

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Інститут Електроенергетики

Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеню магістр

студента **Кіріченко Ю. Е.**

академічної групи **035м-18-1**

спеціальності **035 Філологія**

спеціалізації

за освітньо-професійною програмою вищої освіти «Германські мови та літератури (переклад включно)», перша - англійська

на тему: «Концепт кольору як компонент англійської та української мовних картин світу»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Введенська Т.Ю.			
розділів:				
1.	Введенська Т.Ю.			
2.	Введенська Т.Ю.			
Рецензент	Кабаченко І.Л.			
Нормоконтролер	Орел М. В.			

Дніпро
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри
перекладу

Введенська Т.Ю.
(підпис) (прізвище, ініціали)

« _____ » грудня 2019 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня магістр

студенту **Кіріченко Ю.Е.**
(прізвище та ініціали)
спеціальності

академічної групи **035м-18-1**
(шифр)
035 Філологія

спеціалізації

за освітньо-професійною програмою вищої освіти «Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська
на тему: «Концепт кольору як компонент англійської та української мовних картин світу»
затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 7.11.2019 №2075-л

Розділ	Зміст	Термін виконання
<i>Розділ 1</i>	Картина світу як спосіб концептуалізації дійсності	1.10.19
<i>Розділ 2</i>	Номінативне поле концепту «колір» як фрагмент української та англійської мовної картини світу	5.12.19

Завдання видано _____
(підпис керівника)

Введенська Т.Ю.
(прізвище, ініціали)

Дата видачі 01.10.2019

Дата подання до екзаменаційної комісії 19.12.2019

Прийнято до виконання _____
(підпис студента)

Кіріченко Ю.Е.
(прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. Картина світу як спосіб концептуалізації дійсності.....	7
1.1. Виникнення і становлення поняття мовної картини світу	7
1.2. Концепт і його реалізація в мові	15
1.3. Типологія концептів	29
Висновки до 1 розділу	38
РОЗДІЛ 2. Концептосфера кольору як фрагмент української та англійської мов- ної картини світу	40
2.1. Енциклопедична зона концепту «колір»	40
2.2. Концепт кольору та його лексична реалізація.....	51
2.3. Фразеологічні одиниці з компонентом «кольороназва» параемілогіч- ної зони концепту кольору.....	55
Висновки до 2 розділу	69
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74

ВСТУП

Розвиток мови загалом супроводжується постійними змінами. Це стосується не тільки її звукової, лексичної, морфологічної і синтаксичної систем, а й характеру досліджень в цілому. Приміром, такий напрямок, як структурна лінгвістика, розвивався аж до 70-х років 20 століття, в рамках якого мова розумілася як відособлена система, не пов'язана з формами суспільної свідомості. Можна сказати, що структурна лінгвістика вивчала «мову заради мови».

З розвитком теоретичної думки, лінгвістичної науки поняття мови розширюється, встановлюються зв'язки мови з мисленням, науковим свідомістю, культурою. Іншими словами мова стала вивчатися в тісному зв'язку з людиною. Зосередження уваги на вивченні мови невід'ємно від людського фактору призвело до появи в науці поняття мовної картини світу, що представляє собою мовну модель об'єктивного світу.

Мовна картина світу, опис її окремих частин концентрують значний обсяг культурологічної інформації філософського, міфологічного, релігійного, фольклорного характеру і виражають світоглядні концепти. В. Іващенко вважає, що «концепт – це зосередження, «згусток» найрізноманітніших смислів, які об'єктивуються в системі значень окремо взятої мови і виникають у процесі пізнавальної (відображальної) діяльності людини» [25, 205].

Багато що в оточуючій нас дійсності сприймається через колір. Назви кольорів несуть в собі великий інформаційний потенціал. Завдяки первинності перцептивної форми освоєння світу і здатності кольору впливати на фізичний і емоційний стан людини, колір стає культуuroстворюючим фактором і є важливою частиною концептуальної картини світу.

Актуальність дослідження обумовлена підвищеним інтересом сучасного мовознавства до дослідження мовної концептуалізації світу і особливою увагою до вивчення особливостей сприйняття і специфіки відображення кольору в

національній культурі. Актуальними є також проблеми виявлення універсального і національно-специфічного в мовних картинах світу англійської та української мов.

Предметом дослідження є концепт кольору в англійській та українській мові.

Об'єктом є дослідження особливостей мовної репрезентації кольору в англійській та українській мовних картинах світу.

Мета роботи – проаналізувати та описати концепт «колір» в англійській та українській мовних картинах світу.

Мета роботи зумовила постановку таких **завдань**:

- описати поняття «картина світу», різновиди картин світу;
- описати структуру та компоненти концептів, критеріїв, необхідних для виокремлення концепту з мови;
- виокремити ключові особливості та типи паремій із компонентом найменування кольору;
- на основі концептуального аналізу лексики, пов'язаної з номінативним простором кольору проаналізувати соціокультурні особливості вживання основних кольорів спектру у фразеологізмах; виявити спільне і відмінне;
- порівняти лексичну реалізацію концепта «колір» в англійській та українській мовних картинах світу.

В ході дослідження були використані наступні **методи**:

- семний аналіз;
- компонентний аналіз;
- порівняльний аналіз;
- індукція та дедукція;
- фразеологічна ідентифікація та фразеологічний опис.

Теоретична новизна полягає у багатосторонньому розкритті впливу історії та культури англійців та українців на семантику колоронімів у складі концепту кольору.

Практична значимість полягає у тому, що матеріали даної роботи можуть бути використані при подальшому вивченні лексичної реалізації концепту кольору в українській та англійській мовах, яка будує концепт кольору; під час підготовки до занять, у процесі викладання англійської мови, та при вивченні фразеології.

Апробація роботи. Основні положення та результати дослідження пройшли апробцію на науковій конференції НТУ «Дніпровська політехніка» «Європейські мови – 2019: Інновації та розвиток: за матеріалами XVII міжнародної студентської конференції».

РОЗДІЛ 1.

КАРТИНА СВІТУ ЯК СПОСІБ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІ ДІЙНОСТІ

1.1 Виникнення і становлення поняття мовної картини світу

Поняття «картини світу» не є новим. Цікаво, що історія становлення поняття «картина світу» пов'язана з розвитком фізики XIX-XX століть. Людвіг Вітгенштейн ввів термін «картина світу» як термін філософії та логіки в його логіко-філософському трактаті для позначення системи образів, що відображають всю сукупність досягнутих наукою результатів пізнання світу. Проблемі зв'язку мови з мисленням здавна приділяли увагу також і відомі російські та зарубіжні психологи і лінгвісти Л.С. Виготський, А.Р. Лурія, А.А. Потебня, Б.А. Серебреніков та інші. На сучасному етапі розвитку лінгвістики їх ідеї знову набули актуальності в зв'язку з принципами антропоцентризму і когнітивізму, а також переосмисленням багатьох традиційних філософських, психологічних і лінгвістичних проблем. Центральними поняттями когнітивної лінгвістики є поняття концептуалізації та категоризації, двох найважливіших пізнавальних процесів, пов'язаних з формуванням системи знань (картини світу) у вигляді концептів і категорій у свідомості людини [10, 20].

Останнім часом поняття картини світу зустрічається у різних областях гуманітарних наук, а чітке визначення цього поняття дає змогу досягнути узгодженості в описі поняття картини світу засобами різних наук та досягненню розуміння представників різних областей. Особливо важливо визначити це поняття для лінгвістики і культурології, які більшою мірою, ніж інші науки, останнім часом використовують дане поняття.

Перш за все, поняття «мовна картина» пов'язано з ментальністю. Пояснити такий зв'язок можна тим, що у кожного народу своя власна культура,

традиції, менталітет, які неможливо зрозуміти чи сприйняти тільки через мову, оскільки вони закладені у стійких словосполученнях, мовних знаках культури, концептах, які перекласти іншою мовою досить важко. Питання ментального сприйняття світу було порушено з кінця XVIII ст., коли професор Харківського університету І. Ризький у книзі «Введение в круг словесности» писав про те, що кожній мові притаманне щось своє, особливе і відмінне, і у кожної людини є певні риси обличчя [53, 50].

Цікавість до поняття «мовна картина» прослідковується у роботах німецького філософа В. фон Гумбольдта. Він пояснював природу виникнення поняття «мовна картина» тим, що, «людина, пізнаючи природу, наближається до неї і довільно виробляє свої внутрішні сприйняття у відповідності з тим, які відношення один з одним вступають і духовні сили. І це знаходить своє відображення в мові, оскільки вона для слів утворює поняття» [19, 74]. В. фон Гумбольдт стверджував, різні мови – це не різні позначення однієї й тієї самої речі, а різне бачення [18, 167].

Тобто, мова – це не тільки засіб людського спілкування, але й відображення національної культури, іншими словами тип мови залежить від типу культури і навпаки.

Перші спроби наукового обґрунтування поняття «картини світу» з'являються на початку XX століття. На основі вчення В. фон Гумбольдта про внутрішню форму мови, основою якого була ідея ідіостічності мовного змісту, Лео Вайсгербер побудував свою теорію мовної картини світу (Weltbild der Sprache), яка є підкреслено словоцентричною. Л. Вайсгербер пропонував розглядати наукову картину світу невід'ємно від мовної. Однак він визнавав лише часткове підпорядкування науки мові – тільки там, де наукова картина світу відстає від мовної. Логіка Л. Вайсгербера завжди спиралася на розуміння мови як проміжного світу між людиною та зовнішнім світом [13, 153].

Едвард Сепір і Бенджамен Лі Уорф є авторами гіпотези лінгвістичної відносності – концепції, згідно з якою структура мови визначає структуру

мислення і спосіб пізнання зовнішнього світу. Згідно з цією гіпотезою логічний лад мислення визначається мовою. Характер пізнання дійсності залежить від мови, на якому мислить, пізнає суб'єкт. За цим вченням, наука знаходиться в повному підпорядкуванні мови і саме мова займає керівну роль в пізнанні світу.

Академік Ю.Д. Апресян не будує певних ієрархій між мовою і наукою. Властивий кожній конкретній мові спосіб концептуалізації дійсності частково універсальний, частково національно специфічний, так що носії різних мов можуть бачити світ дещо по-різному, через призму своїх мов. Мовна картина світу відрізняється від наукової картини світу і тому є «наївною», але при цьому відображені в мові "наївні" уявлення аж ніяк не примітивні: у багатьох випадках вони не менш складні і цікаві, ніж наукові. Такі, наприклад, уявлення про внутрішній світ людини, які відображають досвід інтроспекції десятків поколінь протягом багатьох тисячоліть і здатні служити надійним провідником у цей світ [3, 36].

Під картиною світу в її найзагальнішому виді автори словника методичних термінів і понять Е.Р. Азімов, А.Н. Щукін пропонують розуміти наступним чином: "Відображення в мовних формах і категоріях, текстах концепти, думки, судження, уявлення народу, що говорить на даній мові, про дійсність, про ставлення людини до дійсності. Відображення культурної своєрідності народу" [1, 167].

Важливо розмежовувати принципово різні картини світу – безпосередню і опосередковану. Безпосередня картина світу – це картина, що виникає в результаті прямого пізнання свідомістю навколишньої дійсності. Пізнання здійснюється як за допомогою органів почуттів, так і за допомогою абстрактного мислення, яким володіє людина, проте в будь-якому випадку ця картина світу не має «посередників» в свідомості і формується як результат безпосереднього сприйняття світу і його осмислення [48, 36].

Важливо, що картина однієї і тієї ж дійсності, одного і того ж світу може бути раціональною і чуттєвою; діалектичною і метафізичною;

матеріалістичною і ідеалістичною; теоретичною і емпіричною, науковою та «наївною», природничо-науковою та релігійною; фізичною і хімічною, – так як існує залежність від способу, загального методу, яким вона була отримана.

Подібні картини світу є історично зумовленими – вони залежать в своєму змісті від досягнутого до того чи іншого історичного етапу рівня пізнання; вони змінюються зі зміною історичних умов, з досягненнями науки, розвитком методів пізнання. В окремих суспільствах або шарах суспільства може домінувати протягом тривалого часу якась одна картина світу, яка визначається панівним методом пізнання.

Безпосередня картина світу тісно пов'язана з світоглядом, але відрізняється від світогляду тим, що вона являє собою змістовне знання, в той час як світогляд відноситься скоріше до системи методів пізнання світу. Світогляд визначає метод пізнання, а картина світу – це вже результат пізнання.

Безпосередня картина світу включає як змістовне, концептуальне знання про дійсність, так і сукупність ментальних стереотипів, що визначають розуміння і інтерпретацію тих чи інших явищ дійсності [48, 36–37]. Таку картину світу Н.М. Лебедева називає когнітивною – картиною, що являє собою результат пізнання дійсності, виступає як результат діяльності когнітивної свідомості і ґрунтується на сукупності впорядкованих знань – концептосфері. Н.М. Лебедева пише: «Наша власна культура задає нам когнітивну матрицю для розуміння світу, так звану «картину світу» [39, 21].

Під когнітивною картиною світу розуміється ментальний образ дійсності, сформований когнітивною свідомістю людини або народу в цілому і є результатом як прямого емпіричного відображення дійсності органами почуттів, так і свідомого відображення дійсності в процесі мислення [49, 37]. Вважаємо необхідним підкреслити, що мовна картина світу також не дорівнює когнітивній картині світу. Остання незмірно ширше, оскільки названо, «омовлено» далеко не весь зміст концептосфери, далеко не всі концепти мають мовне вираження і стають предметом комунікації. Таким чином, когнітивна

картина світу і мовна картина світу пов'язані між собою як первинне і вторинне, як ментальне явище і його вербальне проявлення, як зміст свідомості і засіб доступу дослідника до цього змісту.

Тобто, таким чином, когнітивна картина світу ніщо інше, як сукупність концептів, що виникають в результаті розвитку культури. Когнітивна картина світу в свідомості особистості системна і впливає на:

- сприйняття особистістю навколишнього світу;
- пропонує класифікацію елементів дійсності;
- пропонує прийоми аналізу дійсності (пояснює причини явищ і подій, прогнозує розвиток явищ і подій, пророкує наслідки подій);
- впорядковує чуттєвий і раціональний досвід особистості для його зберігання в свідомості, пам'яті [49, 38].

З мовною картиною світу тісно пов'язана національна картина світу. Дослідник Д. Гачев вводить поняття «національна цілісність», під яким розуміється «єдність національної природи» і «єдність національного характеру народу». Єдність національного характеру народу відповідає системі національного світогляду, особливих типів мислення і свідомості, характерним для представників певної етнічної спільноти. Таким чином, національна цілісність як «ентелехія буття даного цілого» при застосуванні до традиційної культури народу може не тільки описувати характерні особливості національної свідомості, а й представляти національну картину світу як єдине ціле [16, 61].

Національна картина світу як єдине ціле може бути представлена у вигляді впорядкованої системи уявлень національної спільноти про світ, навколишню дійсність, опосередкованих мовними складовими. Дане опосередкування пов'язано з співвіднесенням національного образу світу з національними цінностями, які представлені в національній міфології, філософії, традиції, фольклорі і т. ін. При цьому, як вважає Попова, саме міфологія «виступає важливим елементом в системі механізмів національної

ідентифікації, граючи роль компонента національної свідомості як структуроутворюючого фактора етносу і національної самосвідомості» [49, 59].

У процес формування національної картини світу входить освоєння території, адаптація людини до природного середовища проживання, і, як результат, формування образної картини освоюваного простору, залежить від способу існування людей в цьому світі. Л.Н. Гумільов говорить, що «перше, що формує обличчя народу – це природа, постійно діючий фактор» [20, 234]. Тіло землі, клімат, тваринний світ, рослинність визначають рід праці, а, отже, образ світу. Таким чином, національне – підсумок історичного розвитку народу. Необхідно також відзначити, що зміна національних цінностей (зміна культурно-ціннісних домінант в суспільстві) вносить зміни в національний світогляд і, отже, сприяє еволюції національної картини світу. Таким чином, національна картина світу існує в діяхронному пласті.

Корнілов О.А. вважає, що поняття «національна картина світу» в лінгвістиці тісно пов'язане з поняттям «національна когнітивна картина світу», яке визначається як «розумова, пізнавальна діяльність народу, абстрактна і конкретна одночасно» [31, 269]. Це виявляється в деякій стереотипності поведінки конкретного народу, в загальних переконаннях, думках, у формуванні загального для того чи іншого етносу національного уявлення про дійсність. На думку А. Вежицької національна картина світу опосередковується в мові, в словесності, національні особливості фіксуються в письмовому дискурсі і відображаються в мові народу, між мовною та національною картинами світу існує тісний зв'язок [14, 139]. Філософ О. Шпенглер зазначав, що «кожній культурі притаманний індивідуальний спосіб бачення та пізнання природи... Так само у кожній культурі..., у кожній окремої людини, є свій неповторний вид історії» [67, 54].

В результаті національна картина світу визначається як частина національного світогляду, що становить цілісний, систематизований погляд на світ представників певної національної спільноти в діяхронії. Вона

опосередковується в мові, національні особливості фіксуються в текстах і відображаються в мові народу.

Опосередкована ж картина світу – це результат фіксації концептосфери вторинними знаковими системами, які матеріалізують, реалізують існуючу в свідомості безпосередню когнітивну картину світу. Такими є мовна і художня картини світу.

У досить ґрунтовному науковому доробку О. Селіванової «Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія» мовна картина світу визначається як «представлення предметів, явищ, фактів, ситуацій дійсності, ціннісних орієнтирів, життєвих стратегій і сценаріїв поведінки в мовних знаках, категоріях, явищ мовлення, що є семіотичним результатом концептуальної репрезентації дійсності в етносвідомості» [55, 365].

Більшість дослідників вважає, що між мовною і концептуальною картинами світу існує тісний взаємозв'язок: мова ніби окреслює, виокремлює певні елементи концептуальної картини світу. Тобто, мова пояснює зміст концептуальної картини світу, зв'язуючи слова між собою, внаслідок чого утворюється мовлення [54, 167].

Незважаючи на це, мовна і концептуальна картини світу мають низку відмінних ознак (див. Табл. 1). І.М. Заремська наводить орієнтири розмежування мовної і концептуальної картини світу [23, 340].

Таблиця 1.

МОВНА КАРТИНА СВІТУ	КОНЦЕПТУАЛЬНА КАРТИНА СВІТУ
Індивідуальна	Єдина для всіх мовних колективів
Продовжується наївною свідомістю	Породжується національною свідомістю
Суб'єктивна, оскільки продовжується мовною свідомістю певного етносу	Характеризується об'єктивним характером відображення реального світу; «інваріант» інтернаціонального людського пізнання

Продовження таблиці 1

МОВНА КАРТИНА СВІТУ	КОНЦЕПТУАЛЬНА КАРТИНА СВІТУ
Змінюється дуже повільно	Знаходиться у постійній динаміці
Характеризується поступальною еволюційністю розвитку	Характеризується стрімкими періодами розвитку і частими їх змінами

Зупиняючись на аспекті динамічності картин світу необхідно зауважити, що мовна картина індивідуума формується протягом усього життя, починаючи з довербального періоду. Згодом відбувається вербалізація результатів пізнання, накопичення інформації про світ. На відміну від концептуальної картини світу, мовна картина світу є більш консервативною і довго зберігає аспекти застарілих уявлень людини про світ. У зв'язку з тим, що пізнання окремої людини не є вільним від помилок, його індивідуальна картина світу може «перемальовуватись». На нашу думку найбільш вірним тлумаченням картини світу є ствердження В. Маслової, про те, що термін «мовна картина світу» – це не більше ніж метафора, бо в реальності специфічні особливості національної мови, в яких зафіксовано унікальний суспільно-історичний досвід певної національної спільноти людей, створюють для носіїв цієї мови не якусь іншу, неповторну картину світу, відмінну від об'єктивно існуючої, а лише специфічне забарвлення цього світу, що обумовлене національною значимістю предметів, явищ, процесів, виборчим ставленням до них, яке породжується специфікою діяльності, способом життя і національною культурою даного народу [42, 66].

Художня картина світу виникає в свідомості читача при сприйнятті їм художнього твору (або в свідомості глядача, слухача – при сприйнятті інших творів мистецтва). У художній картині світу можуть відобразитись особливості національної картини світу – наприклад, національні символи, національно-специфічні концепти. При цьому слід завжди пам'ятати, що художня картина

світу – вторинна, опосередкована картина світу, причому вона опосередкована двічі – мовою і індивідуально авторською концептуальною картиною світу.

1.2 Концепт і його реалізація в мові

Термін «концепт» є фундаментальним терміном понятійного апарату культурологічної лінгвістики. Якщо ж звернутись до історії поняття «концепт», можна виявити, що цей термін в лінгвістиці є запозиченим з математичної логіки. Поява та застосування як терміна в мовознавстві починається з 1928 р. з виходу в світ статті С.А. Аскольдова (псевдонім С.А. Алексеева) «Слово і концепт», що була опублікована в журналі «Русская речь». Однак в силу різних об'єктивних і суб'єктивних причин, однією з яких, була державна ідеологія Радянського Союзу, «концепт» на тривалий час зникає з вітчизняного лінгвістичного лексикону. Можна також припустити, що даний іншомовний термін не зміг конкурувати з усталеним традиційним, більш звичним для наукової громадськості терміном російської мови «поняття».

Слідом за Ю.С. Степановим ми вважаємо концепт більш об'ємним розумовим конструктом людської свідомості в порівнянні з поняттям. За висловом Степанова, концепт є «якесь сумарне явище, за своєю структурою, що складається з самого поняття і ціннісного (нерідко образного) уявлення людини про нього» [59, 40–43].

Тільки через кілька десятиліть даним терміном починають оперувати когнітивісти, деякі з яких працюють в парадигмі філософії мови (Наприклад, Павільоніс Р.І. та М.А. Холодна). В їх роботах пріоритетним є вивчення базисних підсистем людського знання. Вербальні знаки, що фіксують елементи понятійних систем, як правило, при цьому когнітивіст не акцентує. Це, на жаль, не сприяє глибокому аналізу і розумінню сутності мовних концептів, які переживають етапи свого становлення в конкретних історичних умовах, в певному культурному контексті.

Термін «концепт» переживає епоху «лінгвістичного ренесансу» з початку 90-х років 20-го століття в першу чергу завдяки науковим працям Д.С. Лихачова і Ю.С. Степанова, що реанімували його і дали йому свою ґрунтовну інтерпретацію.

Активне вживання даного терміну в когнітивній лінгвістиці, в парадигмі лінгвістичного концептуалізму і в лінгвокультурології пояснюється необхідністю введення в їх категоріальний апарат відсутньої когнітивної «ланки», в зміст якої крім поняття входять асоціативні образні оцінки і уявлення про неї його продуцентів і користувачів [50, 250]. Концепт є основною одиницею і концептології, і лінгвокультурології, і саме тому, відрізняється неоднозначністю і суперечливістю свого тлумачення. Нерідко його вживають синонімічно поряд зі «стереотипом», «архетипом», «прототипом», «ментефактом», «символом», «гештальтом», «культуремою», «логоепістемою» та ін. Такий термінологічний розкид свідчить не стільки про відсутність єдності точок зору щодо природи і функцій концепту, скільки про багатство його ознак і властивостей, що знову і знову відкриваються суб'єктом-дослідником.

Однією з центральних теоретичних проблем когнітивної лінгвістики залишається проблема співвідношення слова і концепту. Концепт як ментальне утворення високого ступеня абстрактності пов'язаний переважно саме зі словом. З цього випливає, що він включає в себе крім предметної віднесеності всю комунікативно значиму інформацію. Красавський говорить, що «перш за все, це вказівки на місце, займане цим знаком в лексичній системі мови: його парадигматичні, синтагматичні та словотвірні зв'язки – те, що Ф.Соссюр називає «значимістю» і що, в кінцевому підсумку, відображає «лінгвістичну цінність позамовного об'єкта» [33, 50]. У семантичний склад концепту входить також вся прагматична інформація мовного знака, пов'язана з його експресивною і ілокутивною функціями, що цілком узгоджується з «переосмисленням» [59, 42] й «інтенсивністю» [51, 5] духовних цінностей.

Такі дослідники як А.П. Бабушкін (в ранніх своїх роботах), Г.Г. Слишкін, С.Г. Воркачев і ряд інших вважають, що концепт завжди має словесний вираз, обов'язково названий словом, інакше не можна говорити про існування концепту. С.В. Кузлякін взагалі ототожнює концепт і слово: «в число концептів включаються лексеми, значення яких складають зміст національної мовної свідомості» [36, 177]. Сучасні ж психолінгвістичні і нейролінгвістичні дослідження показують, що механізм мислення і механізм вербалізації – різні механізми. Крім того, концепти можуть функціонувати в універсальному предметному коді людини, виконуючи свої функції одиниць мислення, але не знаходячи при цьому виходу в мову і комунікацію, оскільки деякі з них просто не призначені для обговорення з іншими людьми. При цьому якщо буде потреба вони, звичайно, можуть бути вербалізовані окказіональними мовними засобами або «виражені», по В.І. Карасіку [29, 110], тобто описані словесно без прямого називання самого концепту, а також можуть бути описані дослідником в словесній формі. При цьому існування вербалізації не є для концепту обов'язковою умовою його існування.

Підкреслимо, що концепт в процесі розумової діяльності (відповідно до голографічної гіпотези зчитування інформації А.А. Залевської) повертається різними сторонами, актуалізуючи в процесі розумової діяльності різні ознаки і їх сукупності; ці ознаки або сукупності ознак концепту цілком можуть не мати стандартного мовного позначення в рідній мові людини.

Досить важливим є розмежування понять значення і концепту. Складнощі в розмежуванні значення і концепту визначаються в зоні їх перетину, вони і вимагають розгорнутого обговорення. Свідомість людини, локалізуючись в мозку, відображає об'єктивну і суб'єктивну дійсність.

Концепт і значення в рівній мірі представляють собою відображення дійсності (об'єктивної і суб'єктивної). Обидва явища – значення і концепт – когнітивної природи, обидва представляють собою результат відображення і пізнання дійсності свідомістю людини.

Когнітивні ознаки, що утворюють зміст концепту, відображають певні сторони явищ реальної дійсності. Значення слова, семема також мають когнітивний характер – складаються з сем, що репрезентують, представляють в мові окремі когнітивні ознаки утворюючи зміст концепту.

У зв'язку з цим вживане в деяких напрямках когнітивних досліджень словосполучення *когнітивна семантика* представляється тавтологією (комунікативне спілкування), оскільки семантика некогнітивною бути не може – вона відображає результати когніції навколишньої дійсності.

Значення і концепт – продукти діяльності різних видів свідомості. Ми вже зазначали вище відмінність між когнітивною і мовною свідомістю людини. Проведене розмежування дозволяє протиставити концепти і значення як ментальні одиниці, виокремлювати, відповідно, в когнітивній та мовній свідомості людини і утворюють сам зміст цих видів свідомості [48, 259].

Концепт – продукт когнітивної свідомості людини, значення – продукт мовної свідомості. Особливість семантики мовних одиниць в тому, що семантика НЕ просто відображає дійсність, як концепт, це загальновідома та комунікативно релевантна частина концепту, яка виступає у вигляді мовного знака в актах комунікації.

Значення по відношенню до концепту виступає як його частина, що називається регулярно використовуваним і відтвореним в даному співтоваристві мовним знаком і представляє в спілкуванні комунікативно релевантну для даної лінгвокультурної спільності частину концепту. Концепт співвідноситься з категоріями значення і сенсу. Значення імені – це предмет (денотат), що носить це ім'я, сенс – концепт цього денотата, інформація, завдяки якій стає можливим віднесення імені до даного предмету. У лінгвокультурологічному трактуванні концепт ототожнюється з типовим уявленням «прототипом, гештальт-структурою» (терміни Телія) [62, 94–97] і тут, як можна бачити, логіко-семантичні значення і сенс практично міняються місцями: концепт денотата – відомості, необхідні і достатні для виділення класу

об'єктів – заміщається власне денотатом – типовим образом, що представляє клас в нерозчленованій повноті ознак. Ще одним високоймовірним компонентом семантики мовного концепту є когнітивна пам'ять слова: смислові характеристики мовного знака, пов'язані з його споконвічним призначенням і системою духовних цінностей носіїв мови [2, 56–59; 62, 235]. Однак концептологічно найбільш істотним тут виявляється так званий культурно-етнічний компонент, який визначає специфіку семантики одиниць природної мови і відображає мовну картину світу його носіїв.

Красавский Н.А., узагальнюючи наукові дефініції С.А. Аскольдова, Е.С. Кубрякової, С.Х. Ляпіна, О.П. Скидан вважає, що концепт – це «багатовимірний розумовий конструкт, що відображає процес пізнання світу, результати людської діяльності, його досвід і знання про світ, який зберігає інформацію про нього» [33, 40–59]. М.А. Холодна трактує концепт як «пізнавальну психічну структуру, особливості організації якої забезпечують можливість відображення дійсності в єдності різноякісних аспектів». На думку Красавського, концепти – це «смисли, складові когнітивно базисні підсистеми думки і знання» [65, 40–59].

Концепт, як і поняття, – одиниця когнітивного порядку. Архітектоніка концепту як структурно-сислової освіти складніше архітектоніки поняття.

Безумовно, концепт – це «багатовимірне ідеалізоване формоутворення» [41, 11–35], однак єдиної думки щодо числа семантичних параметрів, за якими можна вести його вивчення, у концептологів немає. Наприклад, С.Х. Ляпін, Ю.С. Степанов і В.І. Карасик говорять про те, що в ці параметри включаються як понятійне, так і образне, ціннісне, поведінкове, етимологічне і культурне 'вимірювання', з яких майже кожне може мати пріоритетний статус в дослідженні [41, 78–89; 60, 12; 28, 15].

Зміст терміна «концепт» не може вважатися досить чітко визначеним. Існують різні, досить суперечливі визначення цього поняття, причому в словниках і довідниках вони стали з'являтися фактично тільки в середині 90-х

рр. Узагальнення точок зору на концепт і його визначення в лінгвістиці дозволяє прийти до наступного висновку: концепт – це одиниця колективної свідомості (належить до вищих духовних цінностей), що має мовне вираження і відзначена етнокультурною специфікою.

Щодо структури концепту можна сказати, що його неоднорідність стала очевидна дослідникам з самого початку когнітивних досліджень. Думки про основні компоненти концептів висловлювалися різні. С.Г. Воркачев виділяє в концепті понятійну складову – понятійну, яка відображатиме його ознакову і дефініційну структуру, образну складову, що фіксує когнітивні метафори, які підтримують концепт у мовній свідомості) і значущу складову – етимологічні, асоціативні характеристики концепту, що визначають його місце в лексико-граматичній системі мови [15, 7].

Згідно В.І. Карасіка, концепт складається з трьох компонентів – понятійного, образного і ціннісного [27, 3–16]. За образним зауваженням С.Х. Ляпіна, «в глибині концепту мерехтить поняття» [41, 11–35].

Концепт на відміну від поняття не тільки мислиться, а й переживається. Із цього виходить, що його обсяг ширше обсягу поняття. Концепт включає в себе саме поняття, є в свою чергу його обов'язковим ядерним компонентом.

Наступну структуру концепту пропонує Ю.С. Степанов, виокремлює в концепті повсякденну, загальновідому сутність, та сутність, відому окремим носіям мови, а також історичну, етимологічну інформацію. Так, в концепті «8 березня» дослідник виділяв інформацію «жіночий день» (повсякденна сутність), «день захисту прав жінок» (відомо окремим носіям мови) і «заснований за пропозицією К. Цеткін» (історична інформація) [59, 40].

Концепт, на думку Ю.С. Степанова, включає в себе такі компоненти, як «1) основна, актуальна ознака; 2) додаткова чи кілька додаткових, пасивних ознак, які є вже не актуальними, а історичними; 3) внутрішня форму, зазвичай зовсім не усвідомлювана, відбита в зовнішній словесній формі» [59, 43]. Перший компонент – основний, актуальний ознака концепту – значущий,

«відомий» всім носіям тієї чи іншої мови, тієї чи іншої культури. Виражений вербально, засіб комунікації представників певної етнічної спільності, нації, народу, народності. На відміну від нього другий компонент – додатковий, пасивна ознака концепту – виявляє свою актуальність далеко не для всього етносу; він доступний для представників певної соціальної групи, для конкретного мікросоціуму. І, нарешті, третій компонент – етимологічна ознака або внутрішня форма – є найменш актуальною для мовно- і концептоносіїв будь-якої культури, оскільки історією життя слова займаються переважно фахівці конкретних наук. Концепти, так само як і поняття, не обов'язково повинні мати, по нашому баченню, вербалізовану форму, хоча, як правило, вони матеріально існують, тобто знаково оформлені.

Г.Г. Слишкін виокремлює в структурі концепту чотири зони – основні (інтразону, екстразону) і додаткові – квазізону і квазіекстразону [56, 17–18]. Інтразона – це ознаки концепту, що відображають власні ознаки денотата (*ведмідь* – любить мед, клишоногий, сильний, кущий хвіст, панує в лісі, його дресирують і ін.). В екстразону входять ознаки, які добувають із паремій і переносних значень. Квазіінтразона і квазіекстразона пов'язані з формальними асоціаціями, що виникають в результаті співзвуччя імені концепту з іншим словом, використанням евфемізмів [57, 65–66].

М.В. Нікітін виокремлює в концепті образ, поняття, когнітивний імплікаціонал і прагматичний імплікаціонал [45, 59–60].

Аналізуючи думки дослідників, можна зрозуміти, що більшість дослідників виокремлює в складі концепту образ, певне інформаційно-понятійне ядро і деякі додаткові ознаки, що свідчить про принципову подібність у розумінні структури концепту в різних наукових школах. Вважаємо за потрібне звернути увагу на три базових структурних компонента концепту – образі, інформаційному змісті і інтерпретаційному полі.

Наявність в концепті образного компонента визначається самим нейролінгвістичним характером універсального предметного коду: чуттєвий

образ кодує концепт, формуючи одиницю універсального предметного коду. Чуттєвий образ виявляється і в лексикографічному значенні багатьох слів (червоний, кислий, теплий, прямокутний і т. ін. – подібні одиниці метамови входять в словникові тлумачення багатьох слів), він може виявлятися і в психолінгвістичному значенні в ході експериментів, або тільки в когнітивній, невербальній складовій концепту.

Наприклад, найбільш яскраві наочні образи у носіїв української мови пов'язані з назвами астрономічних тіл, транспортних засобів, предметів побуту, пір року, місяців, часу доби, найменувань частин тіла людини і тварин, назв осіб за родинним стосункам, найменувань рослин, приладів і апаратів, друкованих видань, частин ландшафту.

Цікаво, що ті чи інші образи виявлені і для абстрактної лексики – вони теж мають чуттєвий характер, але більш суб'єктивні, різкіше розрізняються у різних випробуваних: релігія – церква, монахи, що моляться люди, ікони, біблія, свічки; мовчання – люди зі стиснутими губами і виразними очима, порожня кімната, тиша; побут – миття посуду на кухні, телевізор в будинку, прибирання квартири; математика – цифри, формули, графіки, приклади в підручнику, в зошиті або на дошці, списана формулами дошка і т. ін. [8, 22]. Наявність образу в структурі концепту підтверджується т.зв. прототипною семантикою, яка отримала широкий розвиток в сучасній лінгвістиці. Прототипи, пише Д. Лакофф, – це найбільш чіткі, яскраві образи, здатні уявити клас концептів в цілому (наприклад, для класу птахів – це горобець). На основі найважливіших ознак прототипу людина здійснює класифікаційну (таксономічну) діяльність, виконує категоризацію знань [38, 54].

Е. Рош визначає прототип як одиницю, яка виявляє найбільшою мірою властивості, спільні з іншими одиницями даної групи, а також як одиницю, що реалізує ці властивості в найбільш чистому вигляді і найбільш повно, без домішки інших властивостей [69, 29].

Як зазначає В.І. Карасік, для багатьох прототипом слова фрукт є образ яблука, а прототипом слова іспит – узагальнена картина бесіди викладача зі студентом за столом [29, 110].

Про наявність прототипних образів свідчать численні стандартні асоціативні реакції – великий російський поет – Пушкін, частина обличчя – ніс, велика російська ріка – Волга, домашня птиця – курка тощо.

Образи можуть бути суто індивідуальними – місто – моє, чоловік – Олексій і т. ін. Проте якщо чуттєвий образ виявляється як груповий, що співпадає у групи випробовуваних (наприклад, образи, які виявляються деякими частотними асоціативними реакціями в ході вільного асоціативного експерименту: береза – біла, пустеля – пісок, квітка – ромашка, троянда та ін.), то цей образ вже можна розглядати як факт концептосфери народу, як щодо стандартизованого образу, обробленого і «визнаного» національною свідомістю.

Чуттєвий образ в структурі концепту неоднорідний. Він утворений:

- перцептивними когнітивними ознаками, що формуються в свідомості носія мови в результаті відображення їм навколишнього дійсності за допомогою органів почуттів (перцептивний образ);
- образними ознаками, які формувались метафоричним осмисленням відповідного предмета або явища (т.зв. когнітивною або концептуальною метафорою). Цей образ можна назвати метафоричним або когнітивним (оскільки подібна метафора називається когнітивною) [47, 14–15].

Перцептивний образ включає зорові, тактильні, смакові, звукові та образи, що асоціюються з запахами (троянда – червона, церква – з куполами, ніж – гострий, лимон – кислий, апельсин – помаранчевий, кошения – теплий, ведмідь – бурий, білий тощо).

Когнітивний образ відсилає абстрактний концепт до матеріального світу. Так, в роботах М.В. Піменової вичерпно показана роль концептуальних метафор у формуванні змісту абстрактних концептів внутрішнього світу

людини – душа, дух і їх англійські відповідності. Показано на прикладі художнього тексту, що російський концепт *душа* концептуалізується через метафору *будинок*: душу можна замкнути на замок, душу може видути протяг, в чужу душу можна проникнути як до чужого дому – влізти в душу, забратися в душу, можна увійти в душу, в душу може проникнути холод, але душу можна і зігріти, в душі може згаснути світло, в неї можна закрастися, в ній можна жити, вона може бути обмежена, в ній може жити страх, її можна очистити. В неї можна відкрити двері і її можна закрити перед будь-ким, вона може бути відкритою і закритою тощо [47, 351].

Ці метафори формують той когнітивний чуттєво-наочний образ, який «приземляє» абстрактний концепт, наповнює його конкретним образним змістом, що дозволяє його закріпити в універсальному предметному коді мислення.

При опису змісту концепту виявлені когнітивні образи в процесі когнітивної інтерпретації повинні бути сформульовані як певні когнітивні ознаки, що входять до структури концепту. Когнітивні образи важче формулюються в порівнянні з перцептивними, але вони, як правило, більш численні, що свідчить про важливе місце, яке вони займають у структурі концепту.

Отже, подібний компонент в структурі концепту складається з двох складових – перцептивного образу і когнітивного (метафоричного) образу, що в однаковій мірі відображають образні характеристики предмета або явища, що концептуалізується.

Інформаційний зміст концепту включає мінімум когнітивних ознак, що визначають основні, найбільш істотні відмінності предмета або явища, що концептуалізується. Це ознаки, найбільш суттєві для самого предмета або його використання, що характеризують його найважливіші диференціальні риси, обов'язкові складові частини, основну функцію і подібне. Інформаційних

когнітивних ознак зазвичай небагато, це дефініційний мінімум ознак, що визначають сутність концепту.

Інформаційний зміст багатьох концептів є близьким до змісту словникової дефініції ключового слова концепту (якщо воно є), але в нього входять тільки ознаки, що диференціюють денотат концепту і виключаються випадкові, необов'язкові, оціночні ознаки.

Приклади інформаційних компонентів концептів: квадрат – прямокутник, рівні сторони; зірка – світове тіло, розпечене.

Визначати інформаційний зміст концептів, що відображають артефакти і наукові поняття, легше, ніж визначати інформаційний мінімум концептів, що відображають натурфакти (найменування тварин, явищ природи) або абстрактні сутності, що концептуалізуються.

Численні приватні, енциклопедичні, оціночні ознаки що входять в інформаційний зміст концепту, вони належать вже інтерпретаційному полю, хоча не завжди можна провести чітку грань між інформаційним і інтерпретаційним змістом концепту.

Інтерпретаційне поле концепту включає когнітивні ознаки, які в тому чи іншому аспекті інтерпретують основний інформаційний зміст концепту, впливають з нього, представляючи собою деякі вивідні знання, або оцінюють його.

Інтерпретаційне поле неоднорідне, в ньому досить чітко визначаються кілька зон – таких ділянок інтерпретаційного поля, які мають певну внутрішню змістовну єдність і об'єднують близькі за змістом когнітивні ознаки.

З.Д. Попова та І.А. Стернін виділяють наступні зони інтерпретаційного поля:

- Оціночна зона – об'єднує когнітивні ознаки, що виражають загальну оцінку (хороший / поганий), естетичну (красивий / потворний), емоційну (приємний / неприємний), інтелектуальну (розумний / дурний), моральну (добрий / злий, законний / незаконний, справедливий / несправедливий і т. ін.).

- Енциклопедична зона – об'єднує когнітивні ознаки, що характеризують необов'язкові ознаки концепту, вимагають знайомства з ними на базі досвіду, навчання, взаємодії з денотатом концепту тощо.

Наприклад, для концепту *гроза* це такі ознаки як: небезпечна для людини, найбільш небезпечна кульова блискавка, буває зазвичай влітку, губить літаки, перешкоджає польотам, порушує роботу електроприладів, не можна ховатися під високими деревами, викликає страх у дітей і т. ін. Енциклопедичних ознак зазвичай виділяється багато, але вони часто мають яскраво виражений груповий і індивідуальний характер.

- Утилітарна зона – об'єднує когнітивні ознаки, що виражають утилітарне, прагматичне ставлення людей до денотату концепту, знання, пов'язані з можливістю і особливостями його використання для будь-яких практичних цілей. Наприклад: *українська мова* – складна, потрібна, необхідна, важко вивчити; *англійська мова* – зараз без неї нікуди; *собака* – дорого обходиться утримання, від неї всюди шерсть всюди, з великим собакою будинку спокійніше; *кішка* – лікує хвороби, приємно гладити.

- Регулятивна зона – об'єднує когнітивні ознаки, розпорядчі, що треба, а що не треба робити в сфері, «покривається» концептом: *російська мова* – треба вчити, треба говорити культурно; *закон* – треба охороняти, треба дотримуватися, карати порушників, не можна порушувати; *побут* – треба підтримувати, повинен бути зручним; *автомобіль* – треба їздити за правилами; вулиця - треба переходити по переходу тощо.

- Соціально-культурна зона – об'єднує когнітивні ознаки, що відображають зв'язок концепту з побутом і культурою народу: традиціями, звичаями, конкретними діячами літератури і мистецтва, певними художніми творами, прецедентними текстами і т.д. Наприклад: концепт *гроза*: Іван Грозний, Островський, п'єса «Гроза», Катерина, люблю грозу на початку травня; концепт *російська мова* – Пушкін, Лермонтов, Єсенін, Ленін, частівки, пісні, луг, поле, берізки, село, бідність, злидні, сарафан, кокошник та ін.

- Пареміологічна зона – сукупність когнітивних ознак концепту, об'єктивованого прислів'ями, приказками та афоризмами, сукупність тверджень і уявлень про явище, що відображається концептом в національних пареміях (наприклад: *досягнення результату в праці передбачає значні зусилля – без праці не виймеш рибку зі ставка; не слід довіряти зовнішньому враженню – зовнішність оманлива; час дозволяє людям звикнути один до одного – стерпиться-злюбиться; будь-якій людині приємно почути ласкаві слова – добре слово і кішці приємно*) [48, 79].

Пареміологічна зона – особлива зона в структурі концепту, оскільки вона відображає не сучасні, а переважно історичні уявлення про ставлення народу до концепту і розумінні народом різних сторін цього концепту.

Паремії всередині зони можуть бути впорядковані за принципом поля з урахуванням частотності вираження того чи іншого сенсу в пареміологічному фонді мови.

Образ і інформаційний зміст концепту представляють його інформаційний каркас, який має відносно структурований характер.

Інтерпретаційне поле, як повітря, пронизує концепт, наповнює його, заповнює «місце» між його структурними компонентами – це найменш структурована частина концепту, вона може бути описана як перерахування ознак.

Характерна риса інтерпретаційного поля – співіснування в ньому когнітивних ознак, що суперечать один одному (наприклад, оціночна зона концепту *російська мова* включає оцінки *хороша* (60%) і *погана* (17%), *утилітарна зона* включає ознаки *складна* і *проста* і т.д. Подібна суперечливість цих ознак пояснюється, як вже вказувалося вище, саме їх приналежністю до інтерпретаційного поля концепту, яке містить «висновки» з різних когнітивних ознак ядра, зроблені в різних умовах, в різні історичні періоди, різними групами носіїв мови.

Структура того чи іншого концепту може бути описана лише після того, як встановлено і описано його зміст – тобто виявлені утворюючі зміст концепту когнітивні ознаки. Відносини між окремими структурними компонентами концепту і його польовою організацією не симетричні.

З.Д. Попова та І.А. Стернін виділяють базові структурні компоненти концепту – образ, інформаційний зміст і інтерпретаційне поле, що розподіляються за різними польовим ділянками концепту, при цьому відсутня жорстка закріпленість структурних компонентів концепту за певними польовими зонами – так, інформаційний зміст концепту може належати і до ядра, і до ближньої периферії, і до інших зон периферії, а ознаки інтерпретаційного поля можуть увійти по яскравості в ядро концепту [48, 75]. Лише пареміологічна зона, як зазначалося вище, переважно становить крайню периферію змісту концепту.

Образ не обов'язково входить в ядро концепту як структури, хоча в індивідуальній свідомості конкретний образ, очевидно, таким є – оскільки кодує концепт для даного носія мови.

Периферійний статус тієї чи іншої концептуальної ознаки зовсім не свідчить про її малозначність або непотрібність в структурі концепту, статус ознаки лише вказує на міру його віддаленості від ядра за ступенем яскравості. Таким чином, в теорії і описі концептів З.Д. Попова та І.А. Стернін розмежовують *зміст концепту* і *структуру концепту* [48, 81].

Зміст концепту утворено когнітивними ознаками, що відображають окремі ознаки предмета або явища, що концептуалізується і описується як сукупність цих ознак. Зміст концепту внутрішньо впорядковано за польовим принципом – ядро, ближня, далека і крайня периферія. Належність до тієї чи іншої зони змісту визначається перш за все яскравістю ознаки в свідомості носія відповідного концепту. Опис здійснюється як перерахування ознак від ядра до периферії в міру зменшення яскравості ознаки.

Структура концепту включає утворюючі концепт базові структурні компоненти різної когнітивної природи – чуттєвий образ, інформаційний зміст і інтерпретаційне поле і описується як перерахування когнітивних ознак, що належать кожному з цих структурних компонентів концепту.

Дослідженню підлягає як зміст, так і структура, як ядро, так та периферія концепту, проте важливо диференціювати їх в процесі опису, оскільки їх статус і роль в структурі свідомості і в процесах мислення різні і вони вимагають різних прийомів опису.

1.3 Типологія концептів

Питання про типологію концептів – також одне з перших теоретичних питань, що виникло в процесі становлення когнітивної лінгвістики. Пошуки визначення концепту, його ментальної специфіки тісно були пов'язані з проблемою класифікації концептів, якій дослідники приділяли велику увагу.

Інтенсивний розвиток когнітивної лінгвістики, теоретичне осмислення поняття концепт і типології концептів призвело дослідників до розуміння того, що *концепт* являє собою зонтичний термін, який об'єднує різні види ментальних явищ, функцією яких є структуризація знань у свідомості людини. Було вироблено розуміння того, що концепти – це одиниці мислення, які за своїм змістом і організацією можуть бути вельми різні при збереженні своїх основних функцій – структурувати знання і виступати одиницями розумового процесу.

Типологія концептів можлива і необхідна в силу того, що розрізняються типи знань, що подаються концептами. А.П. Бабушкін розмежовує розумові картинки, схеми, гіпероніми, фрейми, інсайти, сценарії, калейдоскопічні концепти [6, 43–67]. Н.Н. Болдирев розмежовує конкретно-чуттєві образи, уявлення, схеми, поняття, прототипи, пропозиції, фрейми, сценарії або скрипти, гештальт [9, 36–38]. С.Г. Воркачев виділяє концепти вищого рівня (борг, щастя, любов, совість) і звичайні концепти [15, 44]. Г.Г. Слишкін виділяє цінні та

вторинні концепти, метаконцепти (які утворюються внаслідок осмислення продуктів попередньої концептуалізації і в яких реалізується рефлексія носія мови [56, 5], а також пропорційні, що сформувалися, досі формуються, граничні і рудиментарні лінгвокультурні концепти [56, 6–7]. В.І. Карасік розмежовує параметричні і непараметричні (регулятивні і нерегулятивні) концепти [28, 70]. М.В. Піменова виділяє наступні види концептів: – образи (*Русь, Росія, мати*), ідеї (*соціалізм, комунізм*) і символи (*лебідь*), а також концепти культури, які діляться на кілька груп: універсальні категорії культури – *час, простір, рух, зміна, причина, наслідок, кількість, якість*; соціально культурні категорії – *свобода, справедливість, праця, багатство*; категорії національної культури – для росіян це *воля, частка, соборність, душа, дух*; етичні категорії – *добро, зло, борг, правда, істина*; міфологічні категорії – *боги, ангел-хранитель, духи, домовик* [46, 10]. Існують і інші класифікації.

Концепти можна класифікувати за різними підставами, кожна з яких буде відображати «когнітивну реальність». З нашої точки зору, найбільш важливо правильною класифікацією дають З.Д. Попова, І.А. Стернин. Вони розрізняють концепти по тому типу знання, відображення дійсності, яке вони закріплюють, оскільки саме від цього залежать методи виділення і опису концептів [49, 82].

Концепти уявлення – узагальнений чуттєво-наочний образ предмета або явища. Концепти-уявлення, як правило, об'єктивуються в мові переважно лексичними одиницями конкретної семантики. Проте, що смислова сторона подібних одиниць репрезентує саме уявлення, свідчать словникові дефініції цих лексем, багато з яких практично повністю складаються з перерахування чуттєво сприймаючих ознак предмета номінації: *тремтіння – часте судорожне здригання тіла, клен – листяне дерево з широкими різьбленими листям, ластівка – перелітний птах з вузькими, гострими крилами, в'юнка і швидка в польоті.*

Уявлення статичні і являють собою відображення сукупності найбільш яскравих зовнішніх, чуттєво сприймаючих ознак окремого предмета або явища.

Схема – концепт, представлений деякою узагальненою графічною або контурною схемою; це гіпероним з ослабленим образом – *дерево взагалі*, (наочний образ дерева взагалі – стовбур і крона), образ річки як протяжності, стрічки, схематичний образ людини – голова, тулуб, руки і ноги («точка, точка, кома, мінус, пика крива, палиця, палиця, огірочок – ось і вийшов чоловічок» – як в дитячих малюнках). Н.Н. Болдирев визначає схему так: «Розумовий образ предмета або явища, що має просторово контурний характер» [9, 36].

Схеми можна намалювати, що говорить про реальність існування даної форми структуризації знань. Схема – проміжний тип концепту між уявленням і поняттям, певний етап розвитку абстракції.

Поняття – концепт, який відображає найбільш загальні, істотні ознаки предмета або явища, результат їх раціонального відображення і осмислення. Наприклад: *квадрат – прямокутник з рівними сторонами, літак – літальний апарат важчий за повітря*).

Поняття виникає на базі уявлення або схеми шляхом поступового, поетапного відволікання від другорядних, випадкових, індивідуальних чуттєво сприймаючих ознак (*фрукт, овоч, птах*), або шляхом з'єднання в понятійному образі розумових компонентів інших концептів. З'єднуватися можуть як ознаки, що відображають реально існуючі елементи дійсності (*літак, автомобіль* та ін.), так і ознаки, що відображають елементи дійсності, яких не існує в тому або іншому конкретному поєднанні (*русалка, кентавр*). В останньому випадку концепт є, але немає в природі самих денотатів концепту, хоча чуттєві образи, що відображають реально існуючі ознаки, в наявності – русалку і кентавра, як і бога можна намалювати; це свідомство того, що, по-перше, фантазія – це незвичайне поєднання звичайних елементів, а, по-друге, що концепт – це продукт відображення дійсності, але продукт, *оброблений* в результаті розумової діяльності.

В силу сказаного слід визнати, що концепти-поняття формуються в мисленні переважно як відображення наукової та виробничої сфер дійсності. Поняття вербалізуються, як правило, термінологічною і виробничою лексикою, а також лексемами раціональної семантики типу *житель, клієнт, прохач, позивач, відповідач, суддя* [49, 83].

Багато понять фактично створюються лінгвістами, що стоять перед необхідністю дати слову дефініцію в тлумачному словнику в опорі на невелику кількість диференційних ознак або виконати компонентний аналіз значення слів, щоб розмежувати подібні за змістом слова. Як відзначав Ю.С. Степанов, «логічні поняття вироблені не для кожного явища, званого окремим словом, тому що не всі об'єкти і явища є предметом громадського пізнання [60, 12].»

Фрейм – мислимий в цілісності його складових частин багатоконпонентний концепт, об'ємне уявлення, деяка сукупність стандартних знань про предмет або явище. Наприклад, *магазин* (компоненти – купувати, продавати, товари, коштувати, ціна та ін.), *стадіон* (пристрій, зовнішній вигляд, поле для гри на ньому та ін.). приклади фреймів: *ресторан, кіно, поліклініка, лікарня, іспит*.

Сценарій (скрипт) – послідовність кількох епізодів у часі; це стереотипні епізоди з ознакою руху, розвитку. Фактично це фрейми, що розгортаються в часі і просторі як послідовність окремих епізодів, етапів, елементів: *відвідування кіно, поїздка в інше місто, відвідування ресторану, поліклініки, бійка, гра, екскурсія*. Стадіон – це фрейм, а відвідування стадіону, виступ на стадіоні, реконструкція стадіону і т. ін.

Гештальт – комплексна, цілісна функціональна розумова структура, впорядковує різноманіття окремих явищ в свідомості. Гештальт (термін Х. Еренфельса, австрійського мистецтвознавця кінця 19-го століття) являє собою цілісний образ, який поєднує чуттєві і раціональні елементи, а також об'єднує динамічні і статичні аспекти відображуваного об'єкта або явища. Типовими гештальтами є концепти, об'єктивувалися такими лексемами як *чергу, гра,*

катування, любов, доля і ін. Такі основні типи концептів за характером інформації, що концептуалізується [49, 85].

Суттєвим для лінгвокогнітивного дослідження виявляється також типологія концептів за характером їх об'єктивування для людини. З цієї точки зору концепти можна поділити на вербалізовані – для яких є в системі регулярні мовні засоби вираження і які регулярно знаходять місце в комунікативному процесі в даній мовній формі, і невербалізовані, що не мають в системі мови регулярних, стандартних засобів мовної об'єктивації або мають тільки непрямі методи мовної об'єктивації і штучно вербалізовані в умовах примусово поставленого завдання (наприклад, в умовах експерименту або при необхідності їх словесно описати в ході дослідження).

Також суттєвою для лінгвокогнітивного дослідження виявляється класифікація концептів по їх приналежності певним групам носіїв. З цієї точки зору виділяють *універсальні концепти* (*вода, сонце, батьківщина, земля, будинок* і ін.), хоча і такі концепти можуть виявляти національну специфіку; *національні концепти* – властиві лише одному народові, пор. японське *сабі* – відокремлене мовчання на лоні природи, японське «жінка, яка, живи вона в інший час, користувалася б великим успіхом у чоловіків», фін. *sісу* – «життєва стійкість і вміння протистояти обставинам, властива фінам», фр. *savoir-vivre* «вміння жити в задоволення», російські концепти *духовність, вульгарність, кмітливість, авось, західні концепти толерантність, приватність, виклик, чесна гра*. Існують також *групові* (вікові, гендерні, професійні і под.), а також *індивідуальні* концепти [49, 85].

Національна специфіка концептів проявляється в наявності відмінностей у однойменних концептах в різних національних культурах, а також у наявності ендемічних, унікальних концептів, характерних тільки для однієї культури. При цьому, як справедливо зазначає В.І.Карасік, «повна відсутність концепту в тій чи іншій лінгвокультурі – явище вельми рідкісне, більш рідкісне, ніж відсутність однослівного вираження для певного концепту [29, 112].

У близьких концептах різних культур національна специфіка проявляється в тому, що зіставні концепти неповністю співпадають по своїм змістом, причому саме розбіжності можуть бути дуже істотні для міжкультурної комунікації.

Трансформовані в культурні концепти поняття в їх первинній формі існують в людській свідомості як якийсь дифузний, розмитий, недостатньо чітко схоплений мовою «згусток сенсу» (термін Ю.С. Степанова) [59, 40–43], що інтуїтивно усвідомлюється його продуцентом-носієм. Отже, їх виокремлення з тексту або дискурсу пов'язане з численними труднощами. Ці все ще не до кінця оформлені, але вже «зчаті» «згустки сенсу».

Як людина може дістатися до сенсу? А. Вежбицка вважає: «Ми можемо дістатися до думки тільки через слова» [14, 293]. І. якщо концепт являє собою вербально явлений сенс, то власне мовознавча проблематика в його вивченні виявляється пов'язана з визначенням області побутування цього сенсу і рівнем його комунікативної реалізації: чи є він фактом ідіолектної або національної мовної свідомості, фактом мовлення або ж мови, фактом ситуаційної разової реалізації або одиницею словника; якщо словника, ям співвідноситься він зі словом або ж з його лексико-семантичними варіантами.

Важливо також розмежовувати концепти за ступенем абстрактності (*абстрактні* – ментефакти і *конкретні* - натурфакти і артефакти) [49, 85].

Запропоновані класифікації – за типом знання, що відображається, за мовною об'єктивізацією, за приналежністю і за ступенем абстрактності – актуальні для методики лінгвокогнітивного дослідження, оскільки різні з названих типів концептів вимагають різних методик аналізу і опису.

Важливо зауважити, що, згідно думки Добровольського та Телія в мовознавстві концепт входить в область, що співвідноситься з менталітетом як безліччю когнітивних, емотивних і поведінкових стереотипів нації. Межа, що розділяє ментальність і менталітет – концепти в широкому і концепти у вузькому розумінні – в достатній мірі нечітка. Єдиним критерієм тут може

служити ступінь масовості та інваріантності когнітивних і психологічних стереотипів, відображених в лексичній семантиці мови [21, 37–48; 62, 235].

Концепт як ментальна одиниця може бути описаний через аналіз засобів його мовної об'єктивізації. Сукупність мовних засобів, що об'єктивізують (вербалізують, репрезентують, овнешнюють) концепт в певний період розвитку суспільства, визначаються як номінативне поле концепту. Побудова номінативного поля концепту являє собою встановлення і опис сукупності мовних засобів, що номінують концепт і його окремі ознаки.

Деякі концепти мають велике номінативне поле, що легко виявляється, тобто в ньому багато системних засобів позначення концепту і його ознак. Це найбільш комунікативно релевантні концепти (чоловік, жінка, працювати, щастя тощо). Інші ж мають обмежене номінативне поле – концепти, які не мають синонімічних рядів, не мають гіперогіпонімічного характеру. Це комунікативно малорелевантні для широкого кола людей концепти, що відображають зазвичай вузько спеціальні, конкретні розумові сутності, відомі вузькому колу людей. Наприклад, такі концепти як мізинець, мочка вуха, розводити тварин і под. А деякі не мають системно виявленого номінативного поля, вони можуть мати тільки суб'єктивні, okazіональні номінації, опису окремих ознак концепту, індивідуально-авторські, непрямі номінації, але без назви всього концепту. Наприклад, є концепт *молодята* і протилежний йому концепт, що позначає людей, що давно перебувають у шлюбі. Останній концепт комунікативно нерелевантний, хоча для нього може бути використаний ряд okazіональних одиниць або ситуативних номінацій – *старожил, подружжя зі стажем, вони не перший рік одружені, вони чоловік і дружина з досвідом, подружжя з великим досвідом сімейного життя, у них великий сімейний досвід* і т. ін. [49, 109].

При побудові номінативного поля концепту дослідник може піти двома шляхами. По-перше, можна зосередитися на виявленні тільки прямих номінацій концепту – ключового слова та його синонімів (як системних, так і

оказіональних, індивідуально-авторських) – це призведе до побудови ядра номінативного поля. Наприклад, ядро номінативного поля концепту жінка складуть такі одиниці як жінка, особа жіночої статі, баба, дама, телиця, тітка, слабка стать, дочка диявола тощо.

По-друге, можна не обмежитися прямими номінаціями і виявити все доступне досліднику номінативне поле концепту, включаючи номінації різновидів денотата концепту (гіпонімії) – дружина, господиня, мати, стара, мегера, дівчисько, фіфа, мимра, леді, бізнес-леді, стара карга і под., і найменування різних окремих ознак концепту, що виявляються в різних ситуаціях його обговорення – ласкава, ніжна, примхлива, народжує дітей, бреше, прибирає, стирає, ревнує, лає чоловіка, піклується про сім'ю, любить витратити гроші, стежить за чоловіком, лагодить одяг і т. ін. Найбільш часто номіновані гіпоніми виявляються найбільш типовими представниками концепту в комунікації, найбільш часто номіновані ознаки – є найбільш яскравими ознаками концепту, обговорюваними в комунікації. І ті, і інші дозволяють поповнити наші уявлення про структуру досліджуваного концепту. До опису можна додати паремії, афоризми, фразеологізми про жінку. Це буде розширений опис номінативного поля, побудова повного номінативного поля концепту. Важливо відзначити, що другий шлях, звичайно, більш трудомісткий, але дає набагато глибші і достовірні результати.

Разом з тим можливо і прямий експериментальний лінгвокогнітивний опис концепту, минаючи стадії опису значень одиниць номінативного поля. Результати опису номінативного поля концепту, як і результати експериментальних досліджень, можуть бути безпосередньо піддані когнітивної інтерпретації. Є деякі особливості застосування асоціативного експерименту в описі концепту [49, 113].

При описі концепту з використанням методик асоціативного експерименту можуть бути враховані кілька реакцій, запропонованих випробуваними, оскільки для виявлення і опису змісту концепту важливі будь-

які психологічно усвідомлювані ментальні інформаційні компоненти, що виокремлюються в свідомості випробовуваних в тому чи іншому ментальному освіту (концепті) – як безпосередньо усвідомлювані в ході експерименту, так і виведені шляхом рефлексії зі змісту концепту.

Вільний асоціативний експеримент з використанням першої реакції краще виявляє зв'язку концепту в концептосфері, а спрямований асоціативний експеримент – утворюючі концепт когнітивні ознаки. Для цілей опису змісту концепту другий є більш інформативним. Однак, можна використовувати обидва варіанти і узагальнити в описі результати, отримані в обох експериментах, оскільки об'єднані ознаки матимуть показник яскравості, який дозволить несуперечливо розташувати їх в підсумковій польовій моделі концепту.

Таким чином, лінгвокогнітивний опис концепту – це особлива лінгвістична процедура, яка має як подібності з процедурами опису словникового і психолінгвістичного значень, так і принципові відмінності від них.

Висновки до 1 розділу

На сучасному етапі національного відродження починає з'являтися зацікавленість мовознавців до концептуальної та мовної картин світу, етнічної ментальності, що відображаються у мовних знаках культури. Усі мовні знаки культури будуються на сприйнятті не тільки значень слів, але й тих зорових, слухових асоціацій, які з'являються у носія мови. Сукупність усіх уявлень та образів, відбитих у символах, мовних знаках культури, фразеологізмах, створює мовну картину світу кожного з народів.

Вивчення особливостей бачення кожного народу світу допомагає розв'язувати загальнотеоретичні проблеми історії народної культури, виявити її специфіку у взаємодії з культурами інших народів. Мова формується незалежно від інших мов і може існувати самостійно завдяки тому, що її носії не спроможні зрозуміти культуру свого народу чужою мовою. Це пояснюється тим, що у різних народів абсолютно різне бачення однієї і тієї ж речі. Тільки власна мовна картина світу дозволяє помітити певні відтінки, розкрити внутрішній прихований зміст, розгадати авторські натяки. Знання традицій, звичаїв, культурних надбань власного народу, що виражається у наявності у читача певних знань, концептів, дає можливість отримати потрібну інформацію.

Термін «концепт» є фундаментальним терміном понятійного апарату культурологічної лінгвістики. Це – багатовимірний розумовий конструкт, що відображає процес пізнання світу, результати людської діяльності, його досвід і знання про світ, який зберігає інформацію про нього. Концепт – продукт когнітивної свідомості людини, значення – продукт мовної свідомості, який складається з трьох компонентів – понятійного, образного і ціннісного. За думкою вчених, він включає в себе такі компоненти, як 1) основна, актуальна ознака; 2) додаткова чи кілька додаткових, пасивних ознак, які є вже не

актуальними, а історичними; 3) внутрішню форму, зазвичай зовсім не усвідомлювану, яка відбита в зовнішній словесній формі.

Оскільки слова сигналізують в спілкуванні про актуальні ознаки концептів, то жодне слово, використане в комунікативному акті, не може висловити весь зміст концепту, та й сам цей зміст в силу свого глобального обсягу навряд чи може мати попит в повній мірі.

Для лінгвіста це означає, що вичерпного опису концепту не буває в принципі, а буває лише більш-менш максимальне наближення суб'єктивної дослідницької думки до нього. Узагальнення точок зору на концепт і його визначення в лінгвістиці дозволяє прийти до наступного висновку: концепт – це одиниця колективної свідомості (належить до вищих духовних цінностей), і має мовне вираження і відзначена етнокультурної специфікою.

При побудові номінативного поля концепту дослідник може піти двома шляхами. По-перше, можна зосередитися на виявленні тільки прямих номінацій концепту – ключового слова та його синонімів (як системних, так і okazіональних, індивідуально-авторських) – це призведе до побудови ядра номінативного поля. Разом з тим можливо і прямий експериментальний лінгвокогнітивний опис концепту, минаючи стадії опису значень одиниць номінативного поля. Однак, можна використовувати обидва варіанти і узагальнити в описі результати, отримані в обох експериментах, оскільки об'єднані ознаки матимуть показник яскравості, який дозволить несуперечливо розташувати їх в підсумковій польовій моделі концепту.

Таким чином, питання про мовну картину світу та її зв'язок з духовним життям людини на домовному, логіко-концептуальному рівнях має не лише лінгвістичне значення, але і є питанням про ментальність та інтелектуальний і морально-етичний розвиток нації.

РОЗДІЛ 2.

КОНЦЕПТОСФЕРА КОЛЬОРУ ЯК ФРАГМЕНТ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

2.1 Енциклопедична зона концепту «колір»

Номінативне поле концепту є принципово неоднорідним – воно містить як прямі номінації самого концепту безпосередньо (ядро номінативного поля), так і номінації окремих когнітивних ознак концепту, що розкривають зміст концепту і ставлення до нього в різних комунікативних ситуаціях (периферія номінативного поля).

Для побудови номінативного поля навколо концепту кольору необхідно почати з його ядра, в якому ключову роль відіграє енциклопедична зона, що об'єднує необхідні когнітивні ознаки, які характеризують концепт, вимагають знайомства з ними на базі досвіду, навчання, взаємодії з денотатом концепту. Наприклад для концепту «колір» важливими енциклопедичними ознаками є ті, які ми можемо взяти з різних наук, що вивчають природу кольору.

Феномен кольору цікавив людство здавна. Одна з перших відомих теорій кольору була викладена в трактаті «Про колір», написаному в стародавній Греції. У ньому стверджується, що всі кольори існують в спектрі між світлом і темрявою, а чотири основні кольори походять з основних стихій: вогню, води, повітря і землі. Незважаючи на наївність і помилковість поглядів, трактат містив ряд важливих спостережень, наприклад, про те, що тьма – це відсутність світла, а не колір. Згадаймо народну приказку: «Вночі всі кішки сірі». Коли світла недостатньо, очі не можуть виділити колірні діапазони, і всі предмети здаються сірими або чорними.

Вчені всього світу до цих пір не прийшли до єдиної думки про природу кольору. На цей рахунок існує дві точки зору. Розглядається колір з точки зору фізики (І. Ньютон) і художньої естетики (І.В. Гете). У 1676 році сер Ісаак

Ньютон за допомогою тригранної призми розклав біле сонячне світло на колірний спектр. Подібний спектр містив всі кольори за винятком пурпурного. Швидше за все, Ньютон знаходився під впливом європейської нумерології і ґрунтувався на подібності з сімома нотами в октаві (також на той час було відомо лише 7 планет Сонячної системи). Опубліковані у книзі «Optics» (1704), мовою оригіналу ці кольори мали такі назви – red, orange, yellow, green, blue, indigo та violet. В українській класифікації кольорів основними кольорами спектру називають червоний, оранжевий, жовтий, зелений, блакитний, синій та фіолетовий (спектральні кольори). Втім проблема відповідності кольорів в українській та англійській термінології ускладнюється тим, що сучасна англійська мова не розрізняє блакитного і синього кольорів, тож обидва позначає кольором blue.

Різні кольори створюються світловими хвилями, які представляють собою певний рід електромагнітної енергії. Фізичні властивості світла тісно пов'язані з властивостями відчуттів, що виникають: зі зміною потужності світла змінюється яскравість кольору випромінювання або світлість кольору пофарбованих поверхонь і середовищ. Зі зміною довжини хвилі змінюється кольоровість, яка ідентична з поняттям кольору, її ми визначаємо словами «синій», «жовтий», «червоний», «помаранчевий» та ін., що представлені видимим спектром світла. Людське око може сприймати світло лише при довжині хвиль від 400 до 700 мілімікрон. Довжина хвиль, відповідна окремим кольорам спектру, і відповідні частоти (число коливань за секунду) для кожного спектрального кольору мають такі характеристики (див. Табл. 2).

Таблиця 2

Колір	Довжина хвиль н/м	Частота коливань за секунду
Червоний	800-650 нм	400-470 млрд.
Оранжевий	640-590 нм	470-520 млрд.

Продовження Таблиці 2

Жовтий	580-550 нм	520-590 млрд.
Зелений	530-490 нм	590-650 млрд.
Голубий	480-460 нм	650-700 млрд.
Синій	450-440 нм	700-760 млрд.
Фіолетовий	430-390 нм	760-800 млрд.

На відміну від акустичних коливань, які при додаванні можуть утворювати враження множинності звуків, на чому ґрунтується можливість музичного мистецтва оперувати різноманітними співзвуччями, електромагнітні коливання у разі змішання зливаються в певний єдиний колір, в якому людське око не може виділити складові [66, 45] Проблема змішання кольорів вперше була поставлена І. Ньютоном, який довів, що білий колір являє собою суміш кольорів спектру, а розмаїття кольорів, що сприймаються оком не вичерпуються сімома кольорами спектру, — у природі їх значно більше. Це пояснюється тим, що колір може мати різні відтінки. Так, у спектрі відсутні такі кольори, як пурпуровий чи малиновий, що утворюються змішанням червоного і фіолетового спектральних кольорів, що мають назву несектральні хроматичні кольори. Змішуванням кольорів утворюються і так звані «ахроматичні» кольори – відтінки сірого і білого кольорів, а також бляклі кольори, які можна отримати змішуванням спектральних кольорів з білим кольором.

У той час як І. Ньютон, першим досліджував властивості світла і кольору, стверджував, що в природі об'єктивно існує тільки білий колір, а всі інші кольори — це реакція наших очей на певну довжину хвилі, І. В. Гете, поет і мислитель, вважав, що колір об'єктивно існує в природі. І до сих пір ця суперечка між фізиками і «ліриками» не привела до єдиної думки. Гете не намагався і не хотів пояснювати явища з точки зору фізики. Його цікавили, насамперед, естетичні та моральні питання: як людина сприймає кольори і які

Кольори впливають на людське мислення, чуттєве сприйняття дійсності, навіть на наші вчинки всюди супроводжують нас. Особливо тоді, коли ми не приділяємо цьому належної уваги. Початкові (примарні) психологічні установки, про які зараз піде мова, називаються «архетиповими». Дослідники глибинної психології (перш за все, Карл Гюстав Юнг, який винайшов цей термін) виконали величезну наукову роботу і прийшли до дивовижного висновку. Виявляється, поширена думка про те, що новонароджений – це свого роду *tabula rasa*, «чиста дошка» і що єдиний фактор формування особистості – безпосередній вплив середовища, є помилкою. Насправді ж, в мозкових центрах і генетичному коді новонародженого вже закладено то несвідоме загальнолюдське начало, яке потім знайде своє вираження в розумових структурах і моделях поведінки сформувався індивіда, а також в його рефлексах і снах. Сприйняття кольору, а точніше асоціації, що виникають у нас з тим чи іншим кольором – теж свого роду психологічна установка [11, 57].

Щоб побудувати асоціативне поле концепту «колір», доцільно скористуватися результатами тестів, що демонструють тісне сприйняття кольору у зв'язку з біологічними, фізіологічними і психічними процесами, що протікають в людському організмі наведені у книзі Г. Браема «Психологія кольору». Наведемо найцікавіші з них. Для проведення тесту знадобиться сірникова коробка, з якої попередньо необхідно витягнути сірники, а на внутрішній стороні написати такі слова: «молоток, скрипка, гітара, червоний». Після, знову наповнити коробок сірниками. Своєму другу скажіть, що цей тест на концентрацію уваги. Потім розташуйте сірникову коробку між великим і вказівним пальцями лівої руки і переверніть його, зробивши круговий рух долонею. Після цього візьміть коробок в праву руку, розташували його таким же чином (між великим і вказівним пальцями). Кожен раз, перекладаючи коробок з руки в руки, слід голосно вважати вголос. Цей трюк здається дуже простим, і він дійсно такий. Але ви раптом починаєте сумніватися в тому, що вашому другу вдасться сконцентруватися і також спокійно виконати цю

операцію кілька разів, не збившись з рахунку. Звісно, друг почне заперечувати. Продемонструйте йому цей трюк ще раз: він дійсно працює. «Добре, – скажете ви, – це досить нехитра маніпуляція, але я все ж сумніваюся, що тобі вдасться повністю сконцентруватися. Я задам тобі зараз пару питань, на які ти повинен будеш відповісти не замислюючись. Це не зовсім питання в прямому сенсі цього слова, а свого роду слова-подразники, які я буду «кидати» тобі, подібно м'ячик. І ти повинен будеш також швидко повернути мені цей «м'ячик», швидко відповівши на питання. Відразу побачиш, як ти заблукаєш зі счета». Попросіть його дорахувати до шести, повертаючи коробок, і миттєво почніть задавати питання: «Слесарний інструмент?» – «Молоток», – відповідь випробуваний в 90% випадків. Можлива, але вкрай малоймовірна й інша відповідь: «Плоскогубці». Партнер повинен продовжувати обертати коробок, рахуючи в такт. На рахунок «дванадцять» або «тринадцять» запитайте його: «Музикальний інструмент? »Більшість людей спонтанно відповідають на це питання: «Скрипка». Якщо вашому другу ще немає тридцяти, то відповідь може бути інша – «Гітара». У 1960 і початку 1970-х рр. 90% опитаних відповіли: «Скрипка». Сьогодні це співвідношення змінилося до 60% на користь скрипки. 40% опитаних віддають свій голос гітарі. Інші музичні інструменти називаються вкрай рідко і в основному в тому випадку, якщо людина сама грає на ньому або ж якщо цей інструмент з яких-небудь інших причин має для нього дуже велике значення. На третє «бліцпитання» – «Колір?», яке слід задати на рахунок «двадцять» або «двадцять один», 80% скажуть: «Червоний». 20% можуть запропонувати інший варіант – «Синій». Інші кольори не називаються практично ніколи. Після закінчення експерименту дайте одному прочитати слова, написані на внутрішній стороні коробка. Ефект буде просто приголомшливим. В чому тут секрет?

Все дуже просто: чим більше людина концентрується на будь-яких сторонніх діях (в даному випадку – на перевертанні коробка і рахунку вголос), тим важче йому контролювати свою підсвідомість. Якраз в цей момент і

спливають на поверхню ті архетипічні уявлення про почуття і знаки, які закладені в самій природі людини. Відповіді на питання в такій ситуації даються не усвідомлено, а радше інстинктивно. Так молоток – це один з найдавніших робочих інструментів, незмінно супроводжував людину, починаючи з найперших етапів її еволюції. Скрипка і гітара – найбільш популярні музичні інструменти, а червоний – найдавніший колір [11, 22].

В якості експерименту було завдання обрати серед кольорових олівців та намалювати звичайне серце. При цьому серед кольорових олівців людина неодмінно обере червоний. Не зелений, не синій, не жовтий, а саме червоне серце намалює будь-яка людина. Ми просто звикли до зображень червоного серця? Правильно. Але, якщо виконати цей тест з маленькими дітьми, які не мають ні найменшого уявлення про анатомію, трансплантацію органів, серцево-судинну систему і любовну символіку, – ні секунди не роздумуючи, діти так само, як і їхні батьки, оберуть червоний колір. Звичайно, це не закладено у діточок в підсвідомості. Просто одного разу мама або тато показали їм червоне серце, і одного лише погляду вистачило, щоб співвіднести побачене з тією інстинктивною «програмою», що закладена в людській природі, і активувати її. У зв'язку з цим мені завжди приходить на розум приклад з кошенятами, яких мати-кішка власним прикладом вчить «умиватись». Варто лише один раз продемонструвати їм, як це робиться, і інстинкт, закладений у всіх кішок, дає про себе знати [11, 10].

Наступний експеримент носить назву підозрілі ящики. Керівник однієї фірми, що спеціалізується на транспортуванні вантажів, зауважив дивовижний факт – в деякі дні його робочі втомлювалися і ніг падали швидше, ніж зазвичай, хоча вага вантажу, який вони переносили, залишався незмінним. Після нехитрого розслідування обставин з'ясувалося, що в ці дні робочі повинні були переносити ящики темного кольору. Спонтелічував той факт, що вага цих ящиків анітрохи не перевищувала вагу світлих ящиків, які потрібно було транспортувати в звичайні дні. Американські психологи Варден і Флінн

дослідили цей феномен – ящики різних кольорів вони наповнили абсолютно однаковим за своєю вагою, речами.

Під час цього експерименту спробували відійти від традиційних мір ваги, таких, як фунт або кілограм, і використовували «абстрактну» величину – 3 кг. Виявляється, кожен колір має свою вагу. Вага білого в якості початкового кольору становить 3,0 кг, жовтого – 3,5 кг, зеленого – 4,1 кг, синього – 4,7 кг, сірого – 4,8 кг, червоного – 4,9 кг. «Найважчим» кольором виявився чорний колір, – 5,8 кг, тобто майже в 2 рази важче за білий.

Індустрія швидко підхопила цю ідею і стала використовувати її в своїх інтересах. Відтепер упаковку стали фарбувати в певний колір. Якщо порівняти однакові за розміром і вагою світлу і темну упаковку, то остання виявиться явно у програві: вона буде здаватися важче і масивніше, ніж світла.

Сучасний студент, який займається колірним дизайном, вже в перший рік навчання вивчає те, як кольори можуть впливати не тільки на вагу, але і на смак, звучання, консистенцію, якість, термін зберігання і т.д. Він вчиться за допомогою кольорів змінювати речі, перетворюючи їх з великих в маленькі, з важких в легкі, з гірких в солодкі [11, 11].

Кольори найбезпосереднішим чином задіяні в біохімічних і фізіологічних процесах, що протікають в людському організмі, просто дуже часто ми цього не помічаємо. Недарма ми говоримо про "святкові, радісні, веселенькі" кольори і про "сумні, похмурі" тони. Кольори можуть впливати на частоту дихання, ритм биття серця, пульс. Вдавшись до того чи іншого кольору, можна підвищити або знизити кров'яний тиск, швидше залікувати рани. Кольори можуть створювати відчуття холоду або зігрівати, викликати спрагу або голод, заспокоювати людину або ж, навпаки, викликати агресію.

Фізичний вплив кольору був багаторазово підтверджений численними експериментами фізіологів і психологів. Так, Г. Браем приводить наступний опис впливу кольорів на психіку людини:

- **Зелений колір** – болезаспокійливий, гіпнотичний. Він впливає на нервову систему, знімаючи дратівливість, безсоння, втому, знижує кров'яний тиск і піднімає тонус, покращує зір і апетит, добре позначається на концентрації уваги і на роботі мозку. Риси, що характеризують психологічну сутність зеленого кольору – це завзятість, сила волі, дрімаючі енергія, а також спокій і гармонія. добре позначається на концентрації уваги і на роботі мозку, дозволяє позбутися від негативних емоцій. Зелений колір робить людину найбільш працездатною. Але варто пам'ятати, що при великій кількості зеленого кольору з'являється апатія і туга.

Блакитний колір – антисептичний. Він ефективний при запаленнях і нагноєннях. Чутливій людині блакитний допомагає більше, ніж зелений, але від його "передозування" виникають деяка втома й пригніченість. Позитивними характеристиками синього кольору вважаються його організованість, непохитність, ідеалізм, сила духу, а фанатизм і підпорядкованість - негативними. У цього кольору «немає дна», він ніколи не закінчується, він затягує в себе, п'янить. Він створює передумову для глибокого роздуму над життям, кличе до пошуку сенсу, істини. Але це не дає відповіді в розумінні сенсу життя, вганяє в меланхолію. Викликає не чуттєві, а духовні враження. Синій колір – це сталість, завзятість, наполегливість, відданість, самовідданість, серйозність, строгість. Синій колір – втрата реальності, марення, фанатизм.

Жовтий колір впливає на мозок і тому ефективний при розумовій недостатності. Жовтий колір виражає віртуозність, різнобічність, пошуки, надії, палкість. Його позитивні характеристики: спритність, кмітливість, оригінальність, радість життя, сприйнятливність, терпимість, чесність, впевненість в собі, справедливість, свобода, радість, веселощі. Його негативні характеристики: уїдливість, сарказм, віроломство, неухважність, любов до балачок, критичність, нетерпимість. Він самий гнучкий, скрізь проникає, допомагає подолати труднощі, сприяє концентрації уваги (тому бажано

складати іспити в жовтій кімнаті). Жовтий справляє дуже тепле, приємне враження. Він висловлює основну психічну потребу – розкритися. Він збуджує моторику, стимулює творче начало, чергуючи розслаблення і напруга; бадьорить, по-жіночому втішає, умиряє. Під впливом жовтого кольору швидко приймається рішення і миттєво виконуються. Жовтий викликає радісний настрій, заспокоює нерви, стимулює роботу мозку і зору. Жовтий відповідає невизначеному майбутньому і нездійсненим можливостям.

Червоний колір – найпомітніший, колір-сигнал. Червоний колір символізує мужність, силу, панування, владу. Відповідно до цих якостей відтінки червоного впливають на нас, викликаючи схвалення або, навпаки, неприйняття, що залежить вже від темпераменту конкретної людини. Дивно при цьому, що багато людей запевняють нас в своєму суто суб'єктивному і унікальному стилі, поведяться в прямій відповідності з цими моделями реакції на червоний колір.

Фіолетовий колір збільшує витривалість тканини, впливаючи на серце, легені й кровоносні судини. Фіолетовий колір характеризують такі риси: чутливість, мінливість, емоційність. Чим темніше цей колір, тим він більш суворий, наполегливіший і таємничіший. Світлий відтінок фіолетового (тобто ліловий колір) більш легковажний, довірливий і нестійкий. Фіолетовий – колір чуттєвий. Люди з раціональним складом мислення зазвичай його не люблять.

Помаранчевий колір, що світиться, подібно жовтому, і кидається в очі, немов червоний. Помаранчевий колір поширює хвилювання, а з іншого боку, той, кому помаранчевий припаде до душі – побачить в ньому відкритість і велич, делікатність, прямоту і активність. Помаранчевий колір ніби наскрізь просякнутий сонячними променями, та часто асоціюється з багатим урожаєм. Є й інші асоціації з помаранчевим кольором: світиться, добрий, зрілий, насичений, живий, пружний, доброзичливий, теплий, близький, сухий, пухкий, іржавий, затишний, осінній, товариська, молодий, марнослашний. Саме таке

враження створює і одяг юнаків-буддистів. Правда, вони вважають за краще помаранчевий з червонуватим відтінком.

Коричневий колір найчастіше асоціюється з насиченим смаком, зрілістю, обсягом і солідним походженням (наприклад, в рекламі сигарет, кави, морозива). Завдяки цьому коричневий колір символізує «велику користь» і задовольняє потребу людини в упевненості в завтрашньому дні.

Чорний колір асоціюється з чимось таємничим і страшним, але при цьому майже у кожної людини він присутній в гардеробі, адже це ще й колір ділової людини. З боку фізичного впливу чорний колір може викликати зниження настрою, оскільки дає відчуття пригніченості. Він поглинає світло і викликає тугу, і в деяких випадках викликає невпевненість. Але крім цього він допомагає дійти до істини, знайти те, що приховано, змушує йти на протест і бути почутим. Чорний – колір абсолютного початку і абсолютного кінця.

Білий колір – холодний, чистий колір, колір для впевнених в собі людей, а також колір невинності. Люди, які обирають даний колір найчастіше добрі по своїй натурі, але зовні проявляють холодність, тобто не піддаються емоціям.

Сірий колір створює сумний настрій, викликаючи апатію і нудьгу. Цей колір, часто використовується в маскувальних цілях, зазвичай асоціюється з чимось похмурим і негативним. Любителі сірого кольору хочуть залишитися непоміченими, надіти на себе, немов у казці, сіру шапку-невидимку і «відгородитись» від реальності.

Сріблястий та золотий кольори. Психологія кольору вважає срібний, так само як і золотий, самостійними кольорами. Їх не використовують в тестах. І досліджуються ці кольори не так ретельно, як інші складові колірної спектра. Загальна риса срібного і золотого кольорів – їх блиск, завжди привертають до себе увагу. Але якщо золотий колір інтерпретується однозначно як щось, пов'язане з теплом, гостинністю, добродушністю і бажанням сподобатися, то срібний колір у порівнянні з золотим набагато холодніше і раціональніше. Це колір-інтроверт. На відміну від золотого, для

срібного кольору характерна якась скритість і приглушеність емоцій. Товари в срібних упаковках здаються на більш якісним ними, благородними і дорогими [11, 40–118].

2.2 Концепт кольору та його лексична реалізація

У сучасній науці колір вже давно вивчається не тільки як фізичне явище, але і як психологічна, філософська, культурологічна категорія. Примітно, що в лінгвістичних словниках поняття «колір» не розглядається, тобто, справедливо не сприймається як елемент лінгвістичного понятійного апарату. Однак, в лінгвокультурологічних довідниках концепту «колір» приділяється особлива увага, оскільки в ньому закладена історична, культурна, інтелектуальна, емоційна інформація. Колір безсумнівно є концептом, тому що має аналог в об'єктивній реальності, впливає на фізичний і психоемоційний стан людини, містить ресурси логічного і чуттєво-образного пізнання світу, є естетичною і морально-етичною категорією і елементом міфу, культу, реалізується в цветообзначеннях, словосполученнях, ідіоми [5, 27]. На формування концепту окремо аналізованого кольору впливають кілька факторів: це і частота вживання колороніма в мові; і сума основних значень, що вкладаються носіями мови в конкретне колоронайменування; і наявність або відсутність подібної конотації.

Для кожної мови характерна різна кількість колірних концептів. Відомо, що відчуття, які ми сприймаємо, можуть концептуалізуватися різними способами, тому кольороконцепти в різних мовах різні. На думку відомого дослідника Дж. Лакоффа, «кольоропозначення можуть виявитися кращим прикладом впливу глибинних перцептивно – концептуальних чинників на формування лінгвістичних категорій і їх співвіднесеність з дійсністю» [38, 155–157]. Неоднаковим буде і наповнення концепту синонімічними колоронімами або їх структурними варіантами.

Загальним для колірних концептів різних мовних картин світу буде побудова номіативного поля, до якого входить ядро з центром (утворює основне найменування кольору), наступний шар, що включає асоціативні реакції на певний концепт (асоціативні реакції можуть бути представлені різними частинами мови) та периферія (яку ділять на ближню і дальню) з усією палітрою колороваріацій базового кольору, тобто ті лексичні одиниці, що вербалізують концепт. Саме в периферійній зоні знаходяться ті словосполучення з семантикою кольору, які можна вважати найбільш значущими в відображенні мовної картини світу.

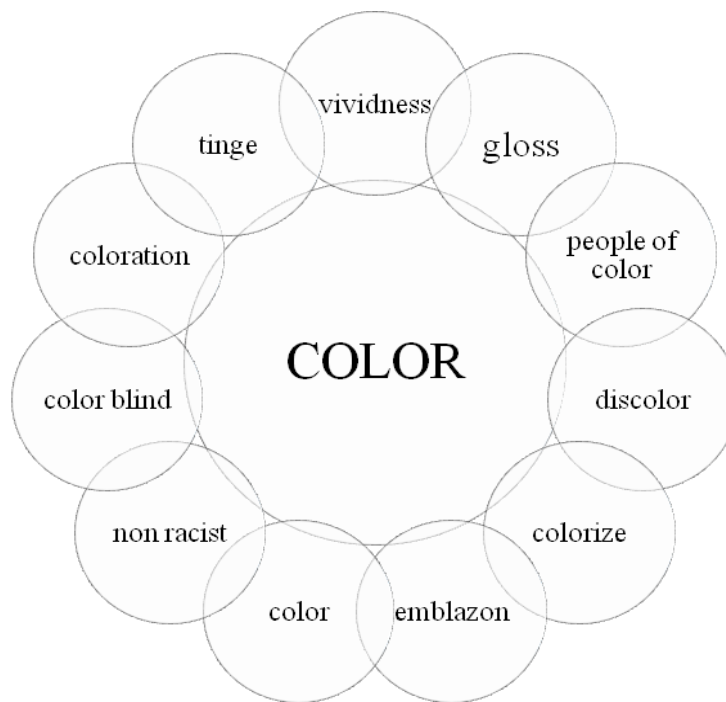
Саме особистість розглядається в перспективі культурної традиції народу та його етносу, і особливу роль в характері взаємовідносин мовної особистості і національного характеру грають кольороконцепти. Система кольороконцептів тісно пов'язана з людиною, що володіє певною мовою і певним запасом культурних знань. Таким чином, сприйняття кольору пов'язано з певними «універсальними елементами людського досвіду» які по-різному концептуалізуються в різних мовах. В концептах з прикметником кольору простежується тісний зв'язок з мовною свідомістю народу, нації, тим чи іншим типом мовної особистості бо, наприклад, там де українська мова змушує бачити своїх носіїв два кольори: синій та блакитний, англієць бачить один – blue.

Пропонуємо детальніше розглянути асоціативні реакції англійців та українців на концепт «колір», що дасть нам змогу виявити подібне та відмінне в асоціативній поведінці респондентів та специфіку змісту концепту «колір» для носіїв української та англійської мов.

Отже, за допомогою сайту «VISUWORDS» для англійців були виявлені наступні асоціативні реакції на концепт «colour», що виражені різними частинами мови (рис. 2.):

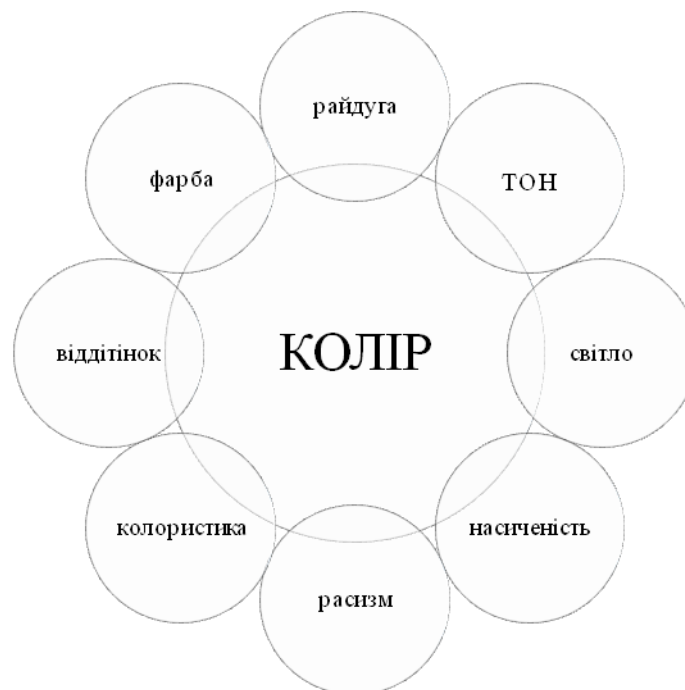
- іменники – *vividness, gloss, semblance, tinge, coloration*;
- прислівники – *color blind, non racist*;
- дієслова – *color, emblazon, colorize, discolour*.

Рис. 2.



Цікаво, що асоціативне поле українців пов'язане з концептом «колір» виражене тільки іменниками, і включає наступні асоціації (рис. 3): *райдуга, фарба, віддітінок, тон, світло, расизм, колористика та насиченість.*

Рис. 3.



Аналіз мовного матеріалу показує, що концепт «колір» в англійській та українській мовній свідомості постає в переважній більшості у вигляді колірних характеристик, що по суті, і є ядерною ознакою концепту. Але, серед асоціативних рядів окрім колірних характеристик ми бачимо ті, що не мають ніякого відношення до первинної ознаки концепта: *non racist* – в англійській мові, та *расизм* – в українській. Це можна пояснити тим, що семантичне значення концепту «колір» є багаторівневим, включає предметні, емоційно-оціночні, метафоричні і інші асоціації. Не менш важливим є той факт, що при аналізі отриманих асоціативних полів відбувається паралельно аналіз «картини світу», який являє собою сукупність системно організованих психічних образів, що відображають цілісне бачення навколишньої реальності людини, а саме явище расизму є гостро обговорюваною темою для обох культур. Можна навіть сказати, що в кольороконцептах відображене особистісно забарвлене відношення до навколишнього світу. Саме тому, свідомість мовної особистості пов'язана з «наївною картиною світу кольору», що фіксується та знаходить своє відображення в мові.

Можна також зробити висновок, що концепт «колір» – це компонент мовної картини світу, який є складним багаторівневим утворенням, що відображає об'ємний семантичний спектр відтінків і варіантів кольороназв, що є ядром концепту і представляє глибинні пласти інформаційної бази про кольори, в якому представлені відмінні національно-специфічні особливості менталітету певного етносу.

Вивчення картини світу кольору як частини мовної картини допомагає розкрити національні особливості мовної особистості, проникнути до глибин національної свідомості. Така ж архаїчна концептуалізація світу відбита й у фразеології, адже специфіка народного мислення, світосприйняття та світобачення сконденсована у фразеологічних одиницях мови, особливих елементах мовної картини світу, збережених із найдавніших часів. Саме тому, до периферії номінативного поля ми відносимо фразеологізми з

кольороназвами, бо у фразеологізмах, які увиразнюють, емоційно забарвлюють образність в мовленні, саме колір є складовою частиною. Колір допомагає створити яскраві зорові образи з сухих абстракцій, що робить мовлення барвистим, соковитим та емоційно насиченим.

Специфіку використання кольорів у складі фразеологічних одиниць як елементу параеміологічної зони концепту кольору ми розглянемо в наступному підрозділі.

2.3 Фразеологічні одиниці з компонентом «кольороназва» як елемент параеміологічної зони концепту кольору

Наступною зоною номінативного поля є пареміологічна зона, яка поєднує сукупність когнітивних ознак концепту, об'єктивованих прислів'ями, приказками, афоризмами, тобто відображену концептом сукупність тверджень про явище в національних пареміях.

Саме пареміологічна зона є важливою в нашому дослідженні бо є відображенням не сучасних, а переважно історичних уявлень про ставлення народу до концепту і розуміння народом різних сторін цього концепту, тобто уявлень що складають мовну картину світу кожної нації.

Колір, будучи важливим фактором життя і діяльності людини є частиною образу світу у всіх компонентах, виділених А.Н. Леонтьєвим в структурі свідомості, – і чуттєвої тканини, і значень, і особистісного сенсу [38, 89]. Чи однаковий для всіх людей як представників одного біологічного виду з загальними фізіологічними даними колірний «образ світу»? Психологічний вплив кольору на людину нерідко вважається універсальним, що покладено в основу різних психологічних тестів, які використовують колір в якості міжнародного психодіагностичного кошти (наприклад, в тесті Люшера). Проте, швидше за все, колірний «образ світу» буде різний в залежності від того, щодо якого компонента образу світу проводяться крос-культурні порівняння. Психофізіологічні механізми формування відчуття кольору, тобто кольору як

чуттєвої тканини, є в основному єдиними для всього людства, так само як і багато психофізіологічних ефектів кольору [38, 116].

Підсумовуючи результати тесту Г. Фрилинг і К. Ауер (1973) вказують нам саме на те, що інформаційна складова колірної впливу, яка, в свою чергу, визначається суспільно-культурним досвідом, традиціями колірної символіки та модою впливає на зміну колірних симпатій з дорослішанням – люди починають надавати перевагу більш темним, спокійним тонам. А-от колірні симпатії дітей обумовлені, перш за все, енергетичними характеристиками кольору. Тож, чи припустима однотипна інтерпретація суб'єктивних реакцій на колір, адже в світі існує багато культур, і значення та символіка кольору не однакові в різних культурах, а особистісний сенс завжди індивідуальний? На відміну від рівня чуттєвої тканини, колір на рівні особистісного сенсу завжди несе унікальні значення, які формуються безпосередньо в процесі життя і діяльності людини. Сілка

Національно-культурна семантика мови важлива і цікава поза залежністю від конкретної мови і є присутньою на всіх його рівнях, проте, ми вважаємо, що найбільш повно і яскраво вона виявляється в таких одиницях мови як фразеологізми. Саме цей шар мови безпосередньо відображає діяльність, називає предмети і явища навколишнього світу, фіксує зміст, що відображає умови життя народу – носія тієї чи іншої мови, будучи дзеркалом і охоронцем національної культури.

Останнім часом фразеологічні одиниці з “кольороназвою” все більше привертають увагу сучасних мовознавців (О. Кучерук, І. Гуменюк, Л. Ковбасюк, Т. Семашко), переконаних, що “фразеологізми з компонентом “кольороназва” належать до тієї частини номінативного складу мови, яка характеризується яскраво вираженою культурно-національною самобутністю” [30, 268].

Для людини колір є не просто об'єктивною характеристикою, але й моральною, естетичною категорією, яка виражає оцінки, норми, установки.

Здавна люди вживали колороніми для символічного позначення того чи іншого явища, характеристики простору і часу, певних соціальних груп. Фразеологізми з використанням кольору супроводжуються оцінними конотаціями, у зв'язку з чим вони співвідносяться з ціннісною картиною світу окремої національної культури.

Оскільки деактуалізація лексеми у складі сталого словосполучення безпосередньо пов'язана з переосмисленням значення самого виразу, тому фразеологізми, до складу яких входить назва кольору, доцільно класифікувати за типами переосмислення. Згідно класифікації О.В. Куніна серед фразеологізмів можна виділити фразеологізми порівняння, фразеологізми-метафори, фразеологізми-метонімії. Тож, використаємо дану класифікацію для угруповання фразеологізмів з використанням кольороназв.

Фразеологізми, в основу яких покладено часткове переосмислення відносяться до фразеологізмів-порівнянь. За В.М. Мокієнко зміст фразеологізмів-порівнянь виражений майже експліцитно [42, 51]. Приклади таких лексичних одиниць: *As black as night* – чорний, як ніч; *as blue as a badger* – синій, як пуп (від холоду), *as white as death* – блідий як полотно, як голуб білий – сивий, голий як руда миша – бідний. Як правило, в буквальному значенні вживається один з компонентів фразеологізму – колоронім. У фразеологізмах-порівняннях можна виділити безпосереднє значення кожного компонента-колороніма [36, 143]. Фразеологізми – метафори є переносом «найменування з одного денотата на інший, який асоціюється з ним на основі реальної або уявної схожості» [36, 126]. До таких належать, наприклад, наступні: *once in a blue moon* – дуже рідко, *white elephant* – подарунок, якого важко позбутися, *жовта лихоманка, червона кров*.

Фразеологізми-метонімії, за визначенням О.В. Куніна, є переносом «найменування з одного денотата на інший, котрий асоціюється з ним за суміжністю» [36, 128]. Наприклад: *the green cloth* – більярдний стіл, тобто колір

його покриття, *blue jacket* – матрос англійського флоту, *зелена нудьга*, *блакитна каска* – директор шахти, *червона*, *як калина*.

Якщо розглядати граматичний аспект вживання колоронімів можна зробити висновок, що в переважній більшості фразеологічних одиниць кольори вживаються у ролі прикметника: *golden opportunity*, *born with a silver spoon in one's mouth*, *жовтороте пташеня*, *чорна корова та молоко біле*. Однак, в деяких випадках лексеми на позначення кольору субстантивуються і позначають абстрактні предмети. Наприклад: у фразеологізмі *to wear the purple* колоронім має своє власне значення "влада монарха". Лексеми *red* та *black* у фразеологізмах *to be in the red* та *to be in the black* також субстантивуються набуваючи семантики «неприбутковий, бути в боргах» та «бути в виграші». Такі приклади існують і в українській мові: *чорний список*, *чорні думки*, *серед білого дня*.

В англійській мові зустрічається вживання колороніма і в функції дієслова. Прикладом може слугувати вислів *whited sepulchre* (від *to white* – білити); оббілювати як білку. Існують і такі фразеологізми, в яких назва кольору виступає як прислівник: *to lie whitely* – брехати невинно, *проходити червоною ниткою* – бути основним, провідним у чому-небудь, *розпекти до червоного жару* – розжарити, поки почервоніє. У фразеологізмі *have the blues* колоронім використаний у значенні «туга» і виступає в ролі іменника. Виступаючи в ролі іменника, дієслова та прислівника, назви кольорів непрямо вказують на кольорову ознаку або ж пов'язані з психологічним тлумаченням колороніма (як у випадку з *whitely*) та можуть залежати від уявлення про значення кольору у кожного окремого народу.

Назви кольорів, входячи до складу фразеологізмів, у деяких випадках втрачають своє первинне значення (ознака кольору) і набувають зовсім інших семантичних відтінків. У деяких фразеологічних одиницях можна виокремити значення компонента, в інших же це неможливо, бо взаємодія всіх компонентів

фраземи породжує її значення. Семантика кожного з компонентів по-різному виявляється в різних типах фразеологічних одиниць.

Зрозуміло, що фразеологізми з кольороназвами висвітлюють та характеризують майже всю людську діяльність і пов'язані з традиціями, звичаями, реаліями та історичними подіями кожної окремої нації, але розвиток пізнання у різних культурах проходить неоднаковий шлях, тому обов'язково виникають акценти, що не співпадають та своєрідні розбіжності у інтерпретації явищ мовної дійсності у фразеологічних одиницях.

У негативних аспектах найбільш часто розглядають чорний колір. Будучи антитезою всім кольорам, чорний асоціюється з первісною темрявою і первинною неформленою матерією [4, 92].

За допомогою інтернет ресурсів sociation.org та wordassociations.net ми дізналися реальні асоціації користувачів на той чи інший колір. Головною асоціацією до чорного кольору в мовній картині українців є слова п'ятьма, ніч, смерть, зло. І не дарма, бо у символіці чорного кольору дуже важливе інтуїтивне кодування, викликане страхами перед темними силами. Наприклад: чорна смерть, чорна доля, чорні дні. Чорний колір є символом негативного, поганого і в англійській мові: *things look black* – букв. – «справи здаються чорними», *black ox* – невдача, *black-letter day* – нещасливий день, *відкладати на чорний день*, *чорна справа*. У фразеології англійської та української мов чорний колір може використовуватися для позначення негативних якостей людини: *black soul* – підступна людина, здатна на низькі справи, вчинки: *чорна душа*; *black lie* – чорна брехня, *black ingratitude* – чорна невдячність. Або ж навпаки, попереджати, що не в зовнішності діло – *корова чорна та молоко біле* – *black hen lays a white egg*. Для людини, котра з якоїсь причини попала в немилість теж знайдуться фразеологізми з колоронімом чорний – *black beast* – людина, яку ненавидять, *black sheep* – негідник, нероба. У деяких фразеологічних зворотах англійської та української мов чорний колір асоціюється із збентеженням, сумом, меланхолією, а також з поганим настроєм: *the black dog* –

поганий настрій, *to ride the black donkey* – бути в поганому настрої, *to look at the black side of things* – дивитися песимістично; або ж описувати ці самі відчуття: *чорні думки, чорні заздрощі*.

Цікавими асоціаціями до слова чорний є слова вугілля та нафта. Окрім прямої асоціації за кольором, є і інша – ціни на корисні копалини впливають на ціни в країні загалом, тому нафту ще називають *чорним золотом*. Вугілля коштує дорого, а от нафту в Україні не добувають. В свою чергу, англійці вважають вігулля не менш цінним, тож інша назва цієї корисної копалини – *black diamond*.

В обох мовах семантичне поле колороніма «чорний» включає також значення «містичний», що знайшло відображення у виразі *to black out* – засекретити. В обох мовах існують вирази *black horse* – темна конячка, *black box* – чорна скринька. Брехня і нечесність теж мають чорне забарвлення в англійській та українській картинах світу: *black conscience* – чорна совість, *black market* – чорний ринок, *black hole* – чорна діра (вживається в сфері комп'ютерних технологій; не дати діяти інформації).

Повною протилежністю чорного кольору є білий. До речі, білий – найбільш популярна асоціація на слово «чорний» як для української так і для англійської мов. Для української культури асоціативні значення білого кольору чистота та невинність. Користувачі сайту асоціюють слово білий із мрамором, тобто з шляхетністю, значимістю та величчю. Необхідно також згадати, що перша індоєвропейська основа слова «*white*» позначала «*to light*», «*to shine*», «*to sparkle*». Мабуть тому асоціація для цього кольору в англійців «*shining*» та «*sparkle*». На заході цей колір означає святість, чистоту, відвертість, спокій, триумф духа над плоттю. Взагалі, цей колір – це кінцевий пункт яскравості та світла, панування добрих сил: *a white man* (порядна, добре вихована людина), *to put on a white sheet* (каятися, визнавати прилюдно свої помилки). Білий колір у свідомості людини символізує щастя і радість – *white day* – щасливий день, а негативне значення здатен пом'якшити – *white lie* – обман задля порятунку.

В українській мові фразеологізми з колоронімом "білий" мають також значення: недосліджений (біла діра, біла пляма), святий (білий маг, біле духовенство), безгрішний (біла заздрість, біла душа), незвичний (білий танець, білий вірш), стан людини пов'язаний із алкоголем (біла гарячка, ловити білі метелики, білої кобили сон).

Варто зазначити що у порівнюваних мовах білий колір має і негативні значення – страх, самотність, переживання. Наприклад: *to turn white* – *побіліти*, *to look as white as ghost* – *білий, як стіна*, *a white crow* – *біла ворона*; біла пастка, *vivіситу білий прапор* (визнати себе переможеним) – *to hang out a white flag, to hoist the white flag*.

Колір, що позначається словом blue, є кольором спокою, розслаблення, занурення в медитацію [50, 75]. Як для українців, так і для англійців блакитний колір асоціюється з символом висоти – небом та символом глибини – морем. В українській мові це такі фразеологічні одинці, як синій клекіт (моря), синя тиша (озера), синій хор (море грає), синій шум (моря), а в англійській знайшовся вираз blue water. Компонент blue зі значенням «небо», «повітря» увійшов до складу таких фразем в англійській культурі: a bolt from the blue – як грім серед ясного неба, to vanish (disappear) into the blue – зникнути безслідно, a shot in the blue – помилка, промах. Блакитний, скоріш за все пов'язаний також і з несподіванками – out of the blue – несподівано.

Синій (блакитний) символізує вічність божественної сили і підкреслює аристократичне походження, духовне та інтелектуальне життя. Сьогодні зв'язок синього (блакитного) кольору з божественністю зберігся у стійкому словосполученні *swear blue up and down* – клястися всіма святими, з благородним, багатим походженням у складних словах: *royal blue* – яскраво-синій, букв. королівський синій, *blue-coat boy* – учень благородної школи, *denim blue* – джинсовий синій (оскільки джинсова тканина була дуже дорогою). Схожість за кольоровою ознакою для обох культур відображена в таких метафорично переосмислених фразеологічних одиницях: *blue blood* – ірон.

«блакитна кров», тобто дворянська, *blue rose* – «блакитна троянда», щось недосяжне, *синій птах (bluebird of happiness)* – казковий символ щастя, ідеалу.

Цікаво, що досить поширеною серед англійців асоціацією на слово *blue* є слово *ribbon*. Широку темно-синю стрічку (*blue ribbon*) має Орден Підв'язки, вищий лицарський орден Британської корони, заснований у 1348 році Едуардом III. Тобто, зовсім не дивно, що у британському менталітеті блакитний – колір королівський, благородний. Синій колі використовується військовими: *the Blue Peter* – британський морський прапор, що піднімають при виході з порту, *blue alert* – ймовірна загроза повітряної безпеки, *blue jacket* – матрос військового флоту. Синій є кольором партії торі (консерваторів) –тому асоціюється з вірністю, постійністю, консервативністю: *true blue* – людина, на яку можна покластися, *blue to principles* – вірний принципам.

Синій, за Й.В. Гете, найсумніший, серйозний, тужливий, він діє заспокійливо, а у великих кількостях – навіть гнітюче [41, 75]. Для англійської культури характерне наділення лексеми *blue* негативними значеннями, такими як-от смуток, нудьга, печаль та похмурий настрій. Наприклад: *a bit of blue sky* – луч надії, *the blues* – меланхолія, нудьга; *blue study* – похмуре розмірковування; *to feel blue* – сумувати; *see through blue glasses* – похмуро дивитися на речі. Страх в англійців теж має синій колір – *blue fear*, *blue funk* – переляк.

Всупереч асоціації синього кольору із врівноваженістю, у деяких словосполученнях, у переносному значенні, він вказує на втрату рівноваги, викликану надмірним вживанням алкоголю *to drink till's all blue* – допитися до білої гарячки, у *голові синій туман* – нісенітниці. Стійкий зв'язок визначення «синій» з пияцтвом в обох культурах не має надійного пояснення; можливо, обумовлено синюшністю щік і носа у хронічних п'яниць і алкоголіків.

Як не дивно, але синій колір асоціюється з кров'ю в обох культурах, правда з тією, яка вже остигла, або як результат пошкоджених судин. Кров набуває синього відтінку при переохолодженні, що відбилося в мові у вигляді словосполучень: *blue lips* – букв. сині губи, тобто обезкровлені, *blue hands* –

букв. сині руки, тобто замерзлі, *посиніти від холоду*. Кров живої людини має червоний колір, а охолола кров набуває синього відтінку, тому цей колір асоціюється зі смертю або близькій до неї стану – обмороження. У результаті травмування будь-якої частини тіла відбувається пошкодження судин, і на тілі з'являються гематоми, які надають шкірі відтінок синього кольору. У зв'язку з цим явищем існують такі евфемістичні і метонімічні словосполучення: *blue spot* – букв. синя пляма, тобто *синяк*.

В англійській мові червоний колір має дуже велике значення, адже національна емблема Англії – це червона роза, автобуси та телефонні будки такого ж кольору. Англійські солдати вдягнені у червону уніформу. В Англії існує навіть свято, що зветься «Red Friday» у честь перемоги шахтарів над керуючим станом. Для українського народу здавна були улюбленими кольори червоної гами, які означають вогонь, кров, життя, пристрасть, любов, екстаз, мучеництво, честь. Червоний колір викликає дуже сильний емоційний, здебільшого позитивний відгук у душі. Тому червоний означає «красивий», «прекрасний»: *кров з молоком, красна дівця, червона пора*. Цей колір тісно пов'язаний з агресивністю, плотськими бажаннями [59, 125]. Тому червоний колір асоціюється з багатьма негативними почуттями: обманом (*a red herring* – привід для відвертання уваги), злістю (*to see red* – оскаженіти, *as red as fire*, *червоний, як індик, як червона ганчірка для бика*), соромом (*почервоніти як рак, beet red*), помстою – *пустити червоного півня*, а в англійській мові ще і з бюрократизмом – *the red tape* – тяганина, бюрократизм. Щодо тлумачення червоного кольору як кольору пожежі прослідковується у виразах *red cock* – пожежа, *red cock will crow in his house* – його підпалять.

Повсюдно червоний колір використовується з метою застереження про небезпеку, як наслідок спостереження за світом тварин, наприклад комахи, які мають забарвлення червоного кольору є отруйними. Така асоціація знайшла своє відображення в наведених словосполученнях: *Red Book* – Червона книга, *Red Lists* – Червоні списки (видання, що інформує про рідкісні види тварин). За

аналогією зі цими словосполученнями утворилось словосполучення *the red carpet* – червона доріжка, яке традиційно використовується для позначення маршруту слідування глав держав у церемоніальних і офіційних заходах, а в останні десятиліття стало поширеним явищем також для вшанування знаменитостей на офіційних заходах.

В англійській мові лексема *red* у субстантивованому вигляді може також позначати «дефіцит». Це пов'язано з фактом, що збитки в облікових банківських книгах записувалися червоним чорнилом. Значення компонента *red* у даному випадку тяжіє до кольорової ознаки. Прикладом таких фразеологізмів є *in the red* – мати заборгованість, бути в боргу, *to go into red* – зазнати збитків, дефіциту.

Отже, колоронім *red* у складі фразеологізмів-метафор в обох культурах в основному має кольорове навантаження або значення, яке прямо чи непрямо пов'язане з червоним кольором. Якщо навіть і зустрічаються такі фраземи, де наявне психологічне значення, воно все одно пов'язане з кольоровою ознакою. У складі фразеологізму лексема *red* несе велике семантичне навантаження і суттєво впливає на тлумачення фрази в цілому.

Протиріччя в психологічному тлумаченні містить у собі жовтий колір. З одного боку, він сприймається як світлий, яскравий, збуджуючий, однак, з іншого боку, має негативні асоціації. В Україні ж даний колір часто асоціюється з розлукою або зрадою. З такими значеннями як «жовтий» та «золотий» (тобто кольорова ознака) компонент *yellow* увійшов до складу деяких метафорично переосмислених фразеологічних одиниць але також з негативною конотацією. Це такі вирази, як *зздрість з жовтими очима*, *yellow jack* (жовта пропасниця, лихоманка), *yellow boy*, *yellow jacket* (золота монета), *yellow flag* (жовтий прапор як символ карантину), *to be yellow about the gills* (мати нездоровий вигляд, жовтий колір зябр свідчить про несвіжість риби), *yellow dog* – підла, боягузлива, нікчемна людина, жовтий вживається на позначення боягузтва: *a yellow streak* – букв. жовта жилка; *to turn yellow* –

злякатися, виявити малодушність, *жовтий диявол* – золото, що поневолює людей.

Колір, проміжний між червоним та жовтим – помаранчевий, який має негативну конотацію в українських фразеологізмах: *щоб побила руда глина* -щоб лиха година побила; *голий як руда миша* – бідний. В англійській мові фразеологізми з лексемою *orange* не зустрічаються.

Негативне ставлення до жовтого кольору базувалося на біблійних історіях (апокаліпсичний кінць жовтого кольору асоціювався зі смертю). А оскільки цей колір не бере участі в літургії, виникли асоціації з лицемірством, ересю і заздрістю.

Зелений колір – традиційний позитивний символ. Він скрізь асоціюється зі свободою, сприятливим збігом обставин. У широкому сенсі зелений колір асоціюється з весною, молодістю, оновленням, свіжістю і свободою [61, 56]. Однак зелений колір у деяких фразеологізмах може мати негативну конотацію. Наприклад, він може використовуватися для вираження деяких почуттів з негативним відтінком, таких як заздрість і ревності. Приклад, який ілюструє дане явище: *green-eyed monster* – ревності, *to look through green glasses* – ревнувати, заздрити чіємусь успіху, *green with envy* – готовий лопнути від заздрості а в українській культурі ще і колір нудьги – *зелена нудьга*. Лексема *green* в англійській та "зелений" в українській та англійській мові можуть мати значення "недосвічений" і з ним входять до складу фразеологічних одиниць: *as green as grass* та *as green as a gooseberr*. В англійській мові зелений – колір цвітучий, повний сил : *in the green tree* – під час розквіту, процвітання, *in the green wood* – у розквіті сил, *green old age* – здорова або щаслива старість.

Розвиток альтернативної енергетики в Україні та намагання вирішити проблеми з енергосистемами зумовили появу таких фразеологічних одиниць як *зелений тариф*, *зелена генерація*, *зелена електроенергія*.

В англійській мові на позначення рожевого кольору існує дві лексеми – *rosy* та *pink*. Рожевий або трояндовий колір в Англії символізує здоров'я та

процвітання. З рожевим кольором як здоровим кольором обличчя пов'язані такі фразологічні одиниці: *the pink of health* – здоровий на вигляд, *in the pink* – у розквіті сил. Вочевидь простежується і психологічне тлумачення рожевого кольору в семантиці певних фразеологізмів.

З рожевим пов'язані позитивні переживання, він співзвучний радісному, відкритому ставленню до світу [16, 14]. Фраземи типу *to see everything through rose-coloured spectacles* – бачити все в рожевому світлі, у рожевих фарбах, *to take a rosy view of smth.* – оптимістично дивитися на щось. Але серед виразів з колоронімом *pink* наявні й такі, до складу яких ця лексема ввійшла ні за кольоровою ознакою, ні на основі психологічного трактування. Наприклад, *the pink of perfection* – верх досконалості, *pink tea* – званий чай, *the pink of perfection* – верх досконалості, *paint me pink if...* – щоб мене лиха година побила.

В англійській мові з колоронімом *purple* існує декілька фразеологізмів метафор. Пурпурний або фіолетовий завжди був кольором королівської влади, загадки та гідності. Один з них *a purple patch* – краще місце в літературному творі. В ньому значення компонента на позначення кольору певною мірою можна ототожнити із сакральним тлумаченням, що означає духовний початок, найвищий ступінь пізнання [29, 187]. До таких фразем, як *to wear the purple* – (належати до королівської сім'ї) та *to marry into the purple* (взяти шлюб з членом королівської сім'ї) назва кольору ввійшла в переносному значенні (*purple* – королівський пурпур, влада монарха). Як бачимо, при утворенні семантики фразеологічних одиниць, до уваги береться як психологічне тлумачення фіолетового кольору, так і одне з переносних значень.

Українці ж, мабуть, не ставляться так серйозно до фіолетового кольору як англійці. Тому замість виразу «мені байдуже», можна часто почути «мені фіолетово». Фіолетовий колір психологи наділяють різними значеннями, в тому числі і таємничістю, байдужістю, самодостатністю. Звідси "мені фіолетово" означає байдужість, показує байдужість до всього навколишнього і підкреслює зосередженість на власному внутрішньому світі. До того ж, слово

"фіолетово" легке в вимові, в ньому немає шиплячих" буквально його протяжність ще більше підкреслює байдуже ставлення.

Фразеологічні одиниці з кольорокомпонентом «сірий» показують, що у фразеологічній картині англійців та українців цей колір може мати значення «нейтральний», «нецікавий». Наприклад, *grey area* – «сіра зона»; щось середнє; ні те ні се; *сіра людина, сірий твір, сіре життя* (невизначений, нецікавий), *сірий люд* (простий, бідний, неосвічений). У той же час сірий колір має негативну конотацію «несприятливий»: *grey area of economy* – юридично не цілком сприятлива галузь економіки. Крім того, сірий колір використовується для позначення сивого волосся, яке символізує старість: *grey beard*. Лексема *grey* (сірий) у висловах *as grey as lead – сірий, як свинець, as grey as a bats wing – сірий, як миша, як голубий сивий* має своє перше словникове значення «сірий», але порівнювальні лексеми (*bats wing, lead* та голуб) надають цим фраземам різних змістових відтінків. Колоронім *grey* у первинному значенні: *grey of the dawn* – досвітня, передсвітанкова імла, *grey matter* – сіра речовина головного мозку; розум, *all cats are grey in the dark – уночі всі коту сірі*. Завдяки кольоровій ознаці, значення фразеологізмів є мотивованим. А ось у такій фраземі, як *the grey mare is the better horse* – дружина верховодить мотивація відсутня. Отже, у складі фразеологізмів-метафор *grey* вживається на позначення кольору. З колоронімом *brown* існує лише один фразеологізм-порівняння, зафіксований у фразеологічних словниках. *As brown as a berry* означає «зовсім темний, дуже загорілий, шоколадного кольору». Значення цієї фразеологічної одиниці подається у словнику з етимологічної точки зору: слово *brown* зберігає у цьому виразі своє старе значення «темний» [56, 174]. У таких ФО, як та *brown bread* – хліб з непросіяної муки, *brown ware* – череп'яний посуд, компонент *brown* має своє первинне значення «коричневий». Певною мірою з кольоровою ознакою пов'язані і такі вирази, як *to do brown ma to do up brown* – доводити до кінця, де *brown* зберігає семантику «гарно підсмажити». У психологічному аспекті з коричневим кольором пов'язується життєва не активність [23, 89].

Таке трактування наявне в деяких фразеологізмах, що містять лексему *brown*: *brown study* – похмурий роздум, *in a brown study* – у похмурому роздумі. Таким чином, у цій групі фразеологізмів виокремлений колоронім *brown* містить як кольорову, так і психологічну семантику.

Висновки до 2 розділу

На основі концептуального аналізу лексики, пов'язаної з номінативним простором кольору узагальнюються всі лексичні одиниці, що вербалізують концепт. В ході когнітивного аналізу асоціативних реакцій узагальнюються схожі та близькі за змістом семи і інтерпретуються як єдині ознаки концепту. Після цього, когнітивні ознаки виділяються за ступенем яскравості. Таке диференціювання є основним фактором розподілення когнітивних ознак по таким зонам, як ядро, ближня, дальна і крайня периферії. До ядра номінативного простору кольору ми включаємо лексичні одиниці, що вказують на основні кольори спектру (червоний, помаранчевий, жовтий, зелений, фіолетовий, коричневий, сірий, чорний і білий); наступний шар – символічні асоціації з кольором на англійській та українській мовних картинах світу. На периферії номінативного поля ми розмістили фразеологізми з кольоровим компонентом, які належать до частини номінативного складу мови, що характеризується яскраво вираженою культурною та національною ідентичністю. Тобто, основна увага в даній роботі зосереджена на компонентах фразеологізмів, тих лексемах, денотативним значенням для яких є ознака кольору.

Загалом, використання хроматичних та ахроматичних кольорів в антропоцентричних фразеологіях пояснюється тим, що кольори є універсальними функціональними реаліями і можуть бути легко використані при побудові різних лінгвістичних та культурних моделей, у тому числі фразеологічних. Кольоровий код, який співвідноситься з найдавнішими архетипними ідеями людини, несе інформацію про культурні норми, відображає світогляд українців та англійців: кодує, описує, структурує та оцінює існування людини. Вивчення значення кольорів в англійській та українській мовах дає підстави стверджувати, що основні символічні значення англійською та українською мовами є однаковими. Відмінності символізму та

семантики колоронія, що входять до складу проаналізованих фразеологізмів, зумовлені національною специфікою, особливостями історичного та культурного розвитку українців та англійською мовою. Отже, можна зробити висновок, що ідіоми з колірним компонентом властивий різний ступінь умотивованості, прозорості внутрішньої форми і значущості колірного компонента. На метод відтворення їхньої семантики, передусім конотативної, впливають особливості образності, асоціативного поля та символізму кольорів у різних мовах, дивергентність переносних значень колірних лексем та їхня етнокультурна маркованість.

ВИСНОВКИ

Феномен кольору є предметом вивчення багатьох фундаментальних наук, а останніми роками дослідження колоронімів як прошарку лексики, що відображає сприйняття дійсності певною нацією, дуже поширене в лінгвістиці. Колір вважається психологічно-емоційно-культурним явищем, за допомогою якого передається емоційний та ментальний стан людини, її риси характеру, соціальні та культурні аспекти життя народу. Архаїчна концептуалізація світу відбита й у фразеології, адже специфіка народного мислення, світосприйняття та світобачення сконденсована у фразеологічних одиницях мови, особливих елементах мовної картини світу, збережених із найдавніших часів.

Колір є концептом, так як його зміст не вичерпується денотативним значенням, зафіксованим у словниках. Поняття "колір" багатоаспектне, складне за структурою; воно передає не тільки зорове відчуття, але і цілий комплекс коннотативних наросення, експресивних відчуттів і асоціативних реакцій, які надають слову додатковий сенс, найчастіше на рівні підсвідомості. Крім стабільних, загальних для більшості, реакцій на той чи інший колір чи поєднання кольорів, існують і специфічні, непостійні реакції, індивідуальні для різних мовних особистостей і навіть для однієї і тієї ж особи протягом різних етапів її розвитку. Ця частина концепту "колір" залежить від досвіду, світоглядних установок і емоційного настрою особистості; вона може бути виокремлена в ході інтерпретаційної роботи з конкретними лексичними одиницями, а саме тими, що утворюються в мовленні і відображають ті явища і предмети, що безпосередньо оточують людей – фразеологізмами. Цілком закономірно, що у деяких фразеологізмах, які увиразнюють, емоційно забарвлюють образність в мовленні саме колір є складовою частиною. Колір допомагає створити яскраві зорові образи з сухих абстракцій, що робить мовлення барвистим, соковитим та емоційно насиченим.

Фразеологічні одиниці з компонентом кольороназви дають багатий матеріал для концептуального аналізу, так як в завдання автора входить показ реальної картини світу з точки зору особи, яка перебуває в процесі становлення, відображення її досвіду, волі, фантазій і емоцій.

Для опису репрезентації концепту "колір" в мовленні ми використали побудову номінативного простору кольору, до ядра якого ми розістили лексичні одиниці, що вказують на основні кольори спектру (червоний, помаранчевий, жовтий, зелений, фіолетовий, коричневий, сірий, чорний і білий); це дало змогу зібрати символічні асоціації з кольором в англійській та українській мові, що представляють осередок того, що, впливає із загальнолюдських і національних традицій тобто зрозуміти лексичну реалізацію концепту. На периферії номінативного поля ми розмістили фразеологізми з кольоровим, компонентом, які належать до частини номінативного складу мови, що характеризується яскраво вираженою культурною та національною ідентичністю і результати використали для порівняльного аналізу двох світоглядів.

Проведене дослідження дозволило виявити будову семантичного простору кожного кольору і значення кольору, актуальні для представників кожної з культур на цьому етапі їх культурно-історичного розвитку. Результати підтверджують висунуту гіпотезу про те, що в ядро семантичного простору входять значення, представлені прототиповими референтами кольору і ці значення є однаковими для різних культур, проте на додаток до них є значення, що відрізняються. Встановлено, що в приядерний простір входять значення, які можна вивести з психологічних властивостей кольору і його прототипних референтів, тобто значень ядра семантичного простору. Ці значення є подібними в різних культурах, але не ідентичними. Можна зробити також висновок, що на периферії семантичного простору кольору представлені культурно-специфічні значення кольору, що сформувалися в кожній культурі в ході її культурно-історичного розвитку.

Загалом, використання хроматичних та ахроматичних кольорів в антропоцентричних фразеологіях пояснюється тим, що кольори є універсальними функціональними реаліями і можуть бути легко використані при побудові різних лінгвістичних та культурних моделей, у тому числі фразеологічних. Кольоровий код, який співвідноситься з найдавнішими архетипними ідеями людини, несе інформацію про культурні норми, відображає світогляд українців та англійців: кодує, описує, структурує та оцінює існування людини. Вивчення значення кольорів в англійській та українській мовах дає підстави стверджувати, що основні символічні значення англійською та українською мовами є однаковими. Відмінності символізму та семантики колоронія, що входять до складу проаналізованих фразеологізмів, зумовлені національною специфікою, особливостями історичного та культурного розвитку українців та англійською мовою. Певний відсоток становлять фразеологізми, до складу яких лексеми на позначення кольору увійшли в прямому значенні. В деяких інших випадках психологічне тлумачення кольору було основним при утворенні значення фразеологізму.

Отже, беручи до уваги всі вищевикладені факти, можна зробити наступний висновок: концепт «колір» - це компонент мовної картини світу, який є складним багаторівневим утворенням, що відображає об'ємний семантичний спектр відтінків і варіантів основного цвєтонаіменування, що є ядром концепту і представляє глибинні пласти інформаційної бази про даному кольорі, в якому представлені відмінні національно-специфічні особливості менталітету певного етносу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Апресян Ю.Д. Избранные труды: В 2-х томах // Ю.Д. Апресян. – М., 1995. – Т.1 – 767 с
3. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю.Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – №1. – С. 34 – 41.
4. Арбекова Т.И. Лексикология английского языка (практический курс): учебное пособие для 2–3 курсов институтов и факультетов иностранного языка / Т.И. Арбекова – М.: Высшая школа, 1977. – 276 с.
5. Астахова Я.А. Цветообозначения в русской языковой картине мира: дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.01 / Астахова Я.А. – Москва, 2014. – 234 с.
6. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А.П. Бабушкин. – Воронеж, 1996. – С. 43 – 67.
7. Баранцев К.Г. Англо-український фразеологічний словник / К.Г. Баранцев. – К., 1969. – 1056 с.
8. Бебчук Е.И. Образный компонент в лексической структуре русского существительного: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. / Е.И. Бебчук. – Воронеж, 1991. – 22 с.
9. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика / Н.Н. Болдырев – Тамбов, 2001 – 236 с.
10. Болдырев Н. Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18 – 36.
11. Браэм Г. Психология цвета / Г. Браэм – М.:Астрель, 2009. – 162 с.
12. Брутян Г. Гипотеза Сепира – Уорфа / Г. Брутян – Ереван: Луис, 1968. – 29 с.
13. Вайсгербер Л. Родной язык и формирование духа / Л. Вайсбергер. – Москва: Едиториал УРСС, 2004. – 406 с.

14. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежбицкая. – М.: Логос, 1999. – 139 с.
15. Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт / С.Г. Воркачев. – М.: Гнозис, 2004. – 192 с.
16. Гачев Г.Д. Национальные образы мира / Г.Д. Гачев. – М.: Космо-психо-логос, 1994. – 417 с.
17. Гончаренко Е.А., Уланович О.И. Цветосимволизм в культуре и языковой картине мира // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире / Е.А. Гончаренко. – Минск: Изд. центр БГУ, 2013. С. 14 – 18.
18. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию / В. Гумбольдт. – М., 1984. – 231 с.
19. Гумбольдт В.О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода / В. Гумбольдт // Хрестоматия по истории языкознания XIX-XX веков. – М., 1956. – С. 68 – 86.
20. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера земли / Л.Н. Гумилев – М.: Логос, 2001. – 662 с.
21. Добровольский Д.О. / Д.О. Добровольский // Национально-культурная специфика во фразеологии // Вопросы языкознания. – 1997. № 6. – С. 37– 48.
22. Залевская А.А. Концепт как достояние индивида / А.А. Залевская // Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. – М.: Гнозис, 2005. – С. 234 – 244.
23. Заремська І. М. Мовна картина світу як об'єкт лінгвістичних досліджень / І. М. Заремська // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови. – 2011. – Вип. 7. – С. 396 – 402.
24. Зольникова Ю.В. Цветообозначения во фразеологической картине мира немецкого и русского языков / Вестник Челябинского государственного

- университета. Филология. Искусствоведение / Ю.В. Зольникова. – Челябинск, 2009. – С. 88 – 93.
25. Иващенко В.Л. Організація ментальності концепту / В.Л. Иващенко // Семантика мови і тексту: зб. ст. III Міжнародної конф. – Івано-Франківськ: Плай, 2003. – С. 202 – 208.
26. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке / В.И. Карасик // Языковая личность: культурные концепты / Волгоградский гос. педагогический ун-т. – Волгоград-Архангельск: Перемена, 1996. – С. 235 – 255.
27. Карасик В.И. О категориях лингвокультурологии / В.И. Карасик // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. – Волгоград, 2001. – С. 3 – 16.
28. Карасик В.И. Этноспецифические концепты // Введение в когнитивную лингвистику / В.И. Карасик. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2005. С. 61 – 105.
29. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – М., 2004. – 560 с.
30. Кир'янова С.Л. Семантико-стилістичний потенціал фразеологічних одиниць з компонентом-кolorонімом у квебекському і метропольному варіантах французької мови / С.Л. Кир'янова // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. – Бердянськ, 2014. Випуск III. – С. 186 – 193.
31. Ковбасюк Л.А. Фразеологічні одиниці з компонентом «кolorоназва» як елементи національно-мовної картини світу (на матеріалі німецької та англійської мов) // Проблеми зіставної семантики: [збір. наук. ст.] / Л.А. Ковбасюк. – Вип. 7. – Київ: КНЛУ, 2005. – С. 267 – 273.
32. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О.А. Корнилов. – М., 2003. – 287 с.
33. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Монография / Н.А. Красавский. – Волгоград, 2001. – С. 40 – 59.

34. Красавский Н.А. Концепт “Zorn” в пословично-поговорочном фонде немецкого языка / Н.А. Красавский // Теоретическая и прикладная лингвистика. – Воронеж: ВГТУ, 2000. – №2 Язык и социальная среда. – С. 78 – 89.
35. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М., 1996 – 245 с.
36. Кузлякин С.В. Проблема создания концептуальной модели в лингвистических исследованиях / С.В. Кузлякин // Русистика и современность Т.1. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация. – СПб, 2005. – 445 с.
37. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин – М., 1986. – 381 с.
38. Лакофф Дж. Когнитивная семантика. Язык и интеллект / Дж. Лакофф – М., 1996 – 416 с.
39. Лебедева Н.М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию / Н.М. Лебедева. – Москва: Ключ, 1999. – 191 с.
40. Леонтьев А.Н. Діяльність. Свідомість. Особистість / А.Н. Леонтьев. – М: Политиздат, 1975 – 376 с.
41. Ляпин С.Х. Концептология: к становлению подхода / С.Х.Ляпин // Концепты: Науч. тр. Центрконцепта. – Архангельск., 1997. – Вып. 1 – С. 11 – 35.
42. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
43. Месяц С.В. Иоган Вольфганг Гёте и его учение о цвете (часть первая) / С.В. Месяц. — М.: Кругъ, 2012. – 464 с.
44. Мокиенко В.М. Славянская фразеология: учеб. пособие / В.М. Мокиенко. – М: Высш. школа, 1980. – 207 с.
45. Никитин М.В. Развернутые тезисы о концептах / М.В. Никитин // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – №1. – С. 59 – 60.
46. Пименова М.В. Введение в когнитивную лингвистику М.В. Пименова – Вып.4. Кемерово, 2004. – 415 с.

47. Пименова М.В. Типология структурных элементов концептов внутреннего мира (на примере эмоциональных концептов) / М.В. Пименова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1 – С. 83 – 90.
48. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.
49. Попова З.Д. Язык и национальная картина мира / З.Д. Попова. – Воронеж, 2002. – 61 с.
50. Приходько А.Н. Концепты и концептосистемы / А.Н. Приходько. – Днепропетровск: Белая Е. А., 2013. – 307 с.
51. Перелыгина Е.М. Катартическая функция текста: АКД / Е.М. Перелыгина. – Тверь, 1993. – 218 с.
52. Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Взаимосвязь эмоций и цвета / В.Ф. Петренко // Вестник Московского ун -та. Сер. 14, Психология. – М., 1988. № 3. С. 70 – 82.
53. Рижский И.С. Введение в круг словесности / И.С. Рижский. – Х., 1806. – 327 с.
54. Серебрянников Б.А. Как происходит отражение мира в языке? / Б.А. Серебрянников // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира / Отв. ред. Б.А. Серебрянников. – М.: Наука, 1988. – 216 с.
55. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава: Довкілля, 2006. – 716 с.
56. Слишкин Г.Г. Лингво-культурные концепты и метаконцепты: автореферат на соискание степени доктора филологических наук / Г.Г. Слишкин. – Волгоград: 2004. – 38 с.
57. Слишкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: Монография / Г.Г. Слишкин – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.
58. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень [уклад. Л. О. Пустовіт та ін.]. – К.: Довіра, 2000. – 1018 с.
59. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. / Ю.С. Степанов – М., 1997. – 234 с.

60. Степанов Ю.С. Основы общего языкознания / Ю.С. Степанов. – М., 1975. – 271 с.
61. Талапина М.Б. Цвет как одна из категорий картины мира // Диалог языков и культур: Теоретический и прикладной аспекты: сб. науч. статей / Поморский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Архангельск: Поморский университет, 2007.– С. 122 – 125.
62. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия – М., 1996. – 284 с.
63. Трессидер Дж. Словарь символов. /Дж. Трессидер. – М.: Фаир-пресс, 1999. – 448 с.
64. Фрилинг Г. Человек – цвет – пространство: Прикладная цветопсихология / Г. Фрилинг, К. Ауэр. – Москва, 1973. – 141 с.
65. Холодная М.А. Интегральные структуры понятийного мышления / А.М. Холодная. – Томск: ТомГУ, 1983. – 215 с.
66. Шаров В.В. Свет и Цвет / В.В. Шаров. – М., 1961. – 400 с.
67. Шпенглер О. Закат Европы / О. Шпенглер. – Новосибирск, 1993. – 473 с.
68. Kirichenko. Y. / Concept of colour as representation of the language picture of the world in English and Ukrainian language Y. Kirichenko // European Languages – 2019: Innovation and Development: Based on XIV International Student Conference. // Collection of scientific student works. – Electronic edition. / University of Technology. – Dnipro, 2019. – P. 31 – 32.
69. Rosh E.H. Principles of Categorization. Cognition and Categorization / Rosh E.H., Lloyd B.B. – Hillsdale, 1978. – P. 27 – 48.

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 79 с., 2 таблиці, 3 рисунки, 69 джерел.

Об'єкт дослідження: концепт.

Предмет дослідження: особливості мовної репрезентації кольору в англійській та українській мовних картинах світу.

Мета дипломної роботи: проаналізувати та описати семантичні особливості вживання колоронімів в українській та англійській мовних картинах світу.

Методи дослідження представлені пошуковим аналізом літератури вітчизняних та іноземних дослідників, методами фразеологічної ідентифікації та фразеологічного опису, семним, компонентним та порівняльним аналізами.

У **вступі** охарактеризований стан проблеми, конкретизовані завдання на дипломну роботу.

У **теоретичній частині** здійснено літературний аналіз вітчизняних та зарубіжних джерел щодо виникнення та становлення понять «концепт» та «мовна картина світу», визначено ці поняття; досліджені та представлені особливості реалізації концепту «колір» в українській та англійській картині світу.

У **практичній частині** проаналізовані ключові особливості та типи сталих виразів із компонентом найменування кольору. На основі концептуального аналізу лексики, пов'язаної з номінативним простором «кольору» проаналізовано соціокультурні особливості вживання основних кольорів спектру у фразеологізмах; виявлено спільне та відмінне.

Теоретична новизна роботи полягає у багатосторонньому розкритті впливу історії та культури англійців та українців на семантику колоронімів у складі фразеологічних одиниць.

Практичне значення дослідження полягає у тому, що матеріали даної роботи можуть бути використані при подальшому вивченні лексики, а саме

фразеологізмів української та англійської мов з позначенням кольору; під час підготовки до занять, у процесі викладання англійської мови.

Ключові слова: КОНЦЕПТ, МОВНА КАРТИНА СВІТУ, НОМІНАТИВНЕ ПОЛЕ, ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ З КОМПОНЕНТОМ «КОЛЬОРОНАЗВА».

SUMMARY

Diploma paper: 79 p., 2 tables, 3 figures, 69 sources.

The **object** of research is the concept of «colour».

The **subject** of research is peculiarities of colour representation in English and Ukrainian language pictures of the world.

The **purpose** of the research is to analyze and describe language color representation features in English and Ukrainian language pictures of the world.

Methods of the research are presented by domestic and foreign researchers' literature analysis, methods of phraseological identification and phraseological description, seminal, component and comparative analyses.

The **foreword** describes the state of the problem, specific tasks for the thesis.

The **theoretical section** shows the literary analysis of domestic and foreign sources on the appearance and formation of "concept" and "linguistic picture of the world"; concept of «colour» realization and its typology are investigated.

The **practical section** analyzes key features and types of phraseological units with the color component. On the basis of conceptual analysis of vocabulary related to the nominative space of colour socio-cultural peculiarities usage of the primary colors of the spectrum in phraseologisms are analyzed; common and different are found.

The **scientific novelty** of the diploma investigation is the multilateral disclosure of the Englishmen and Ukrainians history and culture influence on the semantics of colronyms in phraseological units.

The **practical value** of the study is resides in the fact that the obtained results may be useful in the further study of vocabulary, namely of Ukrainian and English phraseologisms with colour component; during the preparation for classes, in the process of teaching English.

Key words: CONCEPT, LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD, NOMINATIVE FIELD, PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COLOR-NAME COMPONENT.