

derivational paradigm, which are realized with the derivatives of verbs with prefix над-/nad- in the Ukrainian, Polish and Czech languages are researched. Common and peculiar features of derivational meanings are revealed in each language. The depth of semantic positions as well as the quantitative characteristics of creativity of derivational stems, derivational zones and derivational meanings are studied.

Keywords: derivational potential, derivational paradigm, derivational meaning, deverbative.

УДК 811.161.2'373.4:391

Т. Ф. Семашко

*Інститут філології Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

ПЕРЦЕПТИВНИЙ КОМПОНЕНТ У СТРУКТУРІ ЕТНОКУЛЬТУРНИХ СТЕРЕОТИПІВ-ВЕСТИЗМІВ

Реферат. Антропоцентричний принцип та когнітивно-дискурсивна парадигма, що є сьогодні провідними у вивченні мовних явищ, зумовлюють розширення кола мовознавчих досліджень до вивчення складних когнітивних процесів та їхнього впливу на мовне відображення дійсності, що продукує аналіз когнітивних структур, як елементів сучасного комунікативного простору. У цьому процесі стереотипи із сенсорним компонентом, як узагальнені ментальні конструкти, що є результатом профілювання світу етнічною свідомістю, відіграють особливу роль. Структура фонових знань, яка існує на ментально-когнітивному рівні, дає підстави розглядати останні як важливий компонент лінгвокультурного простору, який є засобом категоризації мовного досвіду носія етнічної свідомості.

Пропоноване дослідження зумовлене недостатньою увагою до стереотипів із сенсорним компонентом як репрезентантів національно-культурної своєрідності етносу. Автор статті на базі одного фрагменту мовної системи (стереотипів-вестизмів) робить спробу встановити реєстр стереотипів із сенсорним компонентом, що номінують семантичне поле «назви одягу»; означити їх стилістичні маркери та співвіднесеність із мовними нормами; з'ясувати функціональне навантаження пофарбування одягу у створенні цілого спектру узагальнених ознак індивіда, що водночас слугує своєрідним індикатором національно-культурної ідентичності етносу.

Ключові слова: ментально-когнітивний рівень, перцепція, когнітивна структура, стереотипи із сенсорним компонентом, вестизми.

Початок ХХІ століття у мовознавстві репрезентував якісні зміни в науковій методології дослідження мовних явищ і прагнення вивчати мову в нерозривному зв'язку з мисленням, свідомістю, культурою, світоглядом як окремого індивіда, так і всього мовного колективу, до якого цей індивід належить. У вивченні мовних явищ провідним сьогодні є антропоцентричний принцип, сформований унаслідок усвідомлення того, що мова, як суто людське надбання, не може бути зрозумілою і поясненою поза зв'язком із її носієм і користувачем: кожна мова відображає певний спосіб сприйняття і пояснення дійсності, притаманний лише тому народові (нації), який є її носієм [5]. Значимим видається спрямування наукових пошуків на нове осмислення актів повідомлення як через систему мовних та мовленнєвих образних засобів, так і знань про світ, тобто через національне пізнання світу, оскільки «лише в тому разі, якщо ми пояснимо для себе, як слова... впливають на людину, ми будемо спроможні повністю зрозуміти процеси пізнання» [7, с. 28]).

Антропоцентричний підхід у сучасній науці зумовлює розширення кола мовознавчих досліджень до вивчення складних когнітивних процесів та їхнього впливу на мовне відображення дійсності [1; 4; 6; 8; 13]. Такі дослідження інтегрують підходи різних наук, зокрема й когнітивістики, до аналізу складових мовної і концептуальної картин світу, де особливо значимими є стереотипи – узагальнені ментальні конструкти, що є результатом

профілювання світу етнічною свідомістю та засобом категоризації мовного досвіду носія етнічної свідомості.

Тісний пізнавальний контакт людини із об'єктивним світом забезпечують сенсорні процеси: сигнали, які надходять до сенсорної системи людини з навколишнього світу, обробляються її свідомістю, узагальнюються та фіксуються в пам'яті, формуючи етнокультурні стереотипи сенсорного сприйняття, під якими ми розуміємо об'єктивовану типовими мовними засобами певну узагальнену, етнічно-специфічну, історично-мінливу та часто повторювальну металеву структуру, яка на рівні емоційного та асоціативного сприйняття фіксує результати профілювання світу етнічною свідомістю.

В узагальненні сенсорно-перцептивного досвіду домінують позиція посідає візуальна комунікація. Зоровий сенсор людини відіграє основну роль у сприйнятті зовнішнього світу, в практичній (і теоретичній) діяльності людини, у всьому, що вона робить, і особливо, у формуванні та використанні мови [11, с. 342]), та приносить найбагатші результати опрацювання світу.

В історії вивчення зорового модусу, що задає первинні параметри сприйняття та осмислення світу, склалася лінгвістична, психологічна, культурно-антропологічна традиції, що в сучасному мовознавстві здійснюються у різних напрямках: природознавчому (Г. Ашкеназі, Й. Гете, М. Дерібере, I. Albers), психолінгвістичному (О. Василевич, Т. Пастушенко, М. Серов, Р. Фрумкіна), історичному (Н. Бахіліна, О. Васильєва, Н. Ганіна, Т. Козак, Ю. Норманська, О. Огуй, J. König, D. Schieder), типологічному (B. Berlin, P. Key), зіставному (К. Рахіліна, G. Reiter), соціокультурному й лінгвокультурологічному (Н. Арутюнова, А. Вежицька, Т. Венкель, О. Дзівак, В. Крепель, В. Кульпіна, В. Москович, W. Koch). Та попри різноманітні наукові підходи до вивчення візуальної перцепції, в сучасній лінгвістиці не спостережено фундаментальних досліджень візуального сенсору як базового у структурі стереотипів-образів.

Актуальність теми дослідження обумовлена недостатньою увагою до стереотипів із сенсорним компонентом та їх ролі як репрезентантів національно-культурної своєрідності етносу. **Мета** роботи полягає у з'ясуванні значення етнокультурних стереотипів із сенсорним компонентом в аспекті формування стереотипних уявлень українців. Означимо, що обсяг статті не дозволяє розглянути увесь масив стереотипних номінацій із сенсорним компонентом, тому ми обмежили коло наших пошуків стереотипами-вестизмами, зафіксованими у матеріалах «Словника української мови : в 11 т.» (далі СУМ). Поставлена мета передбачає виконання ряду **завдань**: встановити реєстр стереотипів із сенсорним компонентом, що номінують поле «назви одягу»; означити їх стилістичні маркери та співвіднесеність із мовними нормами; з'ясувати функціональне навантаження пофарбування одягу у створенні стереотипного образу представників української етноспільноти.

Кожен народ має своє неповторне індивідуальне обличчя як у духовній культурі, так і в побуті. Ця індивідуальність знайшла своє відображення і в народному одязі (зокрема, в його пофарбуванні) українців, який формувався протягом багатьох століть. Раціональною видається думка, за якої вестизми уможливають пізнання цілого спектру і узагальнених, і індивідуально-увиражених ознак індивіда. Якщо зважити на певні національні традиції щодо вибору кольору одягу, то цілком правомірно передбачити, що вестизми потенційно можуть відображати деякі етнічні (й навіть регіональні) особливості, а також ознаки, узвичаєні для певного соціального прошарку [3, с. 68-70]. Водночас одяг значною мірою слугує своєрідним індикатором національно-культурної ідентичності етносу.

Так, заґрунтовані на перцептивній ознаці стереотипи, репрезентують антропоморфну модель осягнення світу (про моделі осягнення світу див. [9; 10; 12] та засвідчують: традиційне українське вбрання рельєфно розкриває соціальну структуру суспільства. Розкішний, яскравої кольорової гами одяг та взуття заможних верств населення, шитий із дорогих тканин: атласу, кармазину й камки, матеріально стверджує їх панівне становище в економічному та політичному житті. Стереотипні образи фіксують багатство костюма козацької старшини – *чорна кирея, біла сорочка*; української знаті – *синій жупан, зелений жупан з жовтогарячою габою, червоні шаровари, сорочка з червоного атласу*; заможного козацтва та селянства – *чорна кирея, чорний кобеняк, червоний жупан, синій жупан, синя шапка, шапка з малиновим верхом, синя жилетка, біла сорочка, вишнева спідниця, червона хустка, червоний пояс*. Чуттєва складова відповідних стереотипів актуалізована комплексом сенсорних ознак, що беруть участь у творенні перцептивного образу, як от: монопрофільної, де задіяна одна перцептивна ознака –

колоративна (*вишнева спідниця, червона хустка, червоний пояс*); комбінаторної, де задіяні декілька сенсорних ознак у межах одного модусу перцепції – колір/розмір; колір/форма (*Чоботи з жовтої юхти, з довгими халявами* [СУМ, Т. 11, с. 15]; *Їхало троє в однакових чорних киреях і в однакових високих шапках* [СУМ, Т. 1, с. 113]; *Вершники були в коротких жупанчиках, широких шароварах, а на головах мали шапки з малиновим верхом* [СУМ, Т. 11, с. 414]; *Марина була в високих з халявками чобітках, на плечах жупанець синього сукна* [СУМ, Т. 2, с. 547]; *Соломія ... підперезалась широким червоним поясом* [СУМ, Т. 7, с. 495]); поліпрофільної, яка консолідує декілька сенсорних ознак різних модусів перцепції – зору/дотику; зору/нюху (*біла шовкова сорочка; сорочка червоного атласу; синій суконний жупан; біла сорочка, вишнева шовкова спідниця, – все так хороше пахло додом* [СУМ, Т. 9, с. 467]). Актуалізація комплексу сенсорних ознак дає право говорити про моделі досвіду, як результату прихованого впливу на органи чуття, зокрема, комплексну модальність, яка передбачає стимуляцію декількох зон сприйняття при збереженні домінанти – зору.

Перцептивна ознака аналізованих стереотипів-образів градуєвана за допомоги різних мовних засобів: градаційних імплікатур (*на йому убір гарний та дорогий; добрі чоботи; аж чотири ряди гудзиків ... так і сяють; сорочка вишита великими червоними квітками*); кількох об'єктів опису в одному контексті (*Скинув він [Грегор] кожух, а на йому убір: синій суконний жупан з гудзиками, добрі чоботи, синя жилетка, а на жилетці аж чотири ряди здорових гудзиків так і сяють; шия зав'язана червоною хусткою* [СУМ, Т. 10, с. 366]); традиційних порівнянь (*сорочка червоного атласу, аж горить; убралась, як до вінця*) та порівнянь з етнічним еталоном порівняння – калиною (*В червоних, як калина, штанях* [СУМ, Т. 2, с. 547]), що уможлиблює класифікацію останнього як історично-зумовленого збірного образу.

Позиція суб'єкта осмислення уможлиблює визначення домінанти в описі костюма українців – об'єктивацію ознаки 'дуже насичений (яскравий) колір', можливо, навіть 'агресивний', який продукує і риси поведінки представника української лінгвокультури (пор. *Завзятий, у синій шапці, у жупані, в червоних, як калина, штанях, а вприсідки вліта* козак [СУМ, Т. 2, с. 547]; *В голові заgonу на сильних бахматах, черкаючись стременими, їхало троє в однакових чорних киреях і в однакових високих шапках* [СУМ, Т. 1, с. 113]; *Соломія убралась, як до вінця, в синій суконний жупан, підперезалась широким червоним поясом* [СУМ, Т. 7, с. 495]).

Кардинально відрізняється пофарбуванням одяг незаможних верств населення – бідних, убогих, незаможних людей, часто виготовлений самостійно (*Полотнянку носить мужик. Сам робить з льону полотно, сам тче, сам білить, сам шиє* [СУМ, Т. 7, с. 98]) із грубого домотканого полотна (сукна) і оздоблений невігадливими матеріалами, де саме сорочка, свитка та сірячина (сіряк), пошиті з сірого (зрідка чорного) сукна є ознакою приналежності до простих, убогих людей, що демонструють як історично-зумовлені антропні стереотипи, в основі яких – власне сенсорна ознака: *сіра сорочка, сірий сіряк, чорний сіряк, сіра спідниця*, так і дискурсивно-зумовлені: *сіра куртка, сірий костюм, жінка в сірому*, актуалізовані монопрофільною сенсорною ознакою – колоративною. Перцептивна ознака наведених образів підсилюється за рахунок конкретизаторів ознаки, як от: *лихенький сіряк, сіряк з грубої тканини, поіржавілі куртки*, де особливо значимими у контекстах є носії прихованого смислу: *міська біднота, низенька хатинка, темна стіна, похмура постать, псувати веселу картину*, оскільки містять емоційно-ціннісну складову і слугують засобом характеристики.

При тому зауважимо, атрибут сірий («середній між білим і чорним; барва попелу» [СУМ, Т. 9, с. 229]) хоча є «кольором-невидимкою», несе виразне аксіологічне навантаження: *сірий* перестає бути просто кольором, а перетворюється у символ взаємин, що відображає «своєрідність відчуття та світорозуміння народу» [2, с. 325]). Така символічність зумовлює рух по перцептивній осі: переосмислений у межах тропів осі суміжності ад'єктив *сірий*, як структурний компонент стереотипних номінацій, набуває переносних значень, утворених за метонімічною моделлю, що формує ряд етностереотипів, проєктованих у сферу ментальної характеристики. У результаті етнічні (історично-зумовлені) образи: *сіряк, сірома, сіромаха, сіромашня, сіра свита*, і пізніші (дискурсивно-зумовлені, що відтворюють спрощення картини світу в радянський період): *сірий мужик, сіра людина, сірий люд, сірі гречкосії*, демонструють перехід сенсорного значення у ментально-історичне 'козацька біднота на Запорізькій Січі', 'голта' (*Спочатку підходила старишина, потім – значне козацтво, за ними прості козаки й сірома* [СУМ, Т. 9, с. 231]; *Коли б я не ходив у походи і не бив турків та татару – ніколи не*

був би я гетьманом, і наша січова **сіромашня** тоді на мене пельки пороззявляла [СУМ, Т. 9, с. 232]); ментально-зневажливе ‘незаможна людина’, ‘бідняк’ (У церкву навалило стілько – пальця просунути нігде – і все тобі **сірома сіра**, кріпацтво голодране [СУМ, Т. 9, с. 231]; Хіба без мене мало є таких **сіромах**, що б’ються, як риба об лід, з своїм безталанням і ніяк не виб’ються з гіркої нужди? [СУМ, Т. 9, с. 231]); ментальне ‘неосвічена, некультурна людина з низів’ (Нехай би вже були непевні які вельможі просвіщенні... А то **сірісінький сіряк** отак лютує [СУМ, Т. 9, с. 232]; Нам треба з цієї **сірої свити** готувати і культурного хазяїна і справного вояку [СУМ, Т. 9, с. 76]); ментальне ‘який належить до непривілейованого класу’, ‘простий’ (Бажав би з **людом сірим** злитись, З’єднатись жеребом одним ... [СУМ, Т. 9, с. 229]; Підеш, серце, за такого **сірого** та репаного **мужика**, як і твій батько [СУМ, Т. 9, с. 229]; Тисяча **сірих гречкосіїв** – батьків і матерів майбутніх Кошових, Степаненків, Гнатенків і Ангелін – стояли перед гетьмансько-німецькими кулеметами [СУМ, Т. 9, с. 229]); ментальне ‘нещасна людина, що викликає співчуття’, ‘бідолаха’ (Бачив я... як **сірома** поїдтинню згорблена тулялась [СУМ, Т. 9, с. 231]; Що ж будемо робити, хлопці, сироти ви мої, **сіромахи**? [СУМ, Т. 9, с. 231]); ментальне ‘нічим не примітний, невиразний’, ‘безлиций’ (**Сіра**, ординарна людина здатна творити довкола собі подібних, вона навиває байдужість і смуток [СУМ, Т. 9, с. 229]), підкріплені рядом конкретизаторів (прикметників та іменників): безталанний, голодраний, ординарний, репанний, згорблений; байдужість, смуток, кріпацтво, нужда, сирота та ін. Аспектно, що аналізовані образи демонструють рух значення по сенсорній шкалі: від власне сенсорного, через сенсорно-ментальне та ментально-сенсорне, до невластне сенсорного (ментального).

Як метонімію подовжену в часі потрактовуємо антропоморфні стереотипи-образи *сіра миша* та *сірий кардинал*, що розвивають ментальні значення ‘людина, чиє життя перетворюється на рутину’ та ‘впливова людина (особливо у політиці), яка діє негласно і зазвичай не обіймає формальних посад з такими повноваженнями’. Означені образи є антонімічними за своїм змістом, і являють собою складні семантичні конструкти, в природі яких закладене переосмислення внутрішньої форми, що на рівні сенсорної характеристики є результатом образного сприйняття світу. Аналіз означених етностереотипів уможливило думку щодо дієвості метонімічної моделі в аспекті творення стереотипних образів, заґрунтованих на перцептивних реакціях, та розширення їх значеннєвої зони у межах ментальної сфери.

Спостережено, що за кольором одягу можливе розмежування не тільки у межах статусного та майнового рівня, а й соціально-статусного та вікового. Зокрема, дівчата не покривали голови: головним убором для них слугували стрічка (варіативна форма скиндячка), лента, вінок яскравого кольору: *червона стрічка, червона скиндячка, голуба стрічка, різнобарвні стрічки*. І лише перехід у інший соціальний статус – із дівочтва у заміжжя – передбачав покриття голови очіпком, на який у святкові дні надівали намітку та хустку білу й кольорову: *очіпок з золотими й червоними квітками, біла намітка, хустка з білою габою, біла хустка, квітчаста хустка*.

Стереотипний образ хустки, яку наші предки колись вишивали шовком, сріблом та золотом, в українській лінгвокультурі має національний характер та зберігає глибоко символічний зміст. Хустка залишилася хусткою – вживаним елементом на всі випадки життя у вбранні українок, змінилися тільки її кольори, що дозволило читати хустки: для дівчат яскраві (*Хустки квітчасті дівочі* [СУМ, Т. 10, с. 357]; *Дівчата ... в барвистих хустках, які в стрічках червоних* [СУМ, Т. 4, с. 727]), для літніх жінок хустки неяскарих кольорів (*Убогі фарби хусток молодниць* [СУМ, Т. 10, с. 357]) аж до чорних у старості (*Наумиха, напнута чорною хусткою* [СУМ, Т. 8, с. 553]).

Хустка білого кольору є найхарактернішою для українок; вона – атрибут заміжньої жінки (на відміну від кольорових, різнобарвних, які є пізнішим надбанням); має вагоме значення в етнічному побуті й побутовій символізації українців. Біла хустка є символом материнства, жіночої душі, прихильності та вірності; та найперше вона символізує моральну чистоту та жіночу честь (*Молодиця метнула карими очима, білу хустку розіпнула* [СУМ, Т. 8, с. 761]; *Хустку білу, що сповза, поправля матінка* [СУМ, Т. 6, с. 699]).

Стереотипний образ *чорна хустка*, заґрунтований на колоративній ознаці, отримує проєкцію у ментальну сферу, та символізує тугу, сум, журбу; це – дань скорботи перед померлими, дань перед Богом, що уможливило сенсорно-ментальні значення ‘траурний’ (*Скорботна жінка в чорній хустці* [СУМ, Т. 8, с. 368]); ‘чернечий’ (*Тільки матушка Раїса,*

здається, не змінилась. .. Ті ж чотки, та ж **чорна хустка** [СУМ, Т. 11, с. 311]; [Якилина] ..., закривалася від світу шатром **чорної хустки**, .. ходила в Христових прислужницях [СУМ, Т. 4, с. 715]).

Стереотипним вважаємо і заґрунтований на вихідній перцептивній ознаці образ *червона хустка* (*червона косинка*), який в українській лінгвокультурі заґрунтований на символічності червоного, як кольору радості, краси, любові й повноти життя. Такий образ проектує до ментальної зони та виформовує розширений сенсорно-ментальний значеннєвий ряд: **‘працездатний’** (*На тракторі сиділа дівчина, кругловида, закіптюжена, у засмальцьованім комбінезоні, в червоній, як шмат полум’я, косинці* [СУМ, Т. 3, с. 145]); **‘бажаний’** (*Настя знала, чого домагалася червоної хустки. Така була вона в ній привабна* [СУМ, Т. 3, с. 401]); **‘який приносить моральне задоволення’** (*Оксані – радість: мати одрізала з полотна хустку, а порошком пофарбувала в червоний колір. Вийшла червона хустина* [СУМ, Т. 7, с. 442]). Разом із тим, багатообразність і суперечливість символічних значень червоного кольору, де з одного боку, повнота життя, а з іншого – ворожнеча, помста, бунт, революція, боротьба, пролита кров, робить його агресивним та продукує значення **‘приналежний до певного угруповання, організації, партії і т. ін.’** (*Молода розрум’янена дівчина з росинками радості на віях дерла на шматки вовняну червону хустину і роздавала хлопцям, що чіпляли їх до кашкетів, а то й просто до сорочок* [СУМТ, Т. 8, с. 797]), де червоний сприймається як виклик.

Традиційно вартісним в українській лінгвокультурі залишається білий колір одягу, який може давати цілком достовірну картину щодо життєвої позиції, характерних особливостей та схильність до певної лінії поведінки українців. Білий колір одягу українців – це непорушна традиція та оберіг (*Материне шлюбне вбрання – біла сорочка* [СУМ, Т. 9, с. 477]); символ моральності (*Вище всіх червоних кардиналів він [папа] сидів у ясних, білих шатах* [СУМ, Т. 4, с. 104]); елегантності (*У білій сукенці, тонесенька в талії, під хвилями буйного волосся, скидалася (Олена) на велику ромашку* [СУМ, Т. 10, с. 28]); чистоти (*В Яківчукової довкола шиї білий, як папір, комірчик з янтарною брошкою* [СУМ, Т. 11, с. 646]); білий несе в собі енергію свята (*Тоді сироті неділя, як сорочка біла* [СУМ, Т. 10, с. 171]); *До неділі біла літня сукня* [СУМ, Т. 5, с. 352]).

Рух від сенсорного до абстрактного на відповідній ділянці мовної системи продукує розширення значеннєвого ряду ад’єктива *білий* як вихідної ознаки за кольором одягу. У результаті сенсорне значення переростає у сенсорно-ментальне **‘нарядний’** (*Заходить Лена [медсестра], як сніжинка, біла* [СУМ, Т. 9, с. 426]); **‘маскувальний’, ‘захисний’** (*Групу вів Абдулаєв. Десять чоловік одягли білі маскхалати* [СУМ, Т. 4, с. 638]); **‘формений’** (*Весь кухонний персонал в білих халатах з білими очіпками на голові* [СУМ, Т. 5, с. 833]; *Одягнений він був у моряцький білий формений костюм* [СУМ, Т. 10, с. 622]). Градація сенсорно-ментального значення, продукована образним перенесення у межах осі суміщення, зокрема, заміщенням назви особи вказівкою на притаманні їй ознаки, виформовує етнокультурні стереотипи *білі халати*, *білі комірці* з ментально-сенсорним ядерним значенням **‘пов’язаний із певним родом занять’**, що деталізоване назвою конкретного роду занять. Для *білі халати*, відповідно, **‘медичний персонал’**; для *білі комірці* – **‘службовці’, ‘люди розумової праці’** (на відміну від *сірі комірці* – **‘працівники галузей соціальної інфраструктури, сфери обслуговування’** та *сині комірці* – **‘робітники, зайняті фізичною працею, переважно на крупних підприємствах’**).

У межах означеного сценарію розглядаємо і стереотипні образи з ядерним значенням **‘війська спецпризначення’**: *голубі шоломи* (повітряно-десантні війська), *зелені кашкети* (прикордонні війська), *сині кашкети* (міліція), *чорні берети* (морська піхота). Наведені стереотипи-образи, утворені за моделлю субстантивно-атрибутивного словосполучення, являють собою образні фраземи з емоційно-оцінним експресивними значеннями, мотивовані внутрішньою формою прикметникового колоратива, що набуває різних конотацій, символізуючи громадські, політичні, моральні та інші узвичаєні погляди народу.

Чорний колір одягу (утаємничений і загадковий) асоціюється в українській лінгвокультурі, найперше, із владою, силою, строгістю, емоційністю, таємничістю, відстороненістю, елегантністю тощо та несе узагальнену інформацію про його носія. Така розгалужена асоціативна площина поєднує сенсорні й абстрактні характеристики, проєктовані у сферу ментального стратуму, що у структурі сенсорно-ментальних стереотипних образів формує аксіологічно марковані значення. При тому слід зауважити, що чорний дуже

контрастний колір; він, на відміну від інших кольорів, наприклад, білого, підкреслює форму, а не поглинається нею, тобто створює чіткий, різкий силует, що уможливило позитивно марковані значення *'стильний та елегантний'* (*Павло, уже одягнутий – в чорному елегантному костюмі...* – не одразу озвався на Чумакові слова [СУМ, Т. 4, с. 308]; *На Софії була чорна сукня з коштовної тканини і чорна шаль, в обрамленні якої обличчя її видавалося блідішим, ніж звичайно* [СУМ, Т. 5, с. 562]); *'офіційний'* (*З'явився учитель співів. У чорному вечірньому костюмі, в білій сорочці, при метелику* [СУМ, Т. 4, с. 687]); *'святковий'* (*Васильюшка побрився, надів на себе чорний святковий костюм* [СУМ, Т. 6, с. 627]); *'гарний'* (*Убрана вона була гарно, але ексцентрично: в чорній сукні з яро-червоним убранням* [СУМ, Т. 10, с. 360]); *'зручний'* (*Алла Михайлівна була вбрана в чорній амазонці, на голові був маленький циліндр, а в руці хлист* [СУМ, Т. 11, с. 214]).

У структурі стереотипів-вестизмів спостережено і негативні конотації атрибута *чорний*. Зокрема, чорна шкіряна куртка і чорні джинси байкерів змушують поглянути на людину абсолютно з іншого ракурсу – бунтар, маргінал, поганий хлопець, і вже точно не респектабельний джентльмен, що уможливило значення семи 'внутрішній спротив', 'протиставлення себе загальноприйнятим нормам', 'засіб тиску на оточення'. Носіями негативно маркованих значень є і ментально-сенсорні стереотипні образи *чорна білизна* та *чорна сорочка* з ядерним сенсорним значенням 'не випраний', 'брудний' (*Білизна була чорна, пахла землею, димами* [СУМ, Т. 11, с. 352]; *Сором межі люди показатися: та він і в неділю в чорній сорочці* [СУМ, Т. 11, с. 352]). Стереотипний образ *чорна сорочка*, який поєднує абстрактну і сенсорну характеристики, є статусним в лінгвокультурі українців ХХ ст., як такий, що виформовує широкий периферійний значеннєвий ряд, консолідує різні субмоделі («зовнішній вигляд», «риси характеру», «діяльність», «соціальний стан»), які є взаємозалежними і подекуди взаємозамінними). Семантична і аксіологічна значимість відповідної ознаки конкретизується і увиразнюється близько розташованими на синтагматичній шкалі корелятами (*сорочка підрана (подрана); сорочка без застіжки; сорочка заношена; сорочка груба; сорочка із міхового полотна; сорочка дірява*); градаційними повторами (*чорна чорна; чорна та пречорна*). Особливо вартісними у відповідному контексті є порівняння, де об'єктом порівняння виступають етнічні еталони, як от: *сажа, сопуха, рілля, земля, каглянка* (пор. *Сорочки чорні, як сопуха* [СУМ, Т. 9, с. 462]; *Люди в чорних, як сажа, сорочках* [СУМ, Т. 11, с. 352]); *Сорочка на ньому без застіжки .. та чорна, як рілля* [СУМ, Т. 8, с. 575]; *Сорочка ... чорна, як стеля в курній хаті* [СУМ, Т. 4, с. 757]; *Сорочка чорна, як каглянка, дірява, як сак* [СУМ, Т. 9, с. 16]; *На Миколі була чорна, мов земля, сорочка* [СУМ, Т. 10, с. 501]).

Привертає увагу те, що атрибут *чорний* у своїй внутрішній формі містить натяки на певні факти, які закріплюються в українській лінгвокультурі. Тут слід нагадати про виробництво чорної матерії в Середні віки, що було дорогою справою, тому чорний одяг був недоступний простим людям. Багато в чому завдяки цьому факту чорний набуває ореолу значущості та статусності. І тут ми виходимо на один із найважливіших психологічних посилів чорного кольору – 'володіння владою'. Прикладом тоталітарної еліти є німецькі війська СС, чорна форма яких, введена в 1932 році, стала синонімом необмеженої влади, залякування і жорстокості (*Здавалосьь, караюча рука здіймалась над вигорілим степом, і мерзненні недолюдки в чорних мундирах ляжливо поглядали на схід* [СУМ, Т. 5, с. 294]). Як пряму паралель із сказаним, розглядаємо чорний одяг сучасних охоронців та уведення чорної форми для міліції (насправді вона темно-синя, але виглядає майже чорної), що відтворює бажання вселяти хоч якийсь авторитет, принаймні справити перше враження, і на це цілком здатна людина в чорному костюмі.

Аналіз антропостереотипів з колірним компонентом, що номінують назви одягу українців, уможливив певні висновки: український етнос має своє неповторне індивідуальне обличчя; де пофарбування одягу значною мірою слугує своєрідним індикатором національно-культурної ідентичності етносу. Стереотипи-вестизми при тому демонструють різний ступінь сенсорної ознаки (власне сенсорної, сенсорно-ментальної, ментально-сенсорної, псевдосенсорної), що зумовлює розмежування у площині різних рівнів: соціального, статусного, майнового, вікового. Проведений аналіз уможливило думку щодо дієвості метонімічної моделі як механізму творення та розширення значеннєвого ряду стереотипних образів у межах ментального стратуму.

У перспективі подальші дослідження автора з пропонованої теми.

Список використаної літератури

1. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Постулаты когнитивной семантики / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский // Известия АН. Серия литература и язык. – Т. 56. – 1997. – № 1. – С. 11-21.
2. Белехова Л. І. Образний простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект : дис. ... доктора. філол. наук : 10.02.04 / Белехова Лариса Іванівна. – К., 2002. – 516 с.
3. Горожанова С. Лексичні засоби створення портретів персонажів у прозових творах Лесі Українки / С. Горожанова // Науковий вісник Волинського державного університету. – № 10. – 1999. – С. 68-70.
4. Демьянков В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода / В. З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 17-33.
5. Ермоленко С. С., Харитонов Т. А., Ткаченко О. Б., Яворська Г. М., Ткаченко В. А., Шамота А. М. Мова в культурі народу (план-проспект) // Мовознавство. – 1998. – № 4-5. – С. 3-17.
6. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1994. – № 5. – С. 124-139.
7. Клаус Г. Сила слова: Гносеологический и прагматический анализ языка / Г. Клаус. – Москва, 1967. – С. 28.
8. Кубрякова Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология – когнитивная наука / Е. С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. – С. 34-47.
9. Маковский М. М. Лингвистическая генетика: Проблемы онтогенеза слова в индоевропейских языках / М. М. Маковский. – Стереотипное издание. – М. : URSS ЛКИ, 2014. – 208 с.
10. Мелетинский Е. М. Поэтика мифа / Е. М. Мелетинский. – 3-е изд., репринт. – М. : Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 2000. – 407 с.
11. Рябцева Н. Язык и естественный интеллект / Н. Рябцева. – Москва, 2005. – 342 с.
12. Цивьян Т. Ф. Лингвистические основы балканской модели мира / Институт славяноведения и балканистики. Отв. ред. В. Н. Топоров / Т. Ф. Цивьян. – М. : Наука, 1990. – 207 с.
13. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях / А. Ченки // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С. 68-78.
14. СУМ – Словник української мови : в 11 т. / [гол. ред. кол. І. К. Білодід]. – К. : Наукова думка, 1970–1980.

Аннотация

Семашко Т. Ф. Перцептивный компонент в структуре этнокультурных стереотипов-вестизмов.

Предлагаемое исследование обусловлено недостаточным вниманием к стереотипам с сенсорным компонентом та их роли как репрезентантов национально-культурного своеобразия этноса. Автор статьи на базе стереотипов с сенсорным компонентом, которые номинируют поле «названия одежды», пытается установить реестр последних, их стилистические маркеры и соотношенность с языковыми нормами; определить роль цвета вестизмов в создании спектра обобщенных признаков индивида, что одновременно служит своеобразным индикатором национально-культурной идентичности этноса.

Ключевые слова: ментально-когнитивной уровень, перцепция, когнитивная структура, стереотип, стереотип с сенсорным компонентом, вестизмы.

Summary

Semashko T. F. Perceptual component in the structure of ethnic and cultural stereotypes field «name clothing».

This research is due to the lack of attention to stereotypes touch component that their role as representants of national and cultural identity of the ethnic group. The author on the basis of stereotypes touch components that nominated the «name clothes», trying to establish a register of the

past, their stylistic markers and correlation with linguistic rules; define the role of color in the creation of vestizmov range of generalized symptoms of the individual, which also serves as a kind of indicator of the national and cultural identity of the ethnic group.

Keywords: mental-cognitive level, perception, cognitive structure, stereotype, stereotype touch component field «name clothing».

УДК 81'367:81'373.7=161.2

Г. В. Ситар

СТАТИСТИЧНІ КРИТЕРІЇ АНАЛІЗУ СИНТАКСИЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

Реферат. Статтю присвячено статистичним критеріям аналізу синтаксичних фразеологізмів на матеріалі української мови. Синтаксичні фразеологізми розглянуто з позицій конструкційної граматики та інтерпретовано як один із типів некомпозиційних мовних знаків – конструкцій.

Проаналізовано основні показники асоціації: MI , t -score, \log -likelihood, Dice, $gmean$. Обрано показник асоціації MI як статистичний критерій, що дає змогу визначити коефіцієнт не випадковості поєднання двох і більше слів у тексті, враховує частоту конструкції, частоту її компонентів, розмір корпусу та має формулу в узагальненому вигляді для конструкцій з будь-якою кількістю компонентів.

Подано результати здійсненого статистичного аналізу моделей синтаксичних фразеологізмів української мови за даними Українського національного лінгвістичного корпусу. З'ясовано, що всі обстежені за показником асоціації MI моделі синтаксичних фразеологізмів мають високий ($MI \gg 3$) ступінь не випадковості поєднання компонентів, що входять до складу незмінної частини речення, тобто характеризуються статистично доведеною зв'язаністю.

Ключові слова: конструкція, конструкційна граматики, корпус текстів, синтаксичний фразеологізм, статистичний аналіз, показник асоціації, фразеологізоване речення.

Синтаксичні фразеологізми, або фразеологізовані речення, – специфічний тип речення, у якому фіксовано розташовані постійний (незмінний) і змінний компоненти пов'язані ідіоматично, граматичні зв'язки і прямі лексичні значення слів послаблені або втрачені на сучасному етапі розвитку мови. Синтаксичні фразеологізми є дієвим засобом вираження ставлення мовця до висловлюваного, властивим для розмовного мовлення, художніх і публіцистичних текстів [Балобанова 2004; Величко 1996; Всеволодова, Лим Су 2002; Русская грамматика 1980; Шмелёв 2006 та ін.] (докладно про ознаки та статус синтаксичних фразеологізмів у системі мовних одиниць див. у праці [Ситар 2011]).

Спираючись на положення конструкційної граматики (Construction Grammar) як напряму сучасних граматичних досліджень, започаткованого Чарльзом Філмором (Charles J. Fillmore) та розвиненого Полом Кеєм (Paul Kay), Мері Кетрін О'Коннор (Mary Catherine O'Connor), Адель Голдберг (Adele E. Goldberg), Вільямом Крофтом (William Croft), Мір'ям Фрайд (Mirjam Fried) та іншими дослідниками, синтаксичний фразеологізм вважаємо одним із типів конструкції – мовного знаку, певний аспект плану вираження або плану змісту якого не можна пояснити через поєднання форми або змісту його компонентів [Fillmore 1988; Fillmore, Kay, O'Connor 1988; Goldberg 1995; Goldberg 2003; Fried 2010 та ін.]. Відповідно синтаксичний фразеологізм інтерпретуємо як некомпозиційну синтаксичну одиницю з виразним прагматичним спрямуванням (докладніше див. [Ситар 2015]).

Конструкційна граматики, як і багато інших напрямів сучасної лінгвістики, визначає необхідність статистичного етапу дослідження, що передбачає залучення статистичних методів для перевірки правильності висунутих гіпотез, отримання кількісних даних, що підтверджують або спростовують певні теоретичні положення (див., зокрема, праці представників колострукційного аналізу (Collostructional Analysis) Анатолія Стефановича (Anatol Stefanowitsch), Стефана Гріса (Stefan Th. Gries) та ін. [Gries, Stefanowitsch 2004; Stefanowitsch, Gries 2003; Stefanowitsch, Gries 2005]). При цьому єдиним надійним матеріалом для