

УДК 811.111'373.7

Попова А.О.,
кандидат філологічних наук,
Бердянський університет менеджменту і бізнесу

ЕТНОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ІЗ КОМПОНЕТОМ КОЛЬОРОПОЗНАЧЕННЯ

Одним із основних відчуттів людини є бачення нею навколишнього світу у кольорі, адже 90% інформації вона отримує через роботу органів чуття та живе споглядання [5, 53]. Загальновідомо, що робота органів зорової перцепції є універсальною для людини, незалежно від того, носієм якої мови вона є.

З іншого боку, сприйняття, відображення та інтерпретація довкілля є досить суб'єктивним, і ця суб'єктивність втілюється у мовних відбитках: "<...> кожна мова встановила свою систему кольорів, і ці системи нерідко відрізняються" [2].

Кожна мова має свою кольорову гамму, яка відображає особливості менталітету, історію народу, культуру, світогляд. У будь-якій національній культурі колір має складний діапазон символічних значень, які, як вказує А. Ходанич, є пов'язаними із світоглядом етносу [7].

Аналіз наукових досліджень сприйняття суб'єктом кольору дозволяє встановити, що на сьогодні вже встановлено загальноприйнятну класифікацію кольорів, за якою вони поділяються на спектральні (червоний, оранжевий, жовтий, зелений, блакитний, синій, фіолетовий) та ахроматичні (білий, чорний та проміжний – сірий); крім того, встановлено, що людиною ще розрізняються коричневий та рожевий кольори [1; 6]. Особливо яскраво виражається символіка кольору в сталих словосполученнях. Саме цим і зумовлена **актуальність** нашого дослідження.

Предметом нашого дослідження стали англійські фразеологізми із компонентом кольоропозначення.

Вибір їх в якості предмету дослідження зумовлений тим, що одним із основних відчуттів людини є бачення нею довкілля у кольорі. Тому у світлі сучасної антропоорієнтованої парадигми лінгвістики дослідження емоцій людини через бачення нею довкілля у кольорі видається нам **актуальним** і перспективним.

Кольорові відчуття людини є нестабільними: будучи спочатку пов'язаними із певними об'єктами, забарвленими у певний колір, вони можуть розвиватися в інші поняття з аналогічним колірним значенням, набувати різноманітних переносних значень, втрачаючи при цьому, навіть свою колірну сутність.

Виходячи з цього, ми поставили собі за **мету** – дослідити процес бачення суб'єктом світу у кольорі та втілення результатів живого споглядання у сталих виразах.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання наступних **завдань**:

1) встановити продуктивність окремих кольорів у створенні англійської картини світу;

2) здійснити аналіз паремій із компонентом кольоропозначення з точки зору аксіологічного потенціалу;

3) виявити фактори впливу на зміну семантики англійських кольороназв.

Джерелом фактичного матеріалу став англо-російський фразеологічний словник: А.В. Кунин. Англо-русский фразеологический словарь [3].

Методом суцільної вибірки нами було розглянуто фразеологізми, що містять у собі кольороназви. Було вибрано 77 фразем. Відповідно до назви кольору розподіляємо їх за наступними тематичними групами: 1) *white*; 2) *black*; 3) *grey*; 4) *red*; 5) *yellow*; 6) *green*; 7) *blue*; 8) *violet*; 9) *brown*. Вони були оброблені з урахуванням частотності вживання у них певних кольороназв.

Статистичні дані показують, що найвагомішу частку являють собою фраземи із колоративами: чорний (темний), червоний та білий. Спорадичними є фразеологізми, що містять кольороназви, які позначають коричневий, ахроматичний сірий та хроматичний фіолетовий кольори. Результати цього аналізу представлено нами у таблиці № 1.

Таблиця № 1

Частотні характеристики англійських фразеологічних одиниць із компонентом кольоропозначення

№ п /п	Кольороназва	Кількість (од.)	Частка (%)
	Усього	77	100
1	Black (dark)	19	24,7
2	Red	18	23,4
3	White	13	16,9
4	Blue	11	14,3
5	Green	9	11,7
6	Yellow	4	5,2
7	Інші (brown, grey, violet)	3	3,8

Найбільшу групу серед обстежених фразем являють собою словосполучення із колоративом *black (dark)*.

У прямому значенні ця лексема як складник фразеологізму вживається спорадично у стійких порівняннях: *black as coal* – чорний як сажа; *dark as pitch*, *black as jet* – абсолютно темно, хоч око виколи.

Щодо інших типів фразем, то, як показують дані нашого дослідження, чорний колір символізує собою негативні події у житті людини. Це можуть бути:

– песимістичне сприйняття певних подій, осіб: *paint a black* – намалювати похмуру картину, малювати щось похмурими фарбами; *paint smth. in black colours*; *paint smth. in lurid colours* – малювати щось похмурими фарбами, уявляти щось у похмурому світлі;

– негативне ставлення до інших осіб: *paint the devil blacker than he is* – згущувати фарби, зображувати когось у чорному світлі, гірше, ніж він є насправді; *black ingratitude* – чорна невдячність; *a black mark* – догана;

– жорстокість: *a black eye* – підбите око, синяк; *beat smb. black and blue* – по-звірячому когось побити, живого місця на комусь не залишити;

– негативні характеристики якостей, почуттів людини: *black as ink* – безрадінний; *black as thunder* – похмурий як хмара; *a black sheep* – паршива вівця, ганьба сім'ї; *a dark horse* – темна конячка, маловідома особа; *the pot calls the kettle black* – обидва добрі;

– нечесність, або навіть злочинність: *black money* – брудні гроші, незаконні прибутки.

Як правило, ці фраземи мають прозору мотивацію. Для пояснення внутрішньої форми слід звертатися у давні часи, коли людина відчувала страх перед темрявою і наділяла щось невідоме, таємне, лихе чорним (темним) кольором (*paint a black*). Цей страх перед невідомим залишився у свідомості суб'єкта на генетичному рівні. Інші, більш прозорі фразеологічні словосполучення пояснюються результатами або перцептивної діяльності людського організму (*dark as pitch*), або негативного досвіду, накопиченого людиною (*a black eye*).

Антипод чорного – білий займає також важливе місце в англійській пареміологічній картині світу. На відміну від *black* лексема *white* як символ є поліаксіологічною. Вона може бути компонентом фразем із нейтральним значенням. Таких випадків нами зафіксовано найбільше.

Це фраземи, які позначають:

– колір: *white as a sheet* – білий як полотно; *white as a chalk* – білий як крейда; *white as snow* – білий як сніг;

– природні явища, об'єкти фауни: *white caps*, *white horses* – баранці (на гребні хвилі), *a white crow* – біла ворона, рідкісне явище;

– політичні інституції: *the white house* – Білий дім, уряд США (загальновідомо, що така назва уряду вмотивована тим, що він розташований у будинку білого кольору); *a white paper* – Біла книга (офіційна назва англійського уряду).

Щодо фразеологізмів із пейоративною оцінкою, лексема *white* використовується для опису:

– поганого самопочуття і, як наслідок, нездорового кольору обличчя: *white as a death* – білий як смерть; *be white about the gills* – мати нездоровий вигляд;

– негативних якостей людини: *a whited sepulcher* – лицемір (в основі цієї фраземи – біблійні перекази);

– некорисної речі: *a white elephant* – білий слон. Ця паремія зумовлена історичним фактом. Король Сіаму, бажаючи розорити свого підданого, подарував йому священного білого слона, утримання якого було дуже дорогим. Відтоді білим слоном називають подарунок, від якого не знаєш, як позбавитися.

Нами зафіксовано лише один фразеологічний вираз, у якому *white* має меліоративну оцінку. Він зумовлений протиставленням *black / white*: *a white lie* – невинна брехня. У даному випадку *білий* є антиподом *чорного* і символізує щось чисте, світле, адже білий колір у свідомості європейців є втіленням чистоти і невинності.

Щодо проміжкового між *білим* та *чорним* – *сірого*, то його наявність у фраземах є спорадичною і зумовлена безпосередньо кольором людського мозку: *grey cells* – сірі клітини. Ця паремія має семантичне значення “розум”.

Червоний (хроматичний) колір та його відтінок – рожевий займають другу позицію за частотністю вживання. Серед цієї групи фразем виокремлюємо групи відповідно до їхнього аксіологічного потенціалу. Нами виявлено лише одну паремію із нейтральним навантаженням: *a red herring*. У даному випадку фразема є невмотивованою, оскільки не буває оселедців червоного кольору; її семантичне значення – “відволікаючий маневр”. Третина фразеологізмів із компонентами *red / rose* має позитивну оцінку. У цих випадках кольоролексеми асоціюються із:

– оптимізмом, мрійливістю, ідеалізованому сприйнятті навколишнього світу: *look at smth. through rose – coloured glasses, see smth. through rose-coloured glasses* – дивитися на що-небудь крізь рожеві окуляри, бачити щось у рожевому світлі; *paint a rosy picture* – зображати щось у веселкових тонах;

– веселощами: *paint the town red* – дуже веселитися, розважатися, влаштовувати галасливі випивки;

– святом: *a red-letter day* – святковий день; цю фразему вмотивовано тим, що святковий день позначається у календарі червоним;

– із вродою, гарним самопочуттям, при якому людина має гарний (рум'яний) колір обличчя: *red as a cherry* – рум'яний, кров з молоком.

Стійкі словосполучення із компонентом *red* із негативною оцінкою можна умовно поділити на три групи. Перша з них зумовлена фізіологічними властивостями людського організму. Як відомо, при поганому стані здоров'я, при надмірному хвилюванні колір обличчя людини надто червоніє. Цим зумовлені пейоративний фразеологізм із компонентом *red*: *redde[n] to the roots of one's hair* – почервоніти до коренів волосся; *see red* – розлютитися.

У другій групі актуалізаторами негативного потенціалу виступають лексеми, що позначають істоту або явища, порівняння з якими є неприйнятним для людини: *red as a turkey-cock* – червоний як рак (букв. як індик); *red as blood* – криваво-червоний; *red as fire, red as flame* – вогняно-червоний, почервонілий (про обличчя).

Мотиваційною основою третьої групи є реальні соціальні факти: *the red-light district* – квартал червоних ліхтарів (тобто квартал, де знаходяться будинки розпусти); *red tape* – бюрократизм (червоною стрічкою прошивали документи в англійських державних установах).

Досить вагому частку становлять фразеологізми із компонентом *blue*. Переважаюча частина з них має пейоративний потенціал. Колоратив *blue* у них позначає:

– жорстокість: *beat smb. black and blue* – по-звірячому когось побити, живого місця на комусь не залишити;

– надмірне хвилювання: *cry blue murder, yell blue murder* – кричати не своїм голосом;

– неприємне здивування: *like a bolt from the blue, out of the blue* – зненацька;

– непунктуальність, неточність, нездатність дотримувати своє слово: *once in a blue moon* – раз на рік за обіцянкою;

– відсутність жіночності, ніжності: *a blue stocking* – синя панчоха (про суху педантку, позбавлену жіночності).

Щодо паремій із позитивним потенціалом, то *blue* у них символізує:

– матеріальний прибуток: *blue chips* – акції компанії, що виплачує високі дивіденди;

– благородне походження: *blue blood* – голуба кров, аристократичне походження (у людей зі світлою шкірою вени мають блакитний колір);

– вроду, приємну зовнішність: *one blue-eyed boy* – любимчик.

– Крім того, нами зафіксовано фразеологічне словосполучення із нейтральним забарвленням: *a blue print* – попередній план (букв. – світлокопія, “синька”).

Стосовно паремій із компонентом *green*, то більшість із них має меліоративний або нейтральний потенціал. Кольоролексема несе наступні смислові навантаження:

– юність, недосвідченість у житті, своїй професії: *green as grass* – зелений як трава, недосвідчений, той, хто не знає життя; *a green hand* – недосвідчений працівник; *one's salad days* – юні літа, юність (пор.: *молодо-зелено*); *do you see any green in my eye?* – невже я здаюся вам таким простаком?;

– і навпаки, життєвий досвід, високу професійну майстерність: *have a green thumb*, *have a green fingers* – мати зелені пальці (про досвідчених садівників) (пор.: *золоті руки*).

Нейтральну оцінку має фразема *green room* артистична гримерка (у давні часи стіни гримерок традиційно були зеленого кольору). А паремія із негативною аксіологією – *be green about the gills* – мати нездоровий вигляд – пов'язана із фізіологією людини: як відомо, від поганого самопочуття або від заздрощів у людини розливається жовч, від чого обличчя у неї набуває зеленуватого відтінку (пор. із укр.: *позеленіти від злості*).

Аналогічну мотиваційну основу має й паремія із компонентом *yellow*: *yellow as a guinea* – жовто-блідий (про обличчя). Інші фраземи мають нейтральне забарвлення: *yellow as gold* – жовтий, золотистий; *the yellow pages* – “жовтий довідник” (розділ телефонного довідника, який містив телефони магазинів, фірм тощо; друкувався на жовтому папері). Щодо виразу *the yellow press* – жовта преса, то його аксіологічний потенціал пройшов розвиток від нейтрального до негативного: у 1895 р. у номері журналу “New York World” було розміщено фото дитини у жовтому, що у ті часи було рідкісними і мало за мету привернути до себе увагу читачів. Але на сьогодні вираз “жовта преса”, що став інтернаціоналізмом, має яскраво виражену пейоративну оцінку.

Щодо інших кольорів, які зустрічаються спорадично, а саме *brown* та *violet*, то вони мають позитивну оцінку у структурі фраземи і позначають:

– гарний колір шкіри: *brown as a berry* – дуже засмаглий, шоколадного кольору;

– лагідність: *a shrinking violet* – божа корівка, безобразлива людина.

Таким чином, на підставі проведеного дослідження ми робимо наступні **висновки**.

Пареміологічний корпус англійської мови показує, що кольороназви, які стали компонентами стійких виразів, набувають нових значень під впливом позамовних чинників: політики, традицій, способу життя, культури тощо. Аналіз паремій з точки зору аксіологічного потенціалу показує, що для досліджуваних фразем є характерною поліаксіологічність, що свідчить про суб'єктивність їхньої мотиваційної основи. У той же час, нами зафіксовано, що яскравішу тенденцію до меліоративності мають вирази із компонентом *green*. Це пояснюється тим, що у свідомості людини зелений колір асоціюється із приходом весни, із креативним характером природи. Кольоровий компонент *black* несе у собі найбільш виразну схильність до пейоративного забарвлення через сформований ще у давні часи страх людини перед темрявою.

Перспективою наших подальших досліджень ми вважаємо вивчення колористики як фрагменту англійської концептуальної та мовної картин світу на матеріалі художніх текстів.

Література

1. Венкель Т. В. Функціонування позначень кольору в художньому тексті / Т. В. Венкель // Нові підходи до філології у вищій школі : зб. наук. праць : матеріали IV Всеукраїнської наукової конференції, [м. Запоріжжя, 14–18 вересня 1998 р.]. – Запоріжжя : ЗДУ, 1998. – С. 45–46.
2. Дадье Б. Люди между двумя языками / Б. Дадье // Иностранный язык. – 1968. – № 4.
3. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 6-е изд., стереотип. – М. : Рус.яз. – Медиа, 2005. – 501, [11] с.
4. Молодичук О. Функціонально-стилістичний потенціал колоративу “білий” (на матеріалі українських народних балад) / О. Молодичук // Українське мовознавство : міжвідомчий науковий збірник. – К. : ВПЦ “Київський університет”, 2003. – Вип. 26. – С. 112–116.
5. Постовалова В. И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В. И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке : язык и картина мира. – М. : Наука, 1988. – С. 8–69.
6. Сукаленко Н. И. Отражение обыденного сознания в образной языковой картине мира / Н. И. Сукаленко. – К. : Наукова думка, 1992. – 162 с.
7. Ходанич А. Колір у системі етнічних цінностей українців / А. Ходанич // Українська література в загальноосвітній школі. – 2005. – № 4. – С. 10–13.
8. Rosh E. H. Cognitive representation of semantic categories / E. H. Rosh // Journal of Experimental Psychology. – 1975. – Vol. 104. – P. 192–233.

Анотація

Стаття присвячена проблемі дослідження функціонування кольорових позначень в англійських пареміях.

Ключові слова: паремія, кольорове позначення.

Аннотация

Статья посвящена проблеме исследования функционирования цветовых обозначений в английских паремиях.

Ключевые слова: паремия, цветовое обозначение.

Summary

This article is devoted to the problem of research of functioning of designations of colour in English paremias.

Keywords: paremia, designation of colour.

УДК 811.161.2'38

Мелентьєва В.Ю.,

аспірантка,

Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова

ЛІНГВОФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ ВИВЧЕННЯ КОНЦЕПТІВ ДИНАМІКИ І СТАТИКИ У ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ

У другій половині ХХ ст. постає необхідність дослідження мови з точки зору її участі у пізнавальній діяльності людини. Такий напрям суттєво розширив горизонти лінгвістичних досліджень і дістав назву “когнітивна лінгвістика”. Отримана у процесі предметно-пізнавальної діяльності інформація надходить до людини через різні канали, але предметом вивчення в когнітивній лінгвістиці є лише та її частина, яка набуває відображення і фіксацію у мовних формах [8, 10].

Когнітивна лінгвістика – напрям мовознавства, у якому мова розглядається як засіб отримання, зберігання, обробки, переробки й використання знань, спрямований на дослідження способів концептуалізації й категоризації певною мовою інтеріоризованої дійсності та внутрішнього рефлексивного досвіду [12, 352]. Найважливішим об'єктом дослідження у когнітивній лінгвістиці є концепт.

Термін “концепт” широко застосовується у різних напрямках лінгвістичної науки. Вважають, що його ввів у науковий обіг С.А. Аскольдов ще у 1928 р. у статті “Концепт і слово”, але до середини ХХ ст. його відкриття не було підтримане та продовжене.

У другій половині ХХ ст. суть поняття “концепт” поглиблено вивчали Г. Фреге, А. Вержбицька, В. Карасик, Ю. Степанов, Н. Арутюнова, О. Селіванова, В. Кононенко, В. Іващенко, М. Мамич, М. Скаб, О. Городецька, Н. Бігунова, О. Кагановська, В. Старко, Г. Огаркова, Ю. Белозорьова, Я. Прихода, Т. Вільчинська, С. Єрмоленко, Л. Мацько, Л. Ставицька, А. Мойсієнко та ін.

Концепт – результат пізнання навколишнього світу людиною, цілісне ідеальне утворення, що відображує багатовіковий досвід і специфіку національної культури. Концепти виступають у ролі своєрідних культурних кодів певної нації, які передаються від покоління до покоління і засвоюються разом із мовою. Вони є основою культурної комунікації [5, 192].

Метою статті є спостереження над вивченням концептів “динаміка” і “статика” у лінгвофілософській науці.

Властивість світу бути у постійних змінах визначається поняттям “рух”. Проблема руху завжди хвилювала філософську думку. Вже філософи стародавнього світу вважали його єдиним і різноманітним, таким, що постійно