

УДК81'373:811.111:811.161.2

В. А. Птуха – аспірант Київського національного  
лінгвістичного університету**Ядерно-периферійна організація концепту ОДЯГ  
в англійській та українській мовах***Роботу виконано на кафедрі теоретичної і прикладної  
лінгвістики та новогрецької філології КНЛУ*

У статті розглянуто ментальне національно-специфічне утворення – концепт ОДЯГ в англійській та українській мовах. Особливу увагу звернено на структуру концепту ОДЯГ з урахуванням інтегративного підходу, який поєднує когнітивний та лінгвокультурний засади. З'ясовано опозиційні концептуальні ознаки одягу в обох зіставлюваних мовах.

**Ключові слова:** база, концепт, концептуальна метафора, метафорична профілізація, периферія, профіль, ядро.

**Птуха В. А. Ядерно-периферийная организация концепта ОДЕЖДА в английском и украинском языках.** В статье рассматривается ментальное национально-специфическое формирование – концепт ОДЕЖДА в английском и украинском языках. Особое внимание обращено на структуру концепта ОДЕЖДА с учетом когнитивного и лингвокультурного аспектов, а также объясняются оппозиционные концептуальные признаки одежды в двух сопоставляемых языках.

**Ключевые слова:** база, концепт, концептуальная метафора, метафорическая профилизация, периферия, профиль, ядро.

**Ptukha V. A. The Core and Peripheral Organization of the Concept CLOTHES in the English and Ukrainian Languages.** The article deals with the mental, national and specific formation – concept CLOTHES in the English and Ukrainian languages. The special attention has been focused on the structure of the concept CLOTHES, taking into account cognitive, linguistic and cultural principles. We have also explained the oppositional and conceptual features of clothes names in both contrasted languages.

**Key words:** base, concept, conceptual metaphor, metaphor profilisation, profile, periphery, core.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** У контексті якісно нового рівня вивчення національних традицій, історичної пам'яті поколінь та інтенсивного розвитку міжкультурної комунікації актуальною є проблема дослідження різних етнічних систем і переосмислення функціонування й розвитку національної культури, у якій важливе місце займає побут (одяг зокрема) як динамічна форма творчої енергії народу. Одяг, який є одним із найдавніших і найбільш своєрідних зразків ранньої духовної творчості народу, ніколи не перебував поза увагою дослідників (Г. Гримашевич, М. Дерке, Г. Єрмоленко, Г. Кокоза, Н. Пашкова, Н. Яценко). Актуальним нині є дослідження одягу в порівняльному аспекті з урахуванням останніх досягнень когнітивного та лінгвокультурологічного підходів.

**Мета** дослідження – проаналізувати концепт ОДЯГ в англійській та українській мовах. Для досягнення мети потрібно виконати такі основні **завдання**: 1) охарактеризувати сутність концепту ОДЯГ в обох зіставлюваних мовах, визначаючи ядро та периферію концепту; 2) виявити й окреслити основні опозиційні концептуальні ознаки одягу в англійській та українській мовах.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Останнім часом увага дослідників зосереджується на вивченні мовних концептів (Н. Земскова, Т. Пімонова, М. Полюжин, Т. Симегин, О. Южакова), і наше дослідження зокрема не є винятком. Сьогодні серед учених виникають небезпідставні дискусії щодо тлумачення поняття «концепт». Передусім, проаналізувавши дефініції «концепту», ми виокремили два основні напрямки у його трактуванні: *лінгвокогнітивний* (А. Бабушкін, О. Кубрякова, З. Попова, Й. Стернін), згідно з яким концепт є оперативною змістовою одиницею пам'яті [4, 90–92] та *лінгвокультурологічний* (Н. Арутюнова, С. Воркачов, В. Карасик, Д. Лихачов, А. Приходько), де наголошується на тісному взаємозв'язку культури та концепту, тобто на культурному компоненті у його структурі. Підтримуючи обидва існуючі підходи до розуміння зазначеного поняття, ми тлумачимо «концепт» як ментальне національно-специфічне утворення, планом змісту якого є сукупність знань про певний об'єкт, а

планом вираження – сукупність мовних засобів (лексичних, фразеологічних), який наповнений культурним змістом.

Когнітивною основою артефактуальних номінацій одягу (далі АНО) в англійській та українській мовах є концепт ОДЯГ зі своєрідною структурою (ядром і периферією) і такими опозиційними концептуальними ознаками, як: ‘дорогий – дешевий’, ‘бідний – багатий’, ‘чоловік – жінка’, ‘молодий – старий’, ‘сучасний – архаїчний’, ‘повсякденний – святковий’.

Ядро концепту ОДЯГ об’єктивується передусім лексемами *clothes* та *одяг*, що не суперечить їх лексикографічному трактуванню. Сучасні словники дають змогу зрозуміти семантику лексем, що представляють концепт ОДЯГ.

Повне уявлення про сучасну семантику досліджуваних лексем, яке представляє ядро концепту, містять такі тлумачні словники англійської мови:

Longman Dictionary of Contemporary English: *the things that people wear to cover their bodies or keep warm* [10, 282].

The Oxford English Dictionary: *covering for the person; wearing apparel, dress, raiment, vesture* [12, 268].

В українській мові лексема *одяг* також досить чітко роз’яснюється у сучасних тлумачних словниках.

У тлумачному словнику сучасної української мови: *одяг – це сукупність предметів, виробів (із тканини, хутра, шкіри), якими покривають тіло.*

Великий тлумачний словник сучасної української мови: *одяг* витлумачує як *все, що людина одягає на себе* [2, 547].

В етимологічних словниках знаходимо такий історичний ракурс досліджуваних нами лексем *clothes* та *одяг*.

Online Etymology Dictionary: лексема *clothes* (іменник) прийшла до нас із 17 ст., походить від слова *cloth*, яке спочатку мало значення «духовенство, духовне звання», а вже пізніше позначатиме «тканину, сукно, матеріал», у 19 ст. після додавання флексії *-s* почало позначати «одяг»; пор. давньоанглійське (Old English) *claðas*, давньонімецьке (Proto-Germanic) *\*kalithaz*, давньофризьке (Old Frisian) *klath*, нідерландське *kleed*, німецьке *Kleid* «предмет одягу» [11].

В етимологічному словнику української мови у 7 т. лексема «одяг», очевидно, є результатом контамінації слів *одіж*, *одівати* і [*дяга*] «щось велике, важке, роздуте», [*дяг*] «смужка лика» [13, 164].

Як видно з усіх наведених вище дефініцій, на перший план виходить уся сукупність предметів, які людина одягає на своє тіло. У нашому дослідженні під поняттям «одяг» розуміємо не лише одяг у вигляді штанів, сукні, сорочки й т. ін., але й головні убори, взуття, білизну тощо.

Близьку периферію (тобто, суб’єктивний досвід людини, різноманітні складові ядерної лексеми, конотація та асоціація, услід за В. А. Масловою) складають такі синоніми, як: *clothing, garment, cloth, piece/item/article of clothing, apparel, raiment; покривало, одежа, одягало, одяжина, одіж, дяга*. До віддаленої периферійної зони концепту ОДЯГ належать фразеологічні одиниці та ідіоматичні вирази з компонентом «одяг» в обох досліджуваних мовах, які доповнюють структуру концепту асоціативно-образними уявленнями людини: *keep round one’s hat, give someone a wet shirt, tighten one’s belt, lick someone’s boots, treat someone with kid gloves; бути не в своїй сорочці, за словом у кишеню не лізти, міняти, мов рукавички, не в свої штани вбрався, протирати штани* та ін.

У результаті проведеного дослідження виявлено, що ядро концепту ОДЯГ може бути представлене не лише лексемами *clothes* та *одяг*, але й концептуальною метафорою, суть якої, за теорією американських мовознавців Дж. Лакоффа та М. Джонсона, полягає у використанні поняття (знака) однієї концептуальної сфери на позначення складника іншої [5, 150].

У нашій лінгвістичній розвідці слухним видається звернення до *метафоричної профілізації*, яка є одним із проявів об’єктивації концептів. На думку польського дослідника Є. Бартмінського, профілювання – це суб’єктивна мовно-поняттєва операція, яка полягає у своєрідному формуванні образу предмета через трактування його в окремих аспектах, таких як походження, якість, форма, функції та ін. [9, 211–212]. Когнітивним підґрунтям такого прийому є уподібнення об’єктів різних онтологічних сфер [8, 36]. Основними поняттями метафоричної профілізації є *концептуальна база* та *профіль*. Концептуальна база містить весь обсяг інформації, що актуалізується знаком, тимчасом, як профіль – це та частина бази, яка формує значення цього знака [8, 24]. Досить часто декілька мовних одиниць об’єктивують одну й ту ж концептуальну базу, однак відрізняються профілями.

Застосовуючи прийом метафоричної профілізації, виділяємо у межах концепту ОДЯГ декілька концептуальних метафор зі своїми базою та профілями.

Концептуальна метафора ОДЯГ – ЦЕ ЛЮДИНА реалізується через опозиційні профілі: ‘жінка’ – *pencil skirt, bell-shaped dress, evening dress, tulip dress; запаска, плахта, намітка, дерга, керсетка, спідниця, сукня*; ‘чоловік’ – *Eton jacket, kilt, cravat, duffel coat, tuxedo, bow tie; кожух, кентар, шаровари, ногавиці, гачі, кунтуш*; ‘дитина’ – *baby's loose jacket, chinwiper, soaker; підгузник, повзунки, сорочечка*.

Ще з прадавніх часів одяг виробляли з таких матеріалів, як шкіра, хутро і тканина. Тому виділяємо в окрему підгрупу метафору ОДЯГ – ЦЕ МАТЕРІАЛ, який має такі профілі: ‘шкіра’ – *oilskin, furcoat, bearskin; постולי, черевики*; ‘тканина’ – *denims, jeans, corduroys, jersey; серпанок, кап'янці, хакі, джінси*.

З давніх-давен одяг, який носила людина, був показником її статків, особливо це простежено в Україні: заможні верстви населення шили одяг із дорогих тканин, прикрашали сріблом, золотим шиттям, мереживом, натомість бідні селяни носили дешевий одяг (*кожух, свита*) та взуття на низькій підшві (*ходаки, шкарбани*) [7, 181]. У межах англійської етнокультури вартість одягу визначається фірмою-виробником: чим відомішим є бренд, тим кращим є одяг (*Ascot, Burberry, Ben Sherman, Plimsol line*). Концептуальна метафора ОДЯГ – ЦЕ ВАРТІСТЬ реалізується у таких профілях, як-от: ‘дорогий’ – *Ascot, Burberry, Plimsol line; шати, кап'янці, капота, кунтуш, пояс*; ‘дешевий’ – *свита, личаки, ходаки, шкарбани, жупан, ланті*.

Одяг також може володіти певними магічними властивостями. Реалізація ОДЯГУ як МАГІЇ є досить важливою, щоб розкрити повноту значення досліджуваного нами концепту ОДЯГ, оскільки носіями та володарями магічного начала є не лише істоти – маги, чарівники, а й певні артефакти, зокрема одяг. Концептуальна метафора ОДЯГ – ЦЕ МАГІЯ реалізується у межах таких профілів: ‘сила артефакту’ – *вінок, намітка, очінок; sporran*; ‘колір’ – *вишиванка, намітка, очінок, убрус*. У межах української етнокультури *вінок*, який мала на своїй голові дівчина, асоціювався із чарами, якими вона могла тяжко карати свого напасника [1, 490]. *Очінок* разом з *наміткою* слугував за оберіг для жінки, захищаючи її від нечистих сил (зокрема через це не можна було його знімати), і більш того – відлякував ворожі сили. *Вишиванки* українців були переважно білого кольору, вишиті червоними нитками. Червоний колір символізував очищувальний вогонь і сонце та був пов'язаний із запобіжною магією, оберегом, очищенням та лікуванням. Білий колір традиційно слугував для східних слов'ян, у тому числі й українців, символом смерті. Жалобний чорний колір закріпився серед них порівняно недавно, на початку XIX ст., а перед цим на знак жалоби одягали білий одяг, і особливо білий головний убір (жінки – білу намітку або убрус) [6, 255–256].

Досить важливе значення з-поміж назв одягу в англійській мові має колірна гама, подібно до української мови. Зокрема, білий колір символізує дух, світло, віру, святість, це символ жалоби, адже англійська королева, що овдовіла, носила білий одяг; голубий є кольором повітря, неба, доблесті, знаті, а от пурпуровий символізує царювання, відродження. Магічними властивостями наділяють одяг і шотландці, яка вірять, що *sporran* «шкіряний гаманець, що висить на вузькому ремінці та охоплює стегна» [10, 1598] приносить достаток та фінансову стабільність, якщо носити його постійно як невід'ємний атрибут традиційного шотландського вбрання – кілта (*kilt*).

Концептуальна метафора ОДЯГ – ЦЕ СЕЗОН реалізується через такі профілі: ‘літо’ – *shift dress, summer dress, flip-flops, bikini, Hawaiian shirt; бриль, панама, капці, вінок*; ‘зима’ – *anorak, cardigan, furcoat, jumper, wintercoat, snowsuit, scarf; жупан, шапка, вушанка, кожух, сіряк, кобеняк, валянки*; ‘демисезон’ – *jeans, bottoms, waistcoat, jacket, trainers; куртка, джінси, спідниця, намітка, постולי*.

Класифікуючи АНО на чотири групи (АН національного, обрядового, сучасного та архаїчного одягу), виділяємо ще одну підгрупу концептуальної метафори ОДЯГ – ЦЕ ОБРЯД, яка знаходить свою реалізацію у таких профілях: ‘весілля’ – *wedding gown, bridal gown, engagement suit; вінок, кожух, фата (білило)* і ‘похорон’ – *funeral garb; біла хустка*.

Концептуальна метафора ОДЯГ – ЦЕ ФОРМА реалізується у таких профілях: ‘артефакт’ – *barrel, broomstick skirt, boatneck, hoopskirt, pillbox; ліхтарик, спідниця-олівець, спідниця-дзвін, спідниця-бочечка* тощо; ‘тварина’ – *donkey jacket, turtle-neck, leg-of-mutton, deerstalker; боа, зозулька, крила, метелик* і ‘рослина’ – *trunks, bananas; хмелик, дубок* та ін.

Останню підгрупу становить концептуальна метафора ОДЯГ – ЦЕ НАЦІОНАЛЬНІСТЬ, яка реалізується у таких профілях: ‘Великобританія’ – *Scottish costume, sporran, kilt, plaid, tartan, tam-o'-shanter* (Шотландія), *pink, Oxford shoes, Cambridge slippers, bearskin, busby* (Англія); ‘Україна’ – *вишиванка, жупан, свита, запаска, кожух, шаровари*.

Концепт ОДЯГ є авторським конструктом, який допомагає виявити національно-культурну специфіку одягу, а також сприяє кращому уявленню про одяг та його елементи носіями англійської та української етнокультур.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** У результаті проведеної розвідки підсумуємо: 1) концепт ОДЯГ є ментальним національно-специфічним утворенням зі своєрідною структурою, ядро якої формують лексеми *clothes* та *одяг* і концептуальні метафори ‘дорогий – дешевий’, ‘бідний – багатий’, ‘чоловік – жінка’, ‘молодий – старий’, ‘повсякденний – святковий’, ‘весілля – похорон’, ‘зима – літо’, периферія включає різноманітні синонімічні варіанти зазначених лексем і ФО та паремії, які доповнюють концепт асоціативно-образними уявленнями; 2) диференційність менталітету розглядається у лакунарних назвах одягу та пареміях в обох досліджуваних мовах; 3) для української мовної спільноти суттєвою є ознака «засіб вдягання одягу», натомість для англійців важливим є «виробник одягу», завдяки чому визначається антропоцентричність номінацій одягу в англійській мові.

Одним із перспективних напрямків подальшого зіставно-типологічного дослідження одягу є виявлення та аналіз лінгвокогнітивних моделей артефактуальних номінацій одягу в англійській та українській мовах.

#### Список використаної літератури

1. Воропай О. Звичаї нашого народу / О. Воропай. – К. : Оберіг, 1993. – 592 с.
2. ВТССУМ – Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / [уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
3. Етимологічний словник української мови : у 7 т. – К. : Наук. думка, 2004. – Т. 4. – 543 с.
4. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М. : MGU, 1996. – 245 с.
5. Лакофф Дж. Когнитивное моделирование / Дж. Лакофф // Язык и интеллект : [сборник] ; [пер. с англ. и нем.]. – М. : Прогресс, 1996. – С. 143–184.
6. Пономарьов А. Етнічність та етнічна історія України : [курс лекцій] / А. Пономарьов. – К. : Либідь, 1996. – 272 с.
7. Потапенко О. І. Шкільний словник з українознавства / О. І. Потапенко, В. І. Кузьменко. – К. : Укр. письменник, 1995. – 291 с.
8. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
9. Bartmiński J. Profile a podmiotowa interpretacja świata / J. Bartmiński, S. Niebrzegowska // Profilowanie w języku i w tekście. – Lublin, 1998. – S. 211–224.
10. Longman Dictionary of Contemporary English / [ed. D. Summers]. – L. : Pearson Education Limited, 2003. – 1950 p.
11. Online Etymology Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.etymonline.com/>
12. Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary / [ed. A. P. Carier]. – Oxford : Oxford University Press, 1992. – 1081 p.

Статтю подано до редколегії  
21.03.2012 р.

УДК 811. 111'373.7

**К. Ю. Савчук** – аспірант Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

### **Інтерпретація поняття «фразеологічна картина світу» (на прикладі американського варіанта англійської мови)**

*Роботу виконано на кафедрі англійської мови  
ЧНУ ім. Юрія Федьковича*

Статтю присвячено дослідженню такого феномену, як фразеологічна картина світу, що є основним носієм культурного досвіду, традицій та звичаїв певної нації.

**Ключові слова:** картина світу, мовна картина світу, концептуальна картина світу, фразеологічна картина світу.