

тивной реальности, активизируемых с помощью различных механизмов вербализации, а также хранимых и передаваемых от поколения к поколению с помощью вербального кода. Ошибочное употребление артикля можно назвать некорректным механизмом вербализации объективной реальности, что, в свою очередь, препятствует взаимопониманию в процессе коммуникации.

Таким образом, использование лингвистического опыта, сложившегося в процессе овладения родным языком, при анализе внутренней формы неопределенного артикля в английском языке и особенностей его прагматического аспекта представляет собой потенциальный инструмент улучшения качества усвоения грамматической темы «Артикль в английском языке» как в теоретическом, так и практическом плане.

Список цитируемых источников

1. Глухова, О. В. Языковая картина мира [Электронный ресурс] / О. В. Глухова. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-kartina-mira-v-slovesnyh-tovarnyh-znakah>. — Дата доступа: 22.04.2019.
2. Долгина, Е. А. Английские артикли в когнитивном и стилистическом освещении / Е. А. Долгина // Язык, сознание, коммуникация : сб. ст. / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. — М. : МАКС Пресс, 2007. — Вып. 35. — С. 75—81.
3. Караулов, Ю. Н. Языковое сознание, языковая картина мира, менталитет / Ю. Н. Караулов // Вавилонская башня-2. Слово. Текст. Культура : ежегод. чтения памяти кн. Н. С. Трубецкого 2002—2003 «Евразия на перекрестке языков и культуры». — М. : МГЛУ, 2003. — С. 23—29.
4. Серебренников, Б. А. Как происходит отражение картины мира в языке? / Б. А. Серебренников // Роль человеческого фактора в языке : язык и картина мира. — М. : Наука, 1988. — 216 с.

УДК 800

Е. А. Заяц

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

СЕМАНТИКА ЦВЕТА В ФОЛЬКЛОРНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Введение. Фольклор — это неотъемлемая часть культуры любого народа, в которой отображена история страны, развития языка, разнообразные культурные особенности, а так же национальный характер.

Актуальность исследования заключается в изучении использования цветоименований в контексте сказок как части национального фольклора Англии. Поскольку понятие цвета есть в каждой культуре, но значение этих цветов может быть отличным от других народов, рассмотрение английских фразеологизмов с компонентом-цветоименованием предоставляет шанс лучше узнать культуру носителей английского языка.

Цель исследования заключается в изучении семантики и функционирования цветоименований в фольклорных произведениях Англии.

Объектом исследования выступают цветоименования в составе фольклорных текстов и фразеологических единиц.

В качестве основных методов исследования применялись методы контекстуального и компонентного анализа.

Основная часть. Каждому народу присуще свое видение мира, в том числе и в отношении цветообозначений. Впечатления, связанные с цветом, люди впитывали на протяжении столетий. Воспринимая цвета, человек связывал их с наиболее значимыми для них объектами окружающего мира и стихиями [1, с. 83]. Таким образом, цветовая картина мира выделяет цветовые представления под влиянием психофизиологического и культурно-исторического опыта, отражая национальный характер цвета, который получил отражение в языковых формах.

Различные отношения к тому или иному цвету отражаются во фразеологизмах, идиомах и поговорках, функционирующих в языке, так как они тоже существуют на протяжении всей истории языка и содержат в себе всю социально-историческую, интеллектуальную, эмоциональную информацию и опыт нации. Английский язык, как и любой другой язык, имеет большое количество выражений и фразеологизмов. Следовательно, обозначение цвета в составе фразеологизмов является неотъемлемой частью языковой картины мира английского народа.

В ходе исследования нами были отобраны основные цвета: *red, black, white, blue, green, grey, yellow, brown, rose, orange, purple, violet, pink, gold (golden) и silver*. Выбор данных лексических единиц был обусловлен составом базовой палитры цветов и наибольшей частотой употребления этих цветовых наименований как во фразеологических оборотах, так и в повседневной речи.

Цветоименование имеет сложный лингвокультурный характер. Внедрившись в текст, концепт цвета становится неотъемлемой частью этого текста, его смысла, обогащает структуру за счет информа-

ционного и образного потенциала [1, с. 84]. Анализ 87 английских народных сказок выявил специфику употребления цветоименований в произведениях фольклора. Было обнаружено, что цвет в первую очередь номинирует действительные цветовые качества реальных объектов, в то время как метафорическое функционирование и употребление цвета в составе фразеологизмов является второстепенным. Примечательно, что указание на цвет присутствует лишь в 40 из 87 оригинальных фольклорных произведений.

В художественных текстах английского народного творчества наиболее частотными цветами, которые функционируют в прямом значении для описания окружающей реальности, являются следующие:

- *black* (17 % употреблений): ...*but a small little black thing with a long tail...* [2];
- *white* (15 %): *It was spring, and there among the flowers was a white bird...* [2];
- *red* (13 %): *If you will first give me those little red shoes you are making...* [2];
- *golden* (13 %): *She laid down her little golden head without fear...* [2];
- *green* (10 %): *After a while as she sat under the shade of a green oak-tree she looked up...* [2].

Воспринимаемые цвета человек ассоциирует, прежде всего, с окружающим миром и стихиями. Так, доминирующие в фольклорных произведениях цвета имеют следующие значения. *Black* ассоциируют с мраком, темнотой, горем, печалью, злом, смертью, несчастьями и незаконной деятельностью. *White* соотносят с чистотой, невинностью и миром. Однако этот цвет имеет и такие негативные вариации, как болезнь, ложь, лицемерие и бесполезность. *Red* — это цвет крови, соответственно, он выражает отрицательные эмоции: гнев, тревогу, трудности. *Golden* в основном имеет положительное значение и обозначает красоту и богатство. *Green* ассоциируется с молодостью, жизненными силами, чем-то новым.

В составе фразеологических единиц в изученных английских сказках доминировали следующие цвета: *white*, *green* и *red*. Например, *as white as snow* [2]; *as green as grass* [3]; *cheeks red as June roses* [3]. Примечательно, что данные сравнительные обороты использовались исключительно для описания внешности сказочных героев.

Заключение. Проведенное исследование способствовало выявлению особенностей использования наименований цвета в произведениях английского фольклора. Примечательно, что в английском фольклоре сказочная и метафорическая атмосфера создается чаще всего при помощи других номинативных средств, исключающих использование фразеологических оборотов с участием цветоименований. Интерес представляет тот факт, что цвета используются в своем прямом значении для номинации цветовых характеристик объектов действительности и лишь изредка встречаются в составе фразеологизмов.

Список цитируемых источников

1. Козлова, Н. Н. Цветовая картина мира в языке [Электронный ресурс] / Н. Н. Козлова // Cyberleninka : науч. электрон. б-ка. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsvetovaya-kartina-mira-v-yazyke#ixzz3Z5QPoibx>. — Дата доступа: 25.04.2019.
2. Jacobs, J. English Fairy Tales [Electronic resource] / J. Jacobs // World of Tales. — Mode of access: https://www.worldoftales.com/English_fairy_tales.html. — Date of access: 15.02.2019.
3. Jacobs, J. More English Fairy Tales [Electronic resource] / J. Jacobs // World of Tales. — Mode of access: https://www.worldoftales.com/More_English_fairy_tales.html. — Date of access: 20.02.2019.

УДК 81.271.2

О. А. Кабанчук, З. И. Корзун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ БРАЧНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Введение. Проблемы различий и взаимоотношений мужчин и женщин существовали всегда и были предметом исследования в работах философов, психологов, социологов, этнографов и лингвистов.

В последнее время стал исследоваться частный вид дискурса, включающий объявления о помолвке, свадьбе, брачные объявления. В наши дни брачные объявления — явление очень распространенное. Сегодня этот тип текста широко представлен во всех средствах массовой информации (на страницах газет и журналов, на телевидении, на радио, в сети Интернет) и трактуется как «переданное в устном или письменном виде через средства массовой информации краткое сообщение автора адресату о каком-либо факте, который имел, имеет или будет иметь место в действительности, с целью побудить адресата к каким-либо действиям» [1, с. 8]. Данные объявления можно назвать «саморекламой, они имеют ярко выраженную прагматическую направленность на достижение перлокутивного эффекта в виде ответной реакции, которая заключается в совершении определенных действий» [2, с. 226].