3 (13). – С. 49–75.

7. Вальтер, Х. Антипословицы русского народа / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко. – СПб.-М. : Нева, 2005. – 575 с.

8. Кастельс, М. Россия в информационную эпоху [Электронный ресурс] / М. Кастельс, Э. Киселева. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiya-v-informatsionnuyu-epohu/viewer>. – Дата доступа : 10.06.2020.

*This article is devoted to the description of the axiological picture of the modern society's world through the analysis of Russian anti-Proverbs about happiness and unhappiness. The paper explains the reasons of the emergence of new paroemias. It is proved that it is the anti-Proverbs about happiness and unhappiness that help to understand what the basic values of Russia are nowadays. The meaning of the selected paremias is analyzed from axiological point of view and compared with the content of well-known proverbs and aphorisms.*

*Keywords: anti-proverbs, proverbs, paroemias, happiness, misery, axiological picture of the world, values, modern society.*

УДК 37.091.212.2:004

**І. У. Савіцкая, А. П. Сахончык**

**СЕМАНТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ  
ФРАЗЕАЛАГІЧНЫХ АДЗІНАК З КОЛЕРААБАЗНАЧЭННЕМ  
(на матэрыяле беларускай, рускай і англійскай моў)**

*Артыкул прысвечаны такой з'яве ў мове, як колеранайменне. Разглядаецца актуальная праблема вызначэння спецыфічнага і агульнага ў моўных карцінах свету розных моў на прыкладах фразеалагічных адзінак, якія змяшчаюць у сваёй семантыцы элемент колераабзначэння. Падкрэсліваецца, што такія фразеалагізмы ў рускай, беларускай і англійскай мовах дэманструюць агульнасць культурных і нацыянальных каштоўнасцей.*

*Ключавыя словы: карціна свету, колер, нацыянальная культура, семантыка, сімволіка, сістэма колераабзначэння, устойлівы выраз, фразеалагізм.*

Вялікае значэнне ў жыцці чалавека мае колер. Ад яго залежаць эмоцыі, настрой, самаадчуванне людзей. Колер з'яўляецца адной з самых цікавых праблем, якой займаюцца даследчыкі многіх галін ведаў. Для лінгвістаў важным уяўляецца вывучэнне колеру ў межах карціны свету. Узроўневая арганізацыя колераабзначэння – паняцце, слова і сувязь паміж імі – стварае базу для адрознення ў культурах. Культура – гэта свет сэнсу, а таму колеры таксама з'яўляюцца сэнсам. Чалавек валодае мовай колеру, разуменнем колеру, які па сваёй прыродзе непарыўна звязаны з нацыянальнай культурай.

Даследчыкі мовы прыйшлі да выніку, што існуе шэраг універсальных рыс у сістэме колераабзначэння. Усялякія адносіны да таго ці іншага адцення адлюстроўваюцца ў ідыёмах, прымаўках, вобразных выразях, якія існуюць у мовах, паколькі яны акумулююць інтэлектуальную, эмацыйную, сацыяльна-гістарычную інфармацыю нацыянальнага характару. Аднак, нягледзчы на адносную ўніверсальнасць успрымання таго ці іншага колеру ўсімі людзьмі, у культуры кожнага народа склаліся спецыфічныя неўсвядомленыя адпаведнасці паміж асобнымі колерамі і пэўнымі вобразамі. Так, “чырвоны” ў Японіі абазначае гнеў і небяспеку, у Кітаі – сімвал удачы, поспеху, шчасця і высакароднасці, у Індыі – жыццё і творчасць, у ЗША – небяспеку, у Францыі – арыстакратыю, у народаў Дальняга Усходу – сімвал любові, жыцця, свята, у Южнай