

НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТА «ДОМ» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Мешикова Я.Д.,

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Дружина Н.Л., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова: дом, лингвокультурология, языковая картина мира, семантическое поле, концепт, фразеология.

Понятие *дом* является одним из базовых концептов, формирующих картину мира любого лингвокультурного сообщества. В английской лингвокультуре, с ее традиционным акцентом на приватности, индивидуализме и эмоциональной автономии, концепт *дом* приобретает особую структурную сложность. Это явление находит наиболее яркое выражение в фундаментальной для английского языка бинарной оппозиции между *house* (дом как здание) и *home* (дом как очаг, эмоциональное пространство).

Данная работа исследует национально-культурную специфику репрезентации понятия *дом* в английском языке через анализ его семантического поля, фразеологии и ассоциативных связей.

Актуальность исследования обусловлена возросшим интересом в современной лингвокультурологии к изучению ключевых культурных концептов, определяющих национальное сознание, а также необходимостью углубления понимания культурной специфики базовых понятий и основ для успешной межкультурной коммуникации.

Цель исследования – выявить и системно описать национально-культурную специфику концепта *дом* в английской языковой картине мира через анализ ядерных и периферийных лексем семантического поля и фразеологических единиц для реконструкции ценностных и поведенческих установок, связанных с концептом.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили лексические единицы, отобранные из толковых, паремиологических словарей и словарей коллокаций (Oxford Advanced Learner's Dictionary [1], Oxford Dictionary of English Proverbs [2], Oxford Collocations Dictionary [3]). В процессе работы использовались общенаучные методы наблюдения и систематизации, а также специальные лингвистические методы: дефиниционного анализа, анализа паремиологического фонда и исследования ассоциативных полей.

Результаты и их обсуждение. Язык является неотъемлемой и аккумулирующей частью культуры. Теоретической основой исследования послужила антропоцентрическая парадигма в лингвистике, которая помещает человека и его духовный мир в центр научного поиска. В рамках этой парадигмы сформировалась лингвокультурология – наука, изучающая взаимосвязь языка и культуры, где язык выступает как транслятор культурной

информации, хранилище «духа народа» (В. фон Гумбольдт) и ключ к пониманию национальной ментальности.

Дом для каждого человека является важной составляющей жизни, представляя собой не только физическое строение, в котором мы живем, но и символическое пространство, где мы чувствуем себя комфортно и защищено. Исследование семантического поля понятия *дом* в английском языке может послужит важным инструментом для лучшего понимания культуры и контекста, в котором оно функционирует.

Семантическое поле представляет собой набор связанных и взаимосвязанных значений и концептов, которые относятся к определенному семантическому ядру и центральному концепту [4, с. 65]. Применительно к понятию *дом* поле организуется вокруг архисемы *место проживания/обитания человека*. Однако входящие в него лексемы существенно различаются по степени центральности, частотности, объему и специфике семантических признаков.

В английском языке ядро семантического поля понятия *дом* представляют две фундаментальные лексемы: *house* и *home*. Их частое смешение в речи изучающих язык указывает на необходимость четкого разграничения их компонентов. В результате анализа отобранных лексических единиц установлено, что *house* объективирует внешнюю, материальную форму, в то время как *home* субъективирует внутреннее, эмоционально насыщенное содержание. *House* становится *home* только в процессе его эмоционального и личностного наполнения. Периферийные лексемы *household*, *dwelling*, *residence* уточняют, конкретизируют или формализуют идею дома, акцентируя различные его аспекты.

Идиомы и пословицы представляют собой важные аспекты языка, выполняя функции, выходящие за рамки простого лексического значения. Являясь неотъемлемой частью культуры и языка, они отвечают за передачу традиций и обеспечивают глубокое понимание языковой системы. Анализ корпуса английских фразеологических единиц и пословиц с компонентами *home* и *house* позволяет реконструировать систему ценностей, ассоциируемых с домом, и выявить его роль в формировании поведенческих моделей.

Таким образом, в идиоматических выражениях *Home is home though never so homely*. – ‘Дом – это дом, даже если он не такой уютный, как другие места’ и *Home is where the heart is*. – ‘Дом там, где наше сердце’ происходит сравнение дома с различными местами, в которых на протяжении жизни доводится бывать человеку, и несмотря на все их плюсы, родной дом в данном контексте рассматривается как «самое комфортное, лучшее место». Последняя поговорка, как и *When you are at home, even the walls help you*. – ‘Дома даже стены помогают’, имеет немного иное значение, которое заключается в рассмотрении человеком в качестве дома того места, где он ощущает покой и принадлежность. В следующих двух пословицах оттенок меняется, и они приобретают значение чувства тоски по дому (*homesickness*).

Go abroad and you'll hear news of home. – ‘Уезжай за границу и услышишь новости о доме’.

The wider we roam, the welcomer home. – ‘Чем больше мы скитаемся, тем уютнее дом’.

Анализ поговорок с лексемой *house* выявил отношение англичан к дому как к месту, защищающему от проблем окружающего мира. Отобранные примеры из английского языка *My house is my castle.* – ‘Мой дом – моя крепость’, *He that would be well needs not to go from his own house.* – ‘Тому, кто хочет, чтобы все было хорошо, не следует выходить из дома’ и *Far from home is near the harm.* – ‘Чем дальше от дома, тем ближе беда’ обладают сходным значением.

Поговорки с компонентами *home* и *house* могут иметь близкие значения, но в некоторых случаях смысл разный. Так, например, в идиомах *Men make houses and women make home.* – ‘Мужчины строят здания, а женщины создают дом’. *Houses are built to live in, and not to look on.* – ‘Дома строятся, чтобы жить в них, а не для того, чтобы смотреть на них’. Под лексемой *house* подразумевается дом именно как физическое строение, предназначенное для жизни в нем. А вот лексема *home* несет эмоциональную окраску, то есть воспринимается не как здание, а как домашний уют, очаг, семейные узы.

Заключение. Проведенный анализ позволяет сделать выводы о том, что национальная специфика понятия *дом* в английском языке проявляется в его дуалистической организации через неразрывную и взаимообусловленную пару *house / home*. Этот дуализм отражает более широкую культурную оппозицию публичное, объективное и частное, субъективное. *Home* выступает как ключевой культурный концепт, концентрирующий в себе ценности приватности, эмоциональной безопасности, семейной принадлежности и личной идентичности. Периферийная лексика, фразеология и характерные сочетаемости служат инструментами для точного обозначения различных аспектов этого сложного феномена – от материальной оболочки до глубочайших эмоциональных и социальных смыслов.

1. Hornby, A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary (OALD) / A. S. Hornby. – Oxford University Press, 2014.

2. Smith, W. G. Oxford Dictionary of English Proverbs / W. G. Smith. – Oxford : Oxford Press, 2008. – 388 p.

3 Runcie, M. Oxford Collocations Dictionary for students of English. Second edition / M. Runcie. – Oxford University Press, 2009. – 930 p.

4. Бочарова, М. А. Семантическое поле как способ системного описания лексики / М. А. Бочарова // Полилингвильность и транскультурные практики. – 2012. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semanticheskoe-pole-kak-sposob-sistemnogo-opisaniya-leksiki> (дата обращения: 07.12.2025). – Текст : электронный.