

2. Petrova O. Of pearls and pigs: a conceptual-semantic Tiernet approach to formal representation of structure and variation of phraseological units / Oksana Petrova . – Åbo:Åbo Akademi University Press – 2011. – 412 p.
3. Fraser B. Idioms within a transformational grammar / B. Fraser // Foundations of Language. – 1970. – vol. 6. – 22 - 42 P.
4. Burger H. Idiomatik des Deutschen / unter Mitarbeit von H. Jaksche. – Tuebingen: Max Niemeyer Verlag. – 1973. – 117 s.
5. Schenk A. The syntactic behaviour of idioms / A. Schenk // Idioms: structural and psychological perspectives, ed. M. Everaert. – 1995. – 253 -271 P.
6. Burger H. Phraseologie: eine Einfuehrung am Beispiel des Deutschen / von H. Burger. – Berlin: Erich Schmidt. – 1998. – 224 s.
7. Burger H. Handbuch der Phraseologie. / Burger H., Buhofer A., Sialm A. – Berlin: de Gruyter. – 1982. – 433 s.
8. Melerovič A.M., Mokienko V.M. Frazеологізми в руській мові: словар' 2nd edn / Melerovič A.M., Mokienko V.M. – Moscow: Russkie slovari. – 2001. – 860 p.
9. Dobrovolskij D., Piirainen E. Figurative language: cross-cultural and cross-linguistic perspectives / Dmitrij Dobrovolskij, Elisabeth Piirainen. – Amsterdam, The Netherlands: Elsevier. – 2005. – 419 p.
10. Fauconnier G., Turner M. Principles of conceptual integration / G. Fauconnier, M. Turner // Discourse and cognition: bridging the gap, ed. J. Koenig. – Stanford CA: Center for the Study of Language and Information. – 1998. – 269-283 P.
11. Chomsky N. Rules and representations / Chomsky Noam // Behavioral and Brain Sciences. – 1980. – Vol. 3. Issue 01. – 1-15 P.
12. Bresnan J. The mental representation of grammatical relations / Joan Bresnan. – Cambridge, MA: The MIT Press. – 1982. – 874 p.
13. Naciscione A. Phraseological units in discourse: towards applied stylistics / Anita Naciscione. – Riga: Latvian Academy of Culture. – 2001. – 283 p.

Sharmanova Natalia Mykolayivna, Kryvyi Rih Pedagogical Institute, State Higher Education Establishment
"Kryvyi Rih National University",

Docent, PhDr on Philological Sciences, Department of Ukrainian language

Vavrynyuk Tetyana Ivanivna, Kryvyi Rih Pedagogical Institute, State Higher Education
Establishment "Kryvyi Rih National University",

Docent, PhDr on Philological Sciences, Department of Ukrainian language

Ethnonyms in Proverb Cliches

*Шарманова Наталя Миколаївна, Криворізький педагогічний інститут
ДВНЗ "Криворізький національний університет"*

доцент, кандидат філологічних наук, кафедра української мови

*Вавринюк Тетяна Іванівна, Криворізький педагогічний інститут
ДВНЗ "Криворізький національний університет"*

доцент, кандидат філологічних наук, кафедра української мови

Етноніми в паремійних кліше

Паремії як репрезентанти етнокультурної інформації визначають вимір суспільних норм з урахуванням фонових знань комунікантів, проєктують стратегію їх поведінки в соціумі. Для паремій властива стереотипність образної побудови, за якої економно відтворюється конкретна ситуація з виокремленням таких її сторін, що можуть стати узагальненою формою передачі типових сценаріїв. На

характер референційної складової та семантичної мотивації пареміологічної одиниці впливають клішованість, афористичність і сентенційність. Клішованість – це властивість тексту сприйматися глобально, як наявне конструктивне й семантичне ціле, що відтворюється без істотних змін у відповідних комунікативних ситуаціях [1].

Паремії зберігають і відтворюють етнічний досвід на рівні аксіоматичних приписів і прагматичних преференцій, дають змогу програмувати й пояснювати різні ситуації в щоденному спілкуванні, забезпечують універсальність і аргументованість комунікативної бази.

Дослідження різних аспектів етнічної ідентифікації, національного світосприйняття подано у працях вітчизняних (І. Голубовська, В. Жайворонок, В. Калашник, З. Коцюба, О. Селіванова, О. Стоколос-Ворончук та ін.) і зарубіжних пареміологів (Н. Барлі, В. Бондаренко, А. Дандіс, В. Жуков, З. Каньо, М. Кіммерле, Е. Кокаре, Г. Крейдлін, А. Крикманн, М. Куусі, Д. Лукатос, Дж. Мілнер, В. Мокієнко, З. Нойман, Л. Савенкова, О. Селіверстова, А. Семеркені, А. Тейлор, Р. Якобсон та ін.).

Особливим інтересом у царині пареміології позначені проблеми стереотипізації елементів із соціокультурною інформацією. Важливим є висвітлення питання щодо репрезентації етнізмів у пареміях на основі опозиції “свій – чужий», яке охоплює весь культурний простір і постає одним із головних центрів будь-якого колективного, масового світосприйняття.

Мета статті полягає в описі мовної репрезентації етнізмів в українських пареміях. Мета роботи передбачає розв’язання низки завдань: 1) визначити когнітивні механізми паремійної реалізації загальномовної аксіологічної моделі “свій – чужий”; 2) з’ясувати особливості функціонування авто- і ксеноетнізмів у паремійних кліше.

Теоретичні дослідження етнізмів охоплюють у сучасній лінгвістиці широке коло проблем, якими займаються А. Грищенко, А. Ердман, А. Железняк, М. Закієв, В. Кашкін, Г. Ковальов, В. Кононенко, А. Кравчук, К. Лучиніна, В. Маслова, В. Ніконов, І. Ольшанський, С. Пейхенен, О. Рогач, Л. Степанова, А. Суперанська, В. Супрун, О. Фролова, В. Шапошников та ін. Дослідники етнізмів наголошують, що ці одиниці виникли з потребою етнічного самоусвідомлення, продукують ономаціологічний портрет “етнічної людини” й відображають картину світу; трактують етноконотації як засіб виявлення стереотипізованих властивостей національних характерів [2].

Етнізми є номенами етнічних груп людей (племені, племінного союзу, народності, нації), етнічних угруповань у складі нації та груп споріднених народів [3]. Залежно від суб’єкта номінації розрізняють автоетнізми, або ж самоназви, та ксеноетнізми – найменування, дані іншими народами переважно скептичного, глузливого характеру (Г. Ковальов, Г. Лозко, В. Супрун).

Етнізм стереотипізує національні вияви, оскільки позначає не окрему людину, а цілу етнічну спільність з усіма притаманними їй рисами. Ці лінгвоодиниці відтворюють етнічні стереотипи як складники мовної свідомості, які несуть у собі потужний емоційний заряд, що впливає на ступінь адекватності сприймання того чи того елемента концептуальної картини світу. Відповідно світ загалом і його фрагменти у процесі пізнання сприймаються крізь призму аксіологічної моделі “свій – чужий” (В. Иванов, Ю. Лотман, О. Пеньковський, Л. Савченко, О. Селіванова, Б. Успенський та ін.), де традиційно “свої” оцінюються позитивно, а “чужі” – негативно.

Опозиція “свій – чужий” належить до загальнолюдських моральних механізмів вибору між ознаками категорій добра і зла, тож поняття “свого” і “чужого” продукують внутрішню форму паремій. Кліше, дійсно, відображає специфіку національного менталітету [4]. На протиставленні “свій – чужий” ґрунтуються автоетнізми за моделями таких номінацій: зі значеннями “реальна людина, народ, свій” та із семантикою “говорять зрозуміло”, що розмежовуються за ознакою етнічної ідентифікації (В. Супрун). В основу номінації інших етносів покладаються номенні “чужі, вороги” й етнізми, які називають етнос за якою-небудь зовнішньою ознакою його представників [5].

Найбільш етноцентричним компонентом в українських пареміях є етнізм *Україна*. Персоніфікація образу України пов’язана з духовним генотипом українського народу й ментальним лексиконом. Етнізм *Україна* є національним духовним макроконцептом, який репрезентує світовідчуття українців, визначає фонові знання комунікантів на рівні етносвідомості. Лінгвалізацію забезпечують конкретні образи і ментефакти: **Вкраїна** – мати, за неї треба головою стояти; Нема в світі, як своя **Вкраїна!** **Україна** – козацька мати; Поки Дніпро пливе, **Україна** не вмере [6].

Для українських паремій властива актуалізація етнізмів через профілювання когнітивної

структури “свій – чужий”, що співвідноситься з моделлю: *Україна – не Україна*. Це протиставлення репрезентує ядро й периферію – різні світоглядні вектори задля розуміння українського світосприйняття, зокрема на позначення соціокультурної ситуації як в Україні (*На **Вкраїні** добре жити: мед и вино пити; Біда **Україні**: и оттоль горяче, и отсель боляче; У нас **Україна**: треба собі самому хліба україти*), так і зовні: *А це правда! **Польща** така! Ні, хлопці! ёго пора в **Московію** послати – там з ёго буде пан* [6]. Лексеми *Польща, Московія* репрезентують країни, до складу яких входила Україна, перебувала під їх монархічним гнітом, – Річ Посполиту, Російську імперію.

У збірці паремій, перше видання якої здійснено в 1864 році у Санкт-Петербурзі, одиниці виконують оцінну функцію – характеристику українцями інших націй. Виразна історико-політична оцінка репрезентована в одиницях *Москва слёзам не вірить; Москва на злиднях збудована, та й злиднями годована* [6]. Відстежуємо і паремійні паралелі із соціокультурною оцінкою життя українського й польського етносів: *Як **Польща** знов настане, тогда Марія Тереса з пекла вийде; Од **Киева** до **Кракова** всюди біда однакова; Піти до **Кракова**, всюди біда однакова; піти й за **Карпати**, то треба бідувати* [6]. У межах однієї паремії актуалізовано відразу і автоетнонім, і ксеноетнонім в аспекті соціального розшарування: *У **Ляхів** – пани, на **Москві** – ребъята, а у нас брати* [6]. До паремії *Романе, Романе! нічим живеш – **Литвою** ореш* М. Номис подає історичний коментар, спираючись на пареміографічні розвідки І. Снегирьова, та наводить синоніми: *Романе! лихим живеш, **Литвином** ореш; Зле, Романе, робиш, що **Литвином** ореш* [6].

Особливості конструювання світу представниками різних етносів трансформують основну модель на *українець – не українець*. Задля самоідентифікації українців у збірці уживається ксеноетнонім *хохол*, даний українцям представниками інших етносів: *Хохол більше нашого Богу упадає; Хохол більше москаля на Бога надіється* [6]. У пареміях функцію автоетноніма виконує лексема *козак*, наприклад: *Зроду-звіку **козак** не був и не буде катом! **Козак** не гордун; Де **козак**, там и слава; **Козак** як не сало ість, як не **Турка** рубає, так нужи шукає* [6]. Відбувається маркування українця за національною приналежністю й рисами вдачі, тому знаковою для ідентифікації української нації є кліше *Козацькому роду нема переводу* [6].

Осмилення власної національної ідентифікації дало поштовх до усвідомлення самотності інших народів, з якими українцям довелося жити поряд. Такі взаємини – дружні й ворожі – засвідчені в пареміях *Непроханий гість гірше **Татарина**; Люде не **Татаре**, дадуть кусок хліба; З **Поляком** говори, а камінь за пазухою держи; Лихо, та не тихо: коло Махновки **Цигане** облегли* [6]. Переважно негативна оцінка цих стосунків зумовлена чітким протиставленням людей за етнічним принципом, який домінує в побутовій свідомості над духовними, моральними критеріями. З позиції української сміхової культури розкриваються чужі етностереотипи: *Іхав **Грек** з винами, з пивами, та й перевернувсь у нашій кваші; Так мене то гріє, як **Німця** краватка; Мудрий **Поляк** по шкоді: коли коня вкрали, тогда стаїню замикає; **Циган** своє за тин тягне, та ще хвалить, що добре було; Убравсь в правду, як **Татарин** в зброю; Голий, як **турецький** святий* [6]. У кліше дається оцінка типових рис характеру інших етносів, способу їх життя і звичаїв, вони зіставляються за зовнішньою, соціально-політичною, мовною й релігійною ознаками: *Що **Литвину** шкодить, то **Русину** помагає; **Поляка** на світі не було, він се з **Русина** народив; **Татарин** пив, а **Литвин** на дереві сидів; **Лях** співає, як істи хоче, а мужик жінку б’є, а **Жид** порухи відмовляє* [6].

Паремійна репрезентація ксеноетнонімів розкриває домінування певних прикмет щодо інших етнічних осіб. Продуктивними стали номени *москаль, кацап* (росіянин), *жид* (єврей), *циган* (ромен). Ураховуючи історію українсько-російських взаємин, можемо говори про маркування своєї оцінки: *Москаль не свій брат, не помилує; З **Москалем** дружи, а камінь за пазухою держи; За **Москалем** панство: коло ноги ременяки – и все господарство* [6]. Етнонім *москаль* активно використовується як одиниця вторинної номінації (“солдат”): *Ти, **москалю**, и добрий чоловік, та шенелія твоя злодій; Казав **москаль** право, та й збрехав браво* [6].

В інших ксеноетнонімах відображені стереотипи за такими ознаками, як зовнішність, одяг, поведінка, риси національного характеру, національно-культурні традиції: *Оце жахаєця, як **Жид** Христа; **Жид** брехнею живе, все з нас тягне; **Жид**, и молячи, вчиця обманути* [6]. Оскільки цигани вели кочовий спосіб життя, то про них склалися досить негативні етнічні уявлення: *Крутить, як **Циган** сонцем; Ласий, як **Циган** на сало; Такий знающій, як **Циган** до пасіки* [6]. Актуалізація ксеноетнонімів розкриває історично обґрунтоване ставлення українців до інших етносів.

Отже, крізь призму менталітету того чи того народу визначено образну основу паремійної репрезентації міжетнічних стосунків в Україні, що є перспективним напрямком у світовій пареміології. Глибинне значення кліше з етнонімним компонентом є результатом семантичного поєднання компонентів когнітивної моделі "свій – чужий". Паремійне представлення етнонімів відтворює стереотипне бачення етносів, які протиставляються за національним принципом на рівні етносвідомості.

Список літератури:

1. Черкасский М. Опыт построения функциональной модели одной частной семиотической системы (пословицы и афоризмы) // Паремииологический сборник: Пословица. Загадка. (Структура, смысл, текст). Москва, 1978. – С. 38.
2. Кашкин В., Пейхенен С. Этнонимы и территория национальной души // Русское и финское коммуникативное поведение. Воронеж, 2000. – С. 62.
3. Українська мова: Енциклопедія. Київ, 2004. – С. 179.
4. Кухарева Е. Клише как отражение национального менталитета: На примере арабских паремий. Москва, 2005. – 166 с.
5. Ковалёв Г. Этнонимия славянских языков: номинация и словообразование. Воронеж, 1991. – С. 20.
6. Українські приказки, прислів'я і таке інше. Уклав М. Номис. Київ, 1993. – С. 768.

*Natalia elnychuk, Chernivtsi National University
Assistant Professor, the Faculty of Foreign Languages*

Semantics and Word-Formation of Emotively-Evaluative Adjectives In Modern English

Modern linguistic science is characterized by wide interest in the study of language as a social phenomenon. The organization and use of language as the means of intercourse in the investigation of linguistics can not be complete without researching the emotive aspects of language, speech and text units. Emotional aspect of human personality plays a significant role in a modern linguistic paradigm. Intercommunication of rational and emotional spheres in cognition helps a person to experience emotionally what language represents.

Emotions are the special, original form of cognition and reflection of reality since only in them a person appears simultaneously as an object and subject of perception. Emotions are firmly connected with the needs of a person, which are the basis of acting to fulfill those needs. In addition to an objective lexical meaning, emotional words express a subjective view, which represents the speaker's attitude to the expressed opinion. Though subjective meaning and emotion are different concepts, as well as lexical methods of realization, quite a few evaluative words can be attributed to the emotional vocabulary.

It is necessary to mark that in the last few years the problem of representation of emotions in a language and speech attracts more attention from linguists who use certain methods for its analysis, for example, studying the lexically-semantic aspect of problem [1]; researching emotive words on material of specific discourses [2]; investigating the problems of realization of category of emotiveness in syntactic structures [3]; determining the basic role of emotions in speech interaction [4], [5].

This article is dedicated to the research of problem of word-formation of English emotively-evaluative adjectival units and to the study of some semantic aspects in their formation. In analyzing derivative adjectives researchers can trace the peculiarities of their use and learn the dependence of adjectival units on certain word-formation affixes. Uniqueness of this research is determined by the absence of works in which lexical units of language were learned on the basis of semantic filling in combination with the study of word-formation