

ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ЕТНОСТЕРЕОТИПІВ ЗОРОВИХ СЕНСОРНИХ ВІДЧУТТІВ У СТАРОУКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРНІЙ МОВІ

Сучасні мовознавчі студії визнають сенсорно-перцептивний аналіз першим рівнем категоризації дійсності, актом, який задає первинні параметри сприйняття та осмислення світу, що здійснюється на основі специфіки дії п'яти перцептивних модусів (зорового, тактильного, слухового, нюхового, смакового). Підмодусом зорового сприйняття є розмір – одне з джерел інформації для людини. У мові розмір виступає як онтологічна категорія, на основі якої можлива побудова цілісної картини світу. Це знайшло своє втілення в етнокультурних стереотипах чуттєвого сприйняття.

Важливим видається аналіз динаміки становлення та розвитку стереотипів сенсорного сприйняття, який можна здійснити за умови залучення до аналізу лексикографічних джерел, оскільки словники є не тільки засобом фіксації семантичної організації лексики, а й мисленнєво-мовних процесів у цілому, що уможлиблює виявлення національномовної специфіки категоризації світу через вивчення прецедентних одиниць мовної системи, до яких належать і етнокультурні стереотипи.

Своє завдання вбачаємо в тому, щоб виділити, описати та проаналізувати етнокультурні стереотипи, засновані на перцептивних реакціях, що підтримують та генерують характерні риси етносу, системи групових етнокультурних норм і цінностей.

Ключові слова: чуттєве сприйняття; зоровий модус перцепції; етнокультурні стереотипи; ідентичність; етнокультурні цінності; національномовна специфіка.

Сучасні мовознавчі студії у своєму прагненні дати мовним фактам і мовним категоріям психологічне пояснення, зіставити мовні факти з їх ментальними репрезентаціями і з тим досвідом, які вони відображають [2] визнають сенсорно-перцептивний аналіз першим рівнем категоризації дійсності, актом, який задає первинні параметри сприйняття та осмислення світу. Сприйняття відчуттів при цьому розуміється як складна система отримання та перетворення інформації, яка забезпечує організму відображення об'єктивної реальності й орієнтування в навколишньому світі [1, с. 382]. Сприйняття світу опосередковується знаковими системами (Л. Виготський), діяльністю (А. Леонт'єв), культурою в цілому (І. Рузін), включає в себе символічні смисли (Л. Лаєнко). Так, у результаті сприйняття, яке відбувається за допомоги п'яти відчуттів, що належать до сенсорної системи людини (зір, слух, смак, запах і дотик), знаходять відображення ціннісний і соціально значущий компоненти.

Зауважимо, що системі зорових відчуттів у житті людини традиційно належить особливе місце, оскільки зір є основним орієнтиром людини у світі, основним джерелом інформації для людини і надійним способом її верифікації. Візуальний образ забезпечує сприйняття предметів, що охоплює надзвичайно велику сферу фізичних явищ, зокрема колір, світло, форму, розмір та локалізацію їх у просторі (при цьому зауважимо,

що перерахованими субмодусами не вичерпується візуальне сприйняття), які дані людині у відчуттях і сприйнятті та на яких будується концептуальна картина світу.

Сказане знаходить своє відображення на ментальному рівні, існує незалежно від нашої свідомості, а в мові як знакової системі це втілено в етнокультурних стереотипах чуттєвого сприйняття, які є конденсатом соціально-групового досвіду та міцно пов'язані в українській культурній традиції з певними явищами навколишньої дійсності.

Феномен соціальної стереотипізації безвідносно до чуттєвої тематики активно досліджувався і досліджується як зарубіжними, так і українськими мовознавцями. Проте до сьогодні проблема етнокультурної перцептостереотипізації висвітлювалась лише побіжно під час вивчення інших дотичних питань (П. Артюх, А. Баронін, О. Белова, Н. Годзь, В. Маслова, О. Пономар'єв, Т. Стефаненко, Ю. Тищенко); недостатньо вивченим залишається питання діахронічного зрізу етнокультурних стереотипів сенсорного сприйняття, що робить **актуальною** тему пропонованого дослідження та продукує його **мету**: актуалізувати необхідність розгляду етнокультурних стереотипів зорового сприйняття; визначити структурні, функціональні та змістові їхні особливості в староукраїнській літературній мові.

Досягнення мети передбачає розв'язання таких **завдань**: виявити склад етнокультурних стереотипів, заснованих на зорових перцептивних реакціях певної історичної доби; здійснити опис їхніх формальних та змістових особливостей; прослідкувати за динамікою становлення та розвитку їхньої значеннєвої сфери. **Об'єктом** дослідження є етнокультурні стереотипи, що базуються на зорових перцептивних реакціях, **предметом** – засоби їх об'єктивацій у текстовому матеріалі староукраїнської літературної мови.

Стереотипи чуттєвого сприйняття здатні надати свідчення про особливості менталітету, світогляду, соціокультурні та мовно-психічні домінанти етносу. Водночас вони є результатом систематизації феноменів у свідомості, відповідно, відомості про етнокультурні стереотипи можуть бути отримані за умови вивчення системи мовних фактів, дослідження яких можна здійснити тільки із залученням до аналізу лексикографічних джерел.

Для виконання поставлених завдань до аналізу залучено широкий фактичний **матеріал**, зібраний на основі текстів української літературної мови перехідної епохи до нового часу, що зафіксовані у «Словнику української мови XVI – першої половини XVII ст.» (далі СЛУМ). Такий фактичний матеріал стане фоном, перспективою, без яких неможливо зрозуміти історію перцептивних стереотипів в українській мові, а також сприятиме висвітленню їхньої складності та багатогранності, що дозволить охарактеризувати місце й роль етнокультурних стереотипів у системі української мови.

Як було зазначено, до візуального модусу, що забезпечує один з основних типів сприйняття людиною навколишнього світу, належать колір, світло, форма та розмір. Одразу зауважимо, що обсяг статті не дозволяє проаналізувати цілком етностереотипи відповідного типу сприйняття, тому ми обмежуємо поле наших пошуків одним із субмодусів – розміром, зокрема його базовими об'єктиваціями.

На відміну від кольору й форми, які є еталонними характеристиками (оскільки важко визначити колір і форму, не використовуючи при цьому певних зразків – еталонів), розмір являє собою яскравий приклад градуальної перцептивної категорії, прототипічні атрибути якого утворюють антонімічне протиставлення на основі їх співвідношення з різними осями простору. Точкою відліку для таких протиставлень виступає не максимум, а медіум – певна норма, середній ступінь ознаки, від якої йде відлік у різні боки [3, с. 80]. Як зазначає І. Рузін, прототипічні атрибути розміру протиставлені на основі їх співвідношення з різними осями простору, яка є тривимірною: вісь OZ об'єктивується лексемами *великий/малий, глибокий/мілкий; осі OX, OY* – лексемами *довгий/короткий, вузький/широкий*. Гіперонімі *великий/малий* охоплюють об'єкт сприйняття як багатомірний образ синтезованої параметричної характеристики або й виводяться поза межі тривимірного простору [3, с. 90].

За матеріалами СЛУМ модус розміру об'єктивований насамперед прикметниками *великий, високий, глибокий, широкий, низкий, мизерний*, рідше іншими частинами мови, що позначають

розмір, і отримують чітку локалізацію в лексичній системі української літературної мови. Відповідні атрибути включаються в широкий класифікаційний діапазон, вказуючи на те, із чим співвідноситься референт, як він співвідноситься з чим-небудь, яку ядерну чи периферійну значеннєву зону виформовує. Зауважимо, що між ядром та периферією постійно відбувається розподіл функцій поля: одна частина значень переходить на ядро, а інша – на периферію, що уможлиблює відсутність чіткої межі між ядерною та периферійною зонами [5, с. 38], що аспектно для аналізу етнокультурних стереотипів, зокрема в плані вилучення їхніх етнокультурних змістів. Окрім того, з'ясування ядерних і периферійних зон уможлиблює виявлення тем побутування стереотипів та мовних засобів їх об'єктивації.

Помічено, що до найбільш частих тем побутування етнокультурних стереотипів належать ті, які пов'язані зі світом людини, її особистими характеристиками, які формуються на основі зовнішнього вигляду людини, рис її характеру, соціального стану, уподобань, вірувань, поведінки тощо. Аналізований матеріал розкласифіковуємо за такими тематичними групами:

1. **Зовнішній портрет.** Відповідна група представлена невеликою кількістю етностереотипів, засобом вираження параметричної ознаки яких є прикметник *высокъ*, що утворює ядерне значення 'великий за розміром' у структурі стереотипу *великий людъ* (*Аще великий людъ есть веди ихъ до воды а тамъ ихъ досвѣдчу* [СЛУМ, Т. 1, с. 150]). Спостережено, що означена тематична група виформовується в контексті підкреслення ознаки поля 'краса' (красиві – люди великої фізичної сили й міцної статури), що продукує значення 'гарний', 'привабливий', яке є периферійним у контексті іншого стереотипного образу: *красень тѣломъ (Тѣломъ бы(ст) красень. оузарастомъ высокъ* [СЛУМ, Т. 15, с. 83]).

2. **Ментальна зона.** Стереотипи, що є узагальненими образами ментальних характеристик людини, мають аксіологічний характер, осмислений через взаємодію людини з навколишнім світом. Відповідно, вербалізатори розміру відіграють не аби-яку роль в оцінці розумових здібностей людини, заґрунтованої на своєрідному образному сприйнятті, що є результатом сенсорного і водночас ментального опрацювання світу. У межах відповідної тематичної групи вилучені синонімічні етностереотипи-кореляти *розумѣ глѹбокий, разѹмѣ високий*, які втратили вихідне параметричне значення й набули ядерного значення 'ясний', 'свідомий'. Спостережено, що попри спільне для відповідних стереотипів ядерне значення вони мають чітко означену периферію, у межах якої існують точки дотичності. Наприклад, *розумѣ глѹбокий*: 'гострий', 'допитливий', 'мислячий', 'цікавий' (*Коснорѣчивый языкъ в залецене доволнымъ ставитиса не можетъ, але и напросторийї языка оборотъ, и словъ встрѹтъ в розумѣ глѹбокомъ набыстрѣйший в досконалой власности поставити ей, в многомъ не здолаетъ* [СЛУМ, Т. 5, с. 50]); *разѹмѣ високий*: 'ясний', 'світлий', 'свідомий' (*Што жъ еще реку и то: Ижъ бѣ... в(ш) м(л) обдаровати рачихъ разѹмо(м) високи(м)* [СЛУМ, Т. 13, с. 14]).

3. **Внутрішній світ.** Власне національні риси українського характеру (особливі духовні цінності, м'якість, доброзичливість, сентиментальність, співчутливість, спроможність сприймати чужі проблеми як свої власні тощо) формують в українців певне світобачення, світовідчуття та світорозуміння, які, базуючись на зорових перцептивних реакціях, вирізняють його з-поміж інших етносів та виформовують епітетні форми, які набули статусу стереотипів: *великій жалі, великій всты(д), великая ненависть, великая скромность, великая жалость, великое зневажєніє, мука великая, великій страхъ, великій смоу(т)укъ, великая злоба, гнѣвъ великій, высокая моу(д)рость.*

Національні константи «жалі», «жалість», «встид», «ненависть», «скромність», «зневага», «мука», «страх», «смуток», «злоба», «гнів» пов'язані з відтворенням внутрішніх потенцій етносу, які інтерпретують номінанти розміру, основне призначення яких: виділяти, маркувати інформацію, а головне – давати їй кількісну оцінку в потоці життєдіяльності носіїв мови. Це уможливило переакцентацію: ознака якості консолідує з ознакою кількості, що підтверджено текстами (*Теды солнце по килка разъ затмилося было, а того затменя обыватели Вавилонскии з великимъ страхомъ смотрѣти и видѣти мусѣли* [СЛУМ, Т. 10, с. 250]; *И та(к) оу велико(м) смоу(т)ку колыше(т)са ср(д)це и(х)* [СЛУМ, Т. 14, с. 200]; *Абовѣмъ до розмови с тобою приводить ма слоушный и великій жалъ, не ижъ бымъ // с тобою мовиль ѿ домовыхъ кривдахъ* [СЛУМ, Т. 15, с. 106]; *А вы мои дѣти, албо внуки, албо братя на и(н)ши(х) людїи не дайте, чо(м) та(м) моя мука великая* [СЛУМ, Т. 1, с. 89]; *Кз(д)ы то мовлевано, и великій всты(д) с того смоу бываль* [СЛУМ, Т. 3, с. 107]; *Чюжимъ дѣломъ испытница еси. а свои великия злобы покривае(ш)* [СЛУМ, Т. 13, с. 198]; *Чому не хотѣль Прокопъ вѣрити але з гнѣво(м) велики(ми) ѿ(т)шио(л) з братства...* [СЛУМ, Т. 6, с. 146]).

При цьому зауважимо, що параметричний прикметник *великій*, як і синонімічні йому *огромный, большой, высокой* та антонімічні *низкій, мѣлкїй*, має яскраво виражений аксіологічний характер і проявляє свої аксіологічні потенції, перш за все, завдяки наявності квантитативного компонента. Так, як позитивно марковані можемо класифікувати стереотипи *великая скромность*: ‘про рису людини, яка не претендує на особливе становище’, ‘яка здатна применшувати або замовчувати свої заслуги, достоїнства’, ‘стримана в поведінці’, ‘вихована’, ‘морально стійка’, ‘цнотлива’ (*З великою скромностью и покорюю вѣжджєаетъ... намъ... прикладъ даючи, ... жєббысьмо са виєлєакїхъ... // ...помть выстерѣзали* [СЛУМ, Т. 6, с. 63]); *великая жалость*: ‘співчутливе ставлення до чужого горя, переживання’, ‘жалі’, ‘жалоці’, ‘почуття скорботи, печалі, туги, смутку’ (*Опять душа съ великою жалостію ко Христу говоритъ, всповедуючи свои пригоды* [СЛУМ, Т. 6, с. 238]); *слова огромные*: ‘значущі’, ‘важливі’, ‘чуттєві’, ‘голосні’ (*Теды слышанный былъ страшливый голосъ з неба, тыми слова огромными мовячи: «приправтєсь, приправтєсь и приймѣте сына моего! Благословенный будете, котрый увѣруетъ въ него, и не будете зотраченый»*

[СЛУМ, Т. 12, с. 170]); *большая жалость*: ‘співчутливе ставлення до чужого горя’, ‘переживання’, ‘жалі’, ‘почуття скорботи, печалі, туги, смутку’ (*А по сємъ и большая жалость, и страхъ оупаде на грѣшниковъ* [СЛУМ, Т. 3, с. 21]); *нѣніє высокоє*: ‘урочисте’, ‘сповнене величі’, ‘яке викликає почуття піднесеності, небуденності’ (*Пѣснь степе(н)наа: Пѣніє высокоє, кихъ, або врѣховныхъ* [СЛУМ, Т. 6, с. 48]); *высокая моу(д)рость*: ‘глибоке знання’, ‘розуміння’, ‘узагальнення чогось’, ‘досвід’ (*Бовѣмъ той На горахъ высокою моу(д)рости лѣтає, Гды В костелѣ католицкомъ Вѣру правдивую має* [СЛУМ, Т. 6, с. 48]).

Негативно маркованими є стереотипи *великая ненависть*: ‘велика неприхильність, до кого-, чого-небудь’, ‘вороже ставлення до кого-небудь’ (*Которїй велику ненависть на насъ маєтъ, Той вражду в людєхъ и незгѣду розсѣваєтъ* [СЛУМ, Т. 5, с. 10]); *великое зневажєніє*: ‘почуття презирства’, ‘відсутність поваги до кого-небудь’, ‘байдужість до кого-, чого-небудь’, ‘відсутність турботи’, ‘підкування про когось, щось’, ‘навмисне приниження чий-небудь гідності’ (*Але и Римляне... надѣвшиса гордостю и марною думою, што не по(д)лєгає(т) по(д) диалектїцкїи оусилована превротныи, якъ гниѣс и збуत्वѣлоу ѿ(т)кидаю(т) з великимъ зневажєніємъ* [СЛУМ, Т. 11, с. 84]); *великая злость*: ‘почуття недобррозичливості’, ‘злоба’, ‘гнів’, ‘досада’, ‘роздратування’, ‘розлученість’ (*Веселися... матко наша, Риме, ... Радуйся, з неправости сыновъ людскихъ, поневажъ въ нагороду такъ великой злости дается тобі заплата! Гѣшься зъ помощницы твоѣй незгоды, гдыжъ ся зъ студни пекелной пропасти вынурила* [СЛУМ, Т. 10, с. 149]); *низкій умысль*: ‘намір, вартий осуду’, ‘таємний замисел, задум’, ‘заздальгидь обдуманий план’ (*Малодушєствє... Несмѣлость, боязнь, низкій умысль, встыдливость* [СЛУМ, Т. 3, с. 43]).

4. **Соціальний портрет.** До відповідної групи належать етнокультурні стереотипи з прикметниками на позначення розміру, які втратили свою первісну перцептивну ознаку. Ядерним значенням для стереотипу *низкого роду* є ‘який належить до нижчих верств суспільства’ (*Єстли з низкого роду посполитый человекъ приходит для своих цнот ку вышшей чти, а простыи годностью илєахотства доступают, заправду достойна єст ѿсвєцєностии княжєства для мужства високихъ заслугъ чтам и размножєньємъ заплаты уважит* [СЛУМ, Т. 15, с. 169-170]); для стереотипу *высоких панов* – ‘привілейовані верстви суспільства’ (*Вєакии речи цнотливыхъ справъ, которыижъ для гдности заслугъ ѿ высокихъ панов ачкольвє заплату знаменитую щєдре а гднє приимут* [СЛУМ, Т. 6, с. 243]).

Спостережено: ад'єктиви *великий, высокий*, що входять до структури стереотипів у межах аналізованої тематичної групи, призводять до розширення їхнього функціонально-семантичного поля за рахунок таких значень: ‘головний за суспільним становищем та історичним значенням’ (*Послєль к нам двоєх патріарховъ ѿ великихъ столицю, ѿ великїи Антіохїи и Иоакима и ѿ Константинополя Іеремїю, и великого протосинкєла Никифора* [СЛУМ, Т. 3, с. 211]); ‘гідний в аспекті оцінки громадських заслуг,

громадської ваги' (Южъ Шанькгерий рушыль ся зъ войски подъ Белгородъ турецкій; маючи при собѣ и Богдана Иеремиева сына на господарское Волоское, и до короля его милости **посла великого** посылаетъ прязни такоужъ яко и зъ войскомъ досягаючи [СЛУМ, Т. 8, с. 179]); 'знатний' (А поневажъ **великаа знаменитость**, ле(д)во коли слыханого такового чуда до страху, и до здумѣванаса всѣхъ тамошнихъ обывателевъ приводила [СЛУМ, Т. 11, с. 207]); 'відомий' (Ш(т) того часу данилъ еще не дорослымъ будучи сталъ **велики(м) оу людѣи** [СЛУМ, Т. 3, с. 211]); 'славетний' (Пытаемо, если южъ та(к) в писанью своёмъ ѣрковъ в римѣ до мѣста, ... до помпы, до вынеслости, до моци привазуючи розумѣши што(ж) речеши на оныя слова **великаго оучителя** [СЛУМ, Т. 5, с. 226]).

Ієрархію соціального стану демонструють і опозиційні стереотипи: **великаа вельможность, високим станом, великихъ становъ** та протилежний **члкъ мизѣрный**. Означені ад'єктиви утворюють зону протиставлення, де на одному полюсі лексеми **великаа, високим, великихъ**, на іншому – **мизѣрный**, зв'язок між якими здійснюється шляхом кореляції їхнього змісту через вилучення ядерної зони протиставлення. Так, для стереотипів **великаа вельможность, высоким станом, великихъ становъ** ядерним буде значення 'могутній', 'який має великий вплив, авторитет' (Не есть нашего Рымского Папезяса, не есть такъ **великаа вельможность**, абы оустрашити мѣла: змышленаа, есть она дочаснаа, надутаа вельможность [СЛУМ, Т. 3, с. 211]; Такъ са тыхъ, преславныхъ, домовъ, блицца(т) справы И **высоким ихъ станом** годныхъ забавы. Тутъ стрѣлы преважную дѣлность высвѣдчають [СЛУМ, Т. 9, с. 12]; Много хрестиянъ **великихъ становъ** на то по(з)воляли [СЛУМ, Т. 3, с. 211]). Ядерним значенням стереотипу **члкъ мизѣрный** є протилежне значення: 'який займає невисоке суспільне або службове становище', 'який не має великої ваги', 'незначний' (Нбо абовѣ(м) барзо високоє было, потреба теды было драбини високой, пре(з) которую бы моглъ до нба вступити **члкъ мизѣрный** (поч. XVII ст. Проп. р. 295) [Т. 1, с. 66]). Прикметник **мизѣрный**, у змісті якого наявні значенсві конотації параметризації 'дуже малий', 'малесенький' (порівняймо з синонімічним **малий** – 'невеликий за розміром', 'незначний величиною'), у наведеному стереотипі призводить до розширення його семантичного поля за рахунок периферійних значень 'слабкий', 'убогий', що продукують сему 'який не викликає до себе поваги', 'жалюгідний', 'нікчемний'. Інший параметричний прикметник **глубокій** увиразнює відповідне значення в метафоричному сполученні **глубокій долъ и пропастъ**: 'моральне чи соціальне дно', що отримує статус етностереотипу (Чи зрозумѣисмы якъ **глубокій долъ и пропастъ** згинѣнаа отворѣнаа есть, ты(м) которыи толмачатъ неосторожне, а не такъ я(к) Стѣи Шци розумѣли слова Бо(з)ского писма [СЛУМ, Т. 8, с. 112]). Означені форми, що базуються на високій аксіологічності, наділені широкою здатністю характеризувати людину на основі критеріїв, заснованих на суспільних нормах і правилах.

5. **Сакральна зона.** На основі «кордоцентричності» українця виформовується уявлення про нього як глибоко побожну людину, для якої завжди існували найвища межа Всесвіту – небесне царство Боже (Рай) та його найнижчий рівень – підземне царство (Пекло), уявлення про які узагальнено в образних номінаціях, що позначають зони верх/небо/рай – **высокоє нбо, нбо широкоє, мѣсто високоє**: 'чудове, спокійне життя', 'насолода', 'блаженство', 'щастя' (Тотъ має(т) дороги вы(ш)писаныѣ, которыи Православныхъ сынѣвъ своѣхъ Црковъ Восточнаа до **мѣста високого, Цр(с)твіа нб(с)ного провадитъ** [СЛУМ, Т. 6, с. 112]; Тутъ здумѣиса Парнассе зъ Родѣомъ высокимъ: бо везде полно Пѣсній по(д) **нбомъ широкимъ** [СЛУМ, Т. 6, с. 112]; Шбачте великого не(л)крима, который не(д)с(з) **высокого нба** виходачи, вѣ(з)радовалса яко исполнивъ теци поу(т); южъ спрацованого, и ледве ногоу порушити могоучого [СЛУМ, Т. 6, с. 96]), та низ/підземелля/пекло – **глубокоє пекло, низкие пропасти**: 'місце під землею, куди потрапляють душі померлих грішників для вічних мук', 'тяжкий душевний стан', 'моральні муки' (Абовѣмъ пекло ся розумѣетъ, што палитъ и печете, а адъ... розумѣетса мѣстце невидимое или мѣстце темностей и **низких пропастей**, до которыхъ Христось обоженною душею, души отъ ада высвобождаячи, зступилъ [СЛУМ, Т. 1, с. 76]; Абовѣ(м) грѣшны(и) члкъ... утонути в **глубоко(м) пеклѣ** и на вѣки згинути муси(т) [СЛУМ, Т. 11, с. 152]). При цьому очевидно: аксіологічна орієнтація зафіксованих стереотипів розглядається з позиції ціннісного бачення моделі світу за допомоги ментальних мовних знаків, якими виступають **высокий, широкий** (з одного боку) – **низкий, глубокий** (з іншого), які корелюють на ментальному рівні. Такі кореляти відображають своєрідне конотаційне тло внутрішньої форми культурних знаків, де параметрична ознака співвідноситься з просторовою, які визначені соціонормативними регуляторами.

Статусу етностереотипів набувають і назви релігійних свят, в основі яких лежить перцептивна ознака: **суббота Великая, великий празник, великыа не(д)ла, зауст великий**. Параметрична складова відповідних сполучень виходить із поля ознаки за розміром, набуваючи значення 'славетний', яке корелює зі 'значущий', що є ядерним для відповідних стереотипів (Напродъ... церковь чудо православное **выдаетъ въ субботу Великую... святой свѣтъ, который сходитъ зъ неба до гробу Иисуса Христа... отъ которого... патриархъ... свѣчки засвѣчаетъ** [СЛУМ, Т. 10, с. 195]; Трикротъ на кождый рокъ **свѣта** миѣ обходитъ бюджет. а. **свѣто великъ днѣ пасхи** на памать вихожѣнья зъ египту. б. **свѣто** кучокъ [СЛУМ, Т. 6, с. 98]; А господского **великого** и пресветлого **празника** безмала не за тую неформную процесію о(т)ступили, и с костила выкинути (!) [СЛУМ, Т. 2, с. 45]; Вѣдомо е(ст) написано, якъ **чета(т)са** радovy(и) ев(з)ліа. іоаннѣстѣго: **все(д)ми(х) не(д)лахъ** изчитаемы(х) о(т) **великыа не(д)ла пасхы** [СЛУМ, Т. 6, с. 127]; Настася Ванковна Вечерина... заставила тоє имене Коршовец... // ...от року

тисечного п'ятсотного п'ятдесят девятого от Великих зауст, аж до тогож року который зауст великий мает быти в року шестдесят девятом [СЛУМ, Т. 10, с. 172]).

Лексема **великий** у наведених контекстах за змістовою та когнітивною суттю є носієм оцінного стратуму (оцінювання ж відбувається завдяки взаємодії людини з навколишнім світом) у широкому розумінні цього слова, і насамперед позитивно маркованого, оскільки узагальнює образ свята – Великодня (цер.-слов. *Великь днь*) – одного з найбільших християнських свят; головного свята богослужбового року.

6. Поведінкова сфера. До відповідної групи відносимо етнокультурні стереотипи, до структури яких входять ад'єктиви **болшой, глубокий, високий, великий, широкий**, які формують ядерне значення 'достойний похвали'. Засновані на параметричній ознаці стереотипи **болшиє поступки, глубокие речи, глубокое науки, речи высокие, рѣчи великіе, широкіе словы, высокии слова** передають якісно-кількісне значення: до їхньої семантичної структури, поряд зі значенням якості, обов'язково входить значення кількості, які переплітаються та виражають категорію інтенсивності, що призначена для відображення більшого чи меншого прояву ознаки, кількісних градацій якісної ознаки в межах цієї якості. Це уможливило введення кількісного значення разом з якісним до структури значення стереотипу, що, у свою чергу, відцентровує семантичний зсув, продукуючи нові змістові конотації 'значущі', 'ціннісні', 'значеннєві', 'важливі', 'сміливі'.

Спостережено, що в межах відповідних конотацій етностереотипи розподілені між декількома зонами: **поведінковою** (*До стискова(н)а не было причины, низь для покрытьа болшихъ поступковъ на несворные чиначіе тумоулты... а за часомъ ростырками высиленые межи собою обыватели рѣчи посполитой оусмотрѣвати* [СЛУМ, Т. 6, с. 40]; *Рекль Моисей до бга: што есмь я за члвкъ, абы такъ рѣчь великую справи(т) // могль, и вѣритъ мнѣ не будутъ* [СЛУМ, Т. 6, с. 146]); **мыслью** (*Мысль Твоя почнетъ на высоту подноситиса, ѿ высокихъ рѣчахъ размышлати, и в томъ полѣтшиатиса* [СЛУМ, Т. 6, с. 54]); **ментальною** (*Туть треба доброго теолога и бѣглого на понятие дивно глубокое науки того учителя* [СЛУМ, Т. 3, с. 115]); **мовленнєвою** (мовленнєва зона є доміантною). «Слово» постає поняттям багатозначеннєвим (у різних семантико-естетичних функціях та емоційних аспектах), що реалізується в розгалуженій системі мовленнєвих засобів, зокрема в сполученнях прикметників **высокий, широкий, глубокий, короткий** з іменниками **словы, мова, дово(д), аргументы**, які за аксіологічними й моральними критеріями створюють образ, що віддзеркалює цінності етносу. Уведення до

структури стереотипу відповідних мовних засобів продукує розширення їхнього семантичного поля значеннями 'змістовний', 'глибинний', 'грунтовний', 'аргументований', 'істинний', 'небагатослівний', 'стихло викладений', що поповнюють значеннєву зону периферії (*Для редкихъ людей суть тые квестыи, кгдажь суть рѣчи высокіе, и кьтожь можетъ ихъ поняти* [СЛУМ, Т. 6, с. 48]; *Заходницы, ... широкими словы рѣчь свою здобачи, змоцнали* [СЛУМ, Т. 11, с. 193]; *Учинили широкую мову, жесмо сутъ позваные... о то, яко быхмо мы мѣли быти людьми свѣцкими и обнажоньми з добрь и достоенствъ духовных, а упорне мѣли их держати ку шкодѣ и кривдѣ всѣхъ ихъ* [СЛУМ, Т. 8, с. 231]; *Уста и(х) высокии слова розширяють, А языки долѣ якъ змѣи ползають* [СЛУМ, Т. 6, с. 48]; *Жалемъ такового заслѣвльня нѣкоторыхъ будучи порушоний, не сегаючи глубокихъ речей, бо бы немалые книги о томъ быти мусѣли, гдѣбыхъ все по достатку мѣль выписовати* [СЛУМ, Т. 10, с. 205]; *Но нѣ ѿ то(м) дово(д) широкій чинити мѣста не ма(ю) абовѣ(м) ѿ очищеніи цркве нашеі православно(и) сѧ рѣ(ч) зачала и далее точити бутдет* [СЛУМ, Т. 11, с. 45]; *Але тоє такъ, и до толѧ, бо короткаѧ мова всюди потребна и пригожа есть* [СЛУМ, Т. 15, с. 35]; *Азажь с ты(х) всѣ(х) рѣчій не свѣтатсѧ бо(з)скли променѣ: Барзо коро(т)кыми словы тоє рожество ѿбоє псалмиста вырази(л)* [СЛУМ, Т. 15, с. 35]; *Теперіишны(х) часо(в) люде звикли короткими аргументы посполите бавитисѧ; а на(д)то в дыспоутация(х)... кохане свое покладати* [СЛУМ, Т. 15, с. 62]). Особливість зафіксованих стереотипів полягає в тому, що вони демонструють корелят якісного значення разом із кількісним через систему мовних засобів. При цьому семантична конкретизація та диференціація таких стереотипів відбуваються тільки за функціонування їх у мові, що зафіксовано в межах певних контекстів.

У результаті дослідження встановлено: етнокультурні стереотипи, що базуються на параметричних перцептивних реакціях, є давніми утвореннями, пов'язаними зі світом людини. Серед найбільш частих тем їх побутування є: зовнішній портрет, ментальна зона, внутрішній світ, соціальний портрет, релігійна зона, поведінкова сфера. Параметричні компоненти в структурі стереотипів відповідних тематичних груп мають відмітні особливості: формують ядерну й периферійну значеннєву зони етнокультурних стереотипів; у переважній більшості втрачають зв'язок із вихідною параметричною ознакою; аксіологічно засновані. Звісно, проведений фрагментарний аналіз не дозволяє зробити якихось серйозних висновків, оскільки етнокультурні стереотипи сенсорного сприйняття потребують більш глибокого вивчення, що буде зроблено автором у подальшому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Большой энциклопедический словарь: [А – Я] / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Большая Российская энциклопедия ; СПб. : Норинт, 1997. – 1408 с.
2. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений : [монография] / Е. С. Кубрякова ; отв. редактор Е. А. Земская ; В. Ф. Новодранова (предисл.). – 2-е изд., доп. – М. : URSS, ЛКИ, 2008. – 199 с.

3. Рузин И. Г. Когнитивные стратегии наименования: модусы перцепции (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус) и их выражение в языке / И. Г. Рузин // Вопросы языкознания. – 1994. – № 6. – С. 79–100.
4. СЛУМ – Словник української мови XVI – першої половини XVII ст. – Вип. 1–15. – Львів, 1994–2010.
5. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 1985. – 171 с.

Т. Ф. Семашко,

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина

ОБЪЕКТИВАЦИИ ЭТНОСТЕРЕОТИПОВ ЗРИТЕЛЬНЫХ СЕНСОРНЫХ ОЩУЩЕНИЙ В СТАРОУКРАИНСКОМ ЛИТЕРАТУРНОМ ЯЗЫКЕ

Современные филологические исследования признают сенсорно-перцептивный анализ первым уровнем категоризации действительности, актом, который задает первичные параметры восприятия и осмысления мира, и осуществляется на основании специфики действия пяти перцептивных модусов (зрительного, тактильного, слухового, обонятельного, вкусового). Подмодусом зрительного восприятия есть размер – один из основных источников информации для человека. В языке размер выступает как онтологическая категория, на основе которой возможно построение целостной картины мира, что нашло свое воплощение в этнокультурных стереотипах чувственного восприятия, которые являются конденсатом социально-группового опыта и прочно связаны в украинской культурной традиции с определенными явлениями окружающей действительности. Важным в этом смысле представляется анализ динамики становления и развития стереотипов сенсорного восприятия, который можно осуществить только при условии привлечения к анализу лексикографических источников, поскольку словари являются не только средством фиксации семантической организации лексикона, но и мыслительных процессов в целом, что делает возможным выявление национальноязыковой специфики категоризации мира через изучение прецедентных единиц языковой системы, к которым относятся этнокультурные стереотипы. Свою задачу видим в том, чтобы выделить, описать и проанализировать этнокультурные перцептивные стереотипы. Такой анализ предполагает изучение взаимосвязанного влияния между культурными стереотипами, идентичностью, дифференциацией и системой ментальных образов, что будет способствовать выделению черт этнокультурной специфики, вычленению и структурированию групп культурных стереотипов как механизмов, поддерживающих и генерирующих характерные черты этноса, системы групповых этнокультурных норм и ценностей.

Ключевые слова: *чувственное восприятие; зрительный модус перцепции; этнокультурные стереотипы; идентичность; этнокультурные ценности; национальноязыковая специфика.*

T. F. Semashko,

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

OBJECTIVATIONS OF ETHICAL STEREOTYPES OF VISUAL SENSOR SENSES IN OLD UKRAINIAN LITERARY LANGUAGE

Modern linguistic studies acknowledge sensor-perceptive analysis as first level of categorization of reality, the act, which sets primary parameters of perception and ocprehension of the world, which is carried out based on the specificity of the action of five perceptive modi (visual, tactile, auditory, olfactory and gustatory). The size – one of the sources of information for the man – is submodus of visual perception. In the language the size acts as ontological category, based on which the building of integral picture of the world is possible. This found its embodiment in ethno-cultural stereotypes of sensual perception, which until now were studied only casually. The said produces the scope of the study: actualizing the necessity of the examination of ethno-cultural stereotypes of sensual perception, in particular, with parametric component in Ukrainian language. The achievement of the scope provides for the solution of the following tasks: to detect the composition of ethno-cultural parametric stereotypes of certain historical age; to perform the description of their formal and contents peculiarities. For the fulfillment of the tasks set the materials of the «Vocabulary of Ukrainian language of 16th – first half of 17th century» were used, which is important in the aspect of diachrony of perceptive stereotypes, as well as will allow characterizing the place and role of ethno-cultural stereotypes in the system of Ukrainian language. As a result of the study it was established: ethno-cultural stereotypes based on parametric perceptive reactions are old formations, which are connected with the human world. Among the most frequent themes of their existence are: external portrait, mental zone, internal world, social portrait, behavioural sphere, religious zone. Parametric components in the structure of stereotypes of corresponding thematic groups have distinguishing peculiarities: they form nuclear and peripheral semantic zones; in prevailing majority they lost the connection with outgoing parametric feature; axiologically based.

Keywords: *sensual perception; visual perception modus; ethno-cultural stereotypes; identity; ethno-cultural values; national linguistic specificity.*