

УДК 81'373:811.111:811.161.2

В. А. Птуха

### **АНТРОПОЦЕНТРИЧНІ МОДЕЛІ АРТЕФАКТНИХ НОМІНАЦІЙ ОДЯГУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ**

*У статті розглянуто антропоцентричні моделі артефактних номінацій одягу в англійській та українській мовах. Проведено зіставно-типологічний аналіз виявлених моделей у досліджуваних мовах.*

*Ключові слова: антропоцентризм, антропоцентрична модель, артефактна номінація.*

Сучасна лінгвістика характеризується антропоцентричним спрямуванням наукового дослідження, провідними аспектами якого є категоризація (М. Болдирєв, Е. Рош) й концептуалізація (А. Приходько, Й. Стернів) явищ навколишнього світу, а також вербалізацією ментальних структур у різних мовах (А. Вежицька). З огляду на це в антропозорієнтованих студіях актуалізується питання дослідження національно-маркованих мовних одиниць, з-поміж яких на особливу увагу заслуговують

артефактні номінації (далі – АН) одягу. Артефактом називають штучно створений об'єкт, що має певні фізичні характеристики та закодований або символічний зміст (Т. Толчєєва). Артефактною номінацією є мовна одиниця, яка характеризується номінативною функцією і вживається для називання предметів матеріального світу, створених людиною. Відкритим на сьогодні залишається питання аналізу мотиваційної основи назв одягу, зокрема виявлення основних антропоцентричних моделей номінацій одягу як в англійській, так і українській мовах. Адже саме антропоніми відображають самотність мовного колективу, породжену умовами життя народу.

Мета статті – виявити та проаналізувати основні антропоцентричні моделі артефактних номінацій одягу в англійській та українській мовах.

Уподобнюючи людину до вмістища, лексико-семантичні варіанти на її позначення можуть мотивуватися тими чи іншими характеристиками одягу. Через назви одягу можна прослідкувати за поведінкою людини, її характером, проаналізувати відносини між індивідами тощо. Основною асоціативно-образною моделлю АН одягу в обох мовах є *антропоцентрична модель*, яка реалізується не лише в напрямку людина → одяг, а й одяг → людина. Ця модель знаходить своє відображення у таких субмоделях: «одяг – людина як фізичний феномен», «одяг – людина як психоментальний феномен», «одяг – емоційний стан людини», «одяг – поведінка людини», «одяг – відносини між людьми», «одяг – матеріальний стан людини». Якнайкраще антропоморфний характер номінацій одягу відображено у фразеологізмах та пареміях, оскільки саме вони відтворюють у концентрованому вигляді специфіку історичного розвитку певної національно-культурної спільноти [7, с. 216].

Найліпше народній свідомості вдається асоціювати одяг із фізичним станом людини. До цієї субмоделі належать такі АН одягу на позначення спортсменів або певних явищ, пов'язаних зі спортом: англ. *cap* асоціюється з одним із гравців спортивної команди [16], ідіоматичний вираз *hat trick* позначає потрібний успіх у спорті [17, с. 183]; укр. *рукавичка* номінує чемпіона світу з боксу [12, с. 542]. Досить цікавою є етимологія англійського виразу *hat trick*: якщо в крикеті гравець обійшов трьох гравців команди-супротивника, то його обов'язково нагороджували новим спортивним шоломом/капелюхом. Згодом ця традиція поширилася й на інші види спорту [17, с. 183].

Мотиваційною ознакою деяких номінацій антропоцентричної моделі «одяг – людина як фізичний феномен» в англійській мові є військова сфера: англ. *blue coat* «солдат в армії, синій мундир» [16], *boot* жарг. «солдат-новобранець» [там само]. Досить поширеним явищем в англійській мові є використання назв одягу в поєднанні з колоронімом на позначення професії, національності чи військового рангу: *red cap* «англійський солдат», *black coat* «священнослужитель церкви», *blue-coat boy* «учень благородної школи», *black shirt* «солдат німецької армії», *blue jacket* «матрос англійської військового флоту», *black gown* «католицький священнослужитель», *red hat* «звання кардинала», *blue bonnet*, *blue cap* «шотландець», *red tab* «штабний офіцер» [1, с. 40]. Колороніми у цих метоніміях є смислоутворюючими компонентами, завдяки яким відбувається розрізнення семантичних даних ФО (пор. *black coat*, *red coat* – в обох фраземах наявна лексема *coat*). Отже, лексика на позначення кольору є смислорозпізнавальною.

Щодо української мови, то в сучасних словниках (12; 14; 15) подібних номінацій не було виявлено. У цій досліджуваній мові прослідковуються ФО з компонентом одягу на позначення віку людини, зокрема такі, як *шкарбан* «німечна людина похилого віку» [12, с. 846], *без штанів під стил бігати* ірон. «бути зовсім малим, у дитячому віці» [15]. Інша українська паремія *на носі сап'ян ритить, а в борці півник кипить* позначає гарну господиню, де *сап'ян* (вид дорогих жіночих чобіт) асоціюється з українською жінкою-господинею [4, с. 257].

Назви одягу також активно використовуються на позначення людини з невисокими розумовими здібностями в обох мовах. Цей мотив вербалізується у межах антропоцентричної моделі «одяг – людина як психоментальний феномен»: англ. розм. *he is a button short* «у нього в голові не вистачає» [16]; укр. розм. *як драний/дірваний чобіт* «дурень» [15], *валянок* зневажл., молод. «людина з повільною реакцією, дурень» [12, с. 57]. Більш того, одяг може номінувати нестійкий психічний стан людини, наприклад: в українській мові *сорочка* може асоціюватися з психічнохворою людиною у ФО *не в своїй сорочці* «психічнохворий» [15]. Це, ймовірно, пов'язано з використанням сорочки для заспокоєння хворих у закладах для лікування таких людей.

Поведінкові моделі номінацій одягу в англійській та українській мовах реалізуються у двох субмоделях: «одяг – відносини між людьми» та «одяг – характер людини». Відносини між людьми можуть бути гарними, поганими, романтичними (стосунки між хлопцем і дівчиною), діловими (відносини між членами робочого колективу). Гарні відносини між людьми виражаються такими ФО, мотивованими назвами одягу, як *take your hat off to so-so* [17, с. 183], що є повним відповідником українському фразеологізму *скидати шапку перед кимось* [14, с. 197]. Погані відносини виражають такі ФО української мови, як *два чобота пара* «схожі між собою чим-небудь (перев. негат.), варті один одного» [14, с. 195] і *лізти з чобітьми в душу*: «грубо, безцеремонно втручатися у чийсь справи» [15]. Близькі стосунки чи любовні відносини експлікують такі ФО: англ. *set your cap at someone* «приманювати жениха» [17, с. 63], *be in each other's pockets* «бути нерозлучними друзями» [17, с. 323]; укр. *мінати мов рукавички* «легко розлучатися з кимось, натомість мати когось іншого» [15]. Ситуацію, коли стосунки між людьми псуються, і вони перестають бути друзями, виражає український фразеологізм *поли вріж та тікай* (укр. прислів'я *од ледачого поли вріж та тікай*) «беззастережно полишати стосунки з кимось лихим, недобрим або уникати їх» [15].

Робочі або ділові стосунки виражають такі англійські сталі вирази: *hang on someone's coat-tails* «досягти успіху завдяки дружбі з талановитою людиною» [17, с. 81], *old school ties* «краватка старої школи» (зв'язки, що об'єднують випускників привілейованих навчальних закладів Великої Британії) [16], *give someone the boot* розм. «звільнити когось з роботи» [17, с. 48].

Іншою поведінковою моделлю АН одягу в обох зіставлених мовах є «одяг – характер людини». Манера поведінки та характер особи також можуть бути актуалізовані шляхом уподібнення до предметів одягу та їх функціонування. Зокрема, недостойну поведінку людини відображено в англійській та українській мовах у таких фразеологізмах, як *have the shirt off someone's back* «обманювати, обирати

кого-небудь до сорочки» [17, с. 376], *take somebody by the button* «затримати тривалими розмовами, заговорити кого-небудь» [16], *hit below the belt* «вдарити нижче пояса, взяти нечесну гру, поводитися нечесно» [17, с. 35]; *i шапка не горить* «той, хто не має совісті, діє безсоромно» [15], *полатати штани / жупан* «сильно побити кого-небудь» [там само], *перевіряти кишені, лазити у чийсь кишені* «красти щось у кого-небудь» [там само]. Людина, яка загаїла образу або тимчасово утримується від вияву власної гордості в українській мові асоціюється з умістищем (кишенею) у сталому виразі *сховати до кишені гонор* [там же].

В англійській мові є ціла низка ідіоматичних виразів з компонентом одягу на позначення інших негативних рис характеру людини:

1) нечесність, обман, хитрість: *a wolf in sheep's cloth*, де людина асоціюється з вовком у овечій шкурі, *sly boots* «хитра людина, яка любить плести інтриги» [16];

2) пихатість: *stuffed shirt*, де *shirt* (сорочка) асоціюється з пихатою, нікчемною людиною [там само];

3) самовпевненість: *too big for one's boots* або *too big for one's breeches* «той, хто дуже себе підносить, самовпевнена людина» [там само];

4) скупість: *button up one's pockets* «скупитись на щось» [17, с. 322];

5) підлабузництво: *lick someone's boots* розм. «лизати п'яти, підлещуватись до кого-небудь» [17, с. 49];

6) марнотратство: *money burns a hole in one's pocket* [16], де говориться про людину, яка витратила всі гроші, незалежно від того, скільки їх вона має (дієслово *to burn* в англійській народній фразеології – це легкий спосіб позбутися чогось; у цьому контексті – витратити гроші не задумуючись).

В українській мові серед ФО, мотивованих назвами одягу, які передають негативні риси характеру людини, особливо виділяються ті, що пов'язані з мотивом підлабузнення: *ламати шапку* «підлещуватись, принижуючись просити чого-небудь» [14, с. 197], *лизати чоботи / черевики* зневажл. «підлабузнюватись, догоджати комусь, принижуючи власну гідність, підлещуватись» [там само]. Про непристосовану до життя або несамостійну людину народна мудрість говорить: *серпанкова панчоха*, де відповідна поведінка людини асоціюється з панчохою, яка легко рветься. Фразеологізм *триматись за сорочку* також можна розглянути лише в контексті української лінгвокультури: мається на увазі «несамостійний чоловік, який піддається впливу якої-небудь жінки» [15].

Фразеологізми, мотивовані назвами одягу, можуть передавати й позитивні риси характеру людини в англійській мові, наприклад: *treat someone with kid gloves* «лагідно ставитись до кого-небудь» [17, с. 167], *wear one's hat upon one's sleeve* – пор. укр. *душа навстіж* «про відкриту людину» [17, с. 386], *as tough as old boots* «витривала людина» [16], де характер людини асоціюється з міцними чобітьми, які не рвуться. Стриманість, як типова риса англійського етносу, закарбувалась у ФО *pocket an insult* «проковтнути, стерпіти образу» [16]. Англійська народна мудрість асоціює розсудливу людину з яскравим гудзиком у такому компаративному фразеологізмі, як *as bright as a button* [17, с. 60]. В українській мові позитивні риси характеру людини вербалізується у фраземі *останню сорочку скинути/віддати* «поділитись з кимось усім, що маєш» [15].

Проаналізувавши усі групи ФО на позначення характеру людини, можна зробити висновок про те, що в обох мовах переважають сталі вирази на позначення негативних рис характеру людини. Однією з причин цього ми вбачаємо у тому, що люди більш схильні помічати інші негативні риси, погані вчинки, слова, оскільки щось хороше сприймається як належне. ФО мають експресивно-емоційні властивості, тому їх і використовують, щоб найяскравіше, найвиразніше підкреслити риси характеру людини.

Іншою антропоцентричною моделлю є «**одяг – емоційний стан людини**». Номінації одягу в обох зіставлених мовах можуть бути засобами вербалізації стану та ситуацій, у яких опиняється особа. Перш за все, варто відзначити, що *sorочka* (*shirt*) в англійській мові використовується на позначення емоційного стану людини у таких ідіоматичних виразах: *keep your shirt on* означає «зберігати спокій, володіти собою» [17, с. 376] і *get one's shirt on* «вийти з себе, втратити самовладання» [там само].

Українська мова використовує ФО з компонентом одягу на позначення таких емоцій, як-от: страх, гнів, досада, відчай. Показовими у цьому плані є фразеологізми *трусити штаньми* «тікати від страху, бути у стані невеликого переляку» [15] та з *переляку очкур луснув*, де назви одягу (*штани, очкур*) асоціюються з почуттям страху людини перед чимось [там само]. Сталий вираз *хоч з шати вбійся* вживається для вираження дуже скрутного становища, відчаю, досади [там само]. Ситуація, коли людина завдає кому-небудь неприємностей, вербалізується у такому фразеологізмі, як *вситати приску за очкур* [4, с. 246]. Мотив «одяг – людина» простежується і в компаративному фразеологізмі *вплутатися як Настя в личаки*, який використовують на позначення біди, гіркої долі людини, де акцентується увага на дівчині, що потрапила в біду. А що може бути гірше для українського селянина, ніж злидні? Хіба що смерть близької людини... [4, с. 223].

Останньою виявленою нами антропоцентричною моделлю АН одягу є «**одяг – матеріальний стан людини**». Назви одягу в обох зіставлених мовах можуть виступати вербалізаторами концепту «багатство». Пов'язано це із самою сутністю одягу, який призначений для використання його у певних ситуаціях (наприклад, на свято). До того ж, одяг виконує соціально-видільну функцію: багаті верстви населення шили одяг із дорогих тканин, прикрашали сріблом, золотим шиттям, бісером, вишивкою, мереживом [9, с. 181]. Психології людини притаманне прагнення носити якомога кращий, дорожчий одяг, оскільки він є символом заможності, панства, знаті, натомість бідний одяг асоціюється зі злиднями. Тож таке сприйняття одягу пов'язане з опозицією «дорогий – дешевий», що викликає асоціації «багатий – бідний», «добрий – поганий». Іншим проявом, на нашу думку, може вважатися використання дорогоцінного одягу як талісмана, що приносить сток, удачу.

Методика концептуального аналізу, що була розроблена в працях провідних представників когнітивної лінгвістики (М. Болдирев, С. Жаботинська, В. Красних, В. Маслова, З. Попова), виділяє в кожному концепті ядрну та периферійну зони. Одяг, на нашу думку, є одним із способів периферійної вербалізації концепту «багатство».

З-поміж великої кількості номінацій одягу в обох досліджуваних мовах особливо вирізняється лексема *pocket / кишеня*, яка входить до складу багатьох ФО та сталих виразів. Вони мають широку сферу застосування, переважно вказуючи

на матеріальний стан людини, характеризуючи багатство та бідність. Показовими в цьому плані є такі ФО, як *deep pockets* та *глибокі кишені*, що означає «джерело значного прибутку, статку, фінансової підтримки; заможна людина». Синонімічне значення передає англійський сталий вираз *in pocket* «мати кошти, бути матеріально забезпеченим, мати певну суму додаткових грошей, що складають прибуток» [17, с. 322]. Поняття «хтось має багато грошей» передається ФО на позначення матеріального стану людини: *big / fat/heavy pocket*; *туго набитий гаманець*, *кишеня не сходиться*, де компоненти *big, fat, heavy, набитий, не сходиться* наповнюють вислів більш яскравою образністю для сприйняття багатого людини й асоціюються з розміром та вагою кишені, а також надають експресивності й емоційного відтінку фрагментам дійсності.

Українська ФО *добре на зозулю мати гроші у кишені* має культурологічне пояснення. В її основу лягло відоме слов'янське повір'я, пов'язане з птахами (за слов'янськими віруваннями зозуля віщувала не лише термін життя людини, а й природні явища чи стихійні лиха). Уважалося, що цей птах може спрогнозувати матеріальний статок на цілий рік, якщо слухаючи її кування перший раз навесні, маєш гроші в кишені [13, с. 212]. Подібні семантичні паралелі знаходимо й в інших слов'янських мовах, наприклад: рос. *при первой кукушке брякни деньгами, чтобы водились*.

Мотив заможності людини передають й пареміологічні одиниці на кшталт *який пан, такий і жупан, вбрався в жупан, та й думає, що пан* [13], де *жупан* асоціюється з панством, заможністю.

Із концептом «багатство» опозиційно пов'язане поняття бідності. Нестача грошей, низький соціальний стан також може бути виражено через назви одягу в англійській та українській мовах. У семантичному ряді ФО *not have a penny in one's pockets*; *і в скрині пусто, і в кишені не густо, копійки нема в кишені, порожня/пуста кишеня, вітер у кишені гуляє, у кишені гуде, у кишені пусто* співвідносні семантично та функціонально й передають бідність.

На скрутне матеріальне становище вказує також двозначна ФО *out of pocket/out of pocket expenses* «недостатня кількість матеріальних засобів; зазнати матеріального краху» [17, с. 323]; *button up one's pockets* «бути скупим, шкодувати гроші; скорочувати витрати, заощаджувати» [там само], де компонент *to button* – це метафоричне перенесення значення «тримати, не давати можливості для витрачання грошей». Серед інших сталих виразів, мотивованих назвами одягу, які вербалізують поняття «бідність», варто виділити такі: *not have a shirt to one's back, live on a shoestring, залишитися без сорочки, вплутатися як Настя в личаки*.

У результаті проведеного аналізу видаються можливими такі висновки: 1) стрижневою ознакою артефактних номінацій одягу в англійській та українській мовах є антропоцентрична модель, яка реалізується у 6 субмоделях («одяг – людина як фізичний феномен», «одяг – людина як психоментальний феномен», «одяг – емоційний стан людини», «одяг – поведінка людини», «одяг – відносини між людьми», «одяг – матеріальний стан людини»); 2) для англійської мови типовим є використання предмета одягу з колорітизмом на позначення військового звання чи професії (*red cap, blue jacket*), натомість подібних українських номінацій одягу не було вияв-

лено; 3) ФО з компонентом одягу в обох досліджуваних мовах використовуються на позначення переважно негативних рис характеру людини; 4) артефактні номінації одягу та ФО з компонентом одягу в обох зіставлених мовах можуть вживатися на позначення матеріального стану людини, зокрема елемент одягу *rocket/кишени* має значну фразеологічну активність, оскільки позначає важливі для носіїв мови поняття; образ кишени реалізується у складі значної кількості англійських та українських ФО (понад 30) та співвідноситься із матеріальним станом людини.

### Література

1. *Аркуша О. А.* Колороніми в структурі фразеологізмів в англійській мові : магістр. дис. осв.-квал. рівня «Магістр» / О. А. Аркуша. – Херсон, 2002. – 98 с.
2. *Болдырев Н. Н.* Когнитивная семантика : [курс лекций по английской филологии] / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : ТГУ, 2000. – 123 с.
3. *Вежбицкая А.* Прототипы и инварианты / А. Вежбицкая // Язык. Культура. Познание. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – С. 201–231.
4. *Воропай О.* Звичаї нашого народу / О. Воропай. – К. : Оберіг, 1993. – 592 с.
5. *Ермоленко Г. М.* Лингвокультуреми тематической группы «одежда» (сопоставительный анализ на материале английского и русского языков) : дисс. канд. филол. наук : 10.02.20 / Г. М. Ермоленко. – Пятигорск, 2008. – 139 с.
6. *Красных В. В.* Этнопсихология и лингвокультурология : [курс лекций] / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.
7. *Маслова В. А.* Когнитивная лингвистика : [учеб. пособ.] / В. А. Маслова. – Минск : Тетра Системс, 2004. – 256 с.
8. *Попова З. Д.* Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, Й. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2001. – 191 с.
9. *Потапенко О. І.* Шкільний словник з українознавства / О. І. Потапенко, В. І. Кузьменко. – К. : Український письменник, 1995. – 291 с.
10. *Стернин И. А.* Оценочность слова в языке и речи / И. О. Стернин // Исследование по семантике. – Уфа : Изд-во Башкирского университета, 1990. – С. 20–28.
11. *Толчєєва Т. С.* Контенсивна типологія сигніфікативних артефактів у різносистемних мовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Т. С. Толчєєва. – К., 2010. – 32 с.

### Список ілюстративних джерел

12. 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.
13. Прислів'я, прикмети та повір'я українського народу / [уклад. Н. Кусайкіна]. – Х. : Школа, 2008. – 128 с.
14. *Ужченко В. Д.* Фразеологічний словник української мови / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – К. : Освіта, 1998. – 224 с.
15. Фразеологічний словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovopectia.org.ua/49/53392-0.html>.
16. АBBYU Lingvo 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://megalife.com.ua/2007/03/05/abbyu\\_lingvo\\_12\\_2006.html](http://megalife.com.ua/2007/03/05/abbyu_lingvo_12_2006.html).

17. Chambers Dictionary of Idioms : English-Ukrainian semibilingual. – К. : Всеу-  
вито, 2002. – 475 с.

18. Collins English Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.collinslanguage.com>.

***Ptukha V. A. Anthropocentric models of the artefact clothes names in the English and Ukrainian languages***

*The article deals with the anthropocentric models of the artefact clothes names in the English and Ukrainian languages. It gives contrastive and typological analysis of the defined models in the studied languages.*

*Key words: anthropocentrism, anthropocentric model artefaktualnaya nomination.*

***Птуха В. А. Антропоцентрические модели артефактуальных номинаций одежды в английском и украинском языках***

*В статье рассматриваются антропоцентрические модели артефактуальных номинаций одежды в английском и украинском языках. Проводится сопоставительно-типологический анализ обнаруженных моделей в исследуемых языках.*

*Ключевые слова: антропоцентризм, антропоцентрическая модель, артефактуальная номинация.*