

сродкамі мовы, што ажыўляе яе і робіць выказванне больш яркім, экспрэсіўна насычаным, пераканальным, узмацняе вобразнасць казак, садзейнічае раскрыццю ідэі твораў.

Літаратура

1. Дубоўка, У. Залатыя зярняты : казкі / У. Дубоўка. – Мінск : Мастац. літ., 1975. – 351 с.
2. Орлецкая, Л. В. Фразеологизмы как средство создания юмористического эффекта в тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л. В. Орлецкая. – М., 1994. – 18 с.
3. Лепешаў, І. Я. Праблемы фразеалагічнай стылістыкі і фразеалагічнай нормы / І. Я. Лепешаў. – Мінск : Навука і тэхніка, 1984. – 264 с.

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ ЯК ДРУГАСНЫЯ НАЙМЕННІ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ З КАМПАНЕНТАМ КОЛЕРУ, УЗНІКШЫЯ НА АСНОВЕ СВАБОДНЫХ СЛОВАЗЛУЧЭННЯЎ У ПРАЦЭСЕ ВІЗУАЛІЗАЦЫІ

Т. В. Трубка

Гомельскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Ф.Скарыны, Беларусь

Навуковы кіраўнік В. А. Ляшчынская, д-р філал. навук, праф.

У беларускай літаратурнай мове налічваецца значная колькасць фразеалагічных адзінак з кампанентам-лексмай, што суадносіцца з найменнем колеру ў яе свабодным выкарыстанні. Але, як вядома, словы, што ўваходзяць у склад фразеалагізмаў, трацяць свае значэнне. Гэта абумоўлена адметнасцю фразеалагізмаў як адзінак, што характарызуюцца цэласным значэннем. Напрыклад, прыметнік *зялены* абазначае ‘адзін з колераў сонечнага спектра, сярэдні паміж жоўтым і блакітным’ [1, с. 522], але ў складзе фразеалагізма *зяленая вуліца* ‘свабодны шлях, без перашкод і затрымак’ значэнне прыметніка страчана, хаця і няпоўнасьцю. Асабліва гэта датычыць успрымання фразеалагізма гарадскім жыхаром, у якога са свабоднай дарогай асацыіруецца зялены колер светлафора. Фразеалагізмы, як правіла, абавязаны працэсу метафарызацыі, калі спалучэнні слоў у прамым значэнні выяўляюць сваім вобразам, унутранай формай сувязь паводле падабенства з другой рэаліяй. У выніку метафарычнага пераносу не толькі адбываецца найменне новага, але і яго ацэнка, характарыстыка.

Аб’ектам нашага вывучэння сталі фразеалагізмы з кампанентам-колеранайменнем, а галоўная мэта іх даследавання – выяўленне ўнутранай формы, ведаў аб колеры, яго ролі ў жыцці чалавека.

Як вядома, у кожнага народа існуе свая сістэма колераў, сімволіка якіх мянялася на працягу стагоддзяў, але, нягледзячы на гэта, кожны мае сваю семантыку, сваю ўласную сімволіку, што і адлюстроўваецца ў фразеалагізмах беларускай мовы. Вось толькі разгледзім некаторыя з іх, дзе задзейнічаны найменні колеру.

Фразеалагізм *зяленая вуліца* ў значэнні ‘строй салдат са шпіцрутэнамі’ ўзнікла ў выніку знешняга падабенства, бо «праход паміж дзвюма шарэнгамі ўяўляўся як «вуліца», а зяленай яна называлася таму, што ў руках салдат былі звычайна зяленыя, з лазняку, пруть» [2, с. 62]. Гэты выраз зараз ужываецца як гістарызм, а *зялены* асацыіруецца з пакараннем.

Аснову фразеалагізма *белая варона* ‘чалавек рэзка непадобны да іншых людзей сваімі паводзінамі ці знешнім выглядам’ складае біялагічны факт: прырода дапускае памылкі, якія сучасная навука трактуе як генетычныя збоі ў кодзе, таму і сустракаюцца індывіды, афарбоўка якіх з’яўляецца рэдкасцю для віда. Такім чынам белы колер набывае значэнне адметнага, непадобнага.

Фразеалагізм *белая пляма* паходзіць са свабоднага словазлучэння, якое звязана са складаннем геаграфічных карт. І. Я. Лепешаў піша: «Калі той ці іншы раён або край яшчэ не быў даследаваны, то на картах, на фоне рознакаляровага адлюстравання зямной паверхні, ён выглядаў белай плямай» [2, с. 23]. Таму значэнне фразеалагізма ‘нявырашанае пытанне, нераспрацаваная праблема’ непасрэдна залежыць ад этымалогіі, а белы колер атаясамліваецца з пустатой, свабодным месцам.

Як адзначае Н. Б. Бахіліна, «значэнне слова белы як колераймення супадае з часавым, пра гэта сведчаць параўнанні: белы як снег, як малако» [3, с. 24]. Сярод фразеалагізмаў беларускай літаратурнай мовы гэты аспект колеру адлюстраваны ў дзвюх фразеалагічных адзінках: *белыя мухі* ‘снег’ і *да белых мух* ‘да першага снегу’, дзе выяўляецца знешняе падабенства сняжынак і мух, іх перамяшчэння ў прасторы, а адзначаны белы колер сняжынак як указанне на часавую характарыстыку іх з’яўлення.

Фразеалагізм *чорнае золата* са значэннем ‘нафта’ ўзнік у выніку спалучэння двух слоў, першае з якіх называе знешні выгляд, колер нафты, а кампанент *золата* з’явіўся дзякуючы каштоўнасці нафты, прыроўненай да золата. Спачатку гэты выраз характарызаваўся як вобразная перыфраза, а з часам стаў фразеалагізмам.

У фразеалагізме сучаснай беларускай мовы *чырвоны певень* ‘пажар’ і *пускаць (падпускаць) чырвонага пеўня (певуна)* ‘зламысна падпальваць што-небудзь’ *чырвоны* атаясамліваецца з агнем, з пажарам, з няшчасцем, на што ўказвае знешняе падабенства па колеры і этымалогія: узнікненне фразеалагізма звязваецца з тым, «што ў славян сімвалам бога агню быў певень. Быў і звычай ахвяравання пеўня, каб залагодзіць, зрабіць літасцівым бога агню» [2, с. 320].

У фразеалагізме сучаснай беларускай мовы *гарэць сінім полымем (агнем)* ‘знаходзіцца пад пагрозай невыканання, зрыву’ ці ў значэнні ‘псавацца, станавіцца непрыгодным’, дзе сіні колер атаясамліваецца з агнем, з няшчасцем, з таямнічасцю, на што зноў скіроўвае этымалогія. Узнікненне фразеалагізма звязваецца з фізічнымі якасцямі метану, які ў прыродзе ўтвараецца пры гніенні арганічных рэшткаў без доступу кіслароду. Удзень разгледзець падпалены метан практычна немагчыма, а вось уначы балотныя і магільныя агеньчыкі добра прыкметныя. Павер’е звязвае з’яўленне сініх агеньчыкаў з пакутамі непрыкаяных душ: грэшнікаў, якія памерлі без пакаяння, самагубцаў і проста людзей, што патанулі ў багне [4].

Фразеалагізм *блакітныя берэты* ‘дэсантнікі, воіны мабільных сіл у савецкім і ў сучасным беларускім войску’ і фразеалагізм *зяленыя берэты* ‘дэсантнікі, воіны мабільных сіл у войску ЗША’ ўзніклі ў выніку спалучэння двух слоў, якія ў працэсе метанімізацыі як асобная частка формы войску – берэты – паслужыла назвай для ўсіх воінаў-дэсантнікаў.

Трэба адзначыць, што фармальнае строю прадстаўленых фразеалагізмаў уяўляе сабой арганізаваны паводле пэўнай мадэлі словазлучэнні, сказы, якія свабодна існуюць у мове. Але варта адзначыць той факт, што свабодныя словазлучэнні набылі новыя значэнні, новую экспрэсіўна-эмацыянальную афарбоўку дзякуючы наяўнасці ў іх складзе менавіта кампанента-колеру. У працэсе выкарыстання фразеалагізмаў з кампанентам-колерам у свядомасці гаворачых узнікаюць пэўныя вобразы, якія абумоўлены дадатковай інфармацыяй, выяўленнем характэрнай для беларусаў сімвалікі асобных колераў. Такім чынам, кампаненты-колеры, якія актыўна задзейнічаны ў фразеалагічных адзінках беларускай мовы, спрыяюць пераходу свабодных словазлучэнняў у фразеалагізмы на падставе візуальнага, знешняга падабенства.

Літаратура

1. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы / пад рэд. А. Я. Баханькова. – Мінск : Гал. рэд. Беларус. Сав. Энцыкл., 1978. – Т. 2. – 768 с.
2. Лепешаў, І. Я. Этымалагічны слоўнік фразеалагізмаў / І. Я. Лепешаў. – Мінск : БелЭн., 2004. – 448 с.
3. Бахилина, Н. Б. История цветообозначений в русском языке / Н. Б. Бахилина. – М. : Наука. – 1975. – 268 с.
4. Режим доступа: <http://www.telemiks.tv/utro/news/12481>.

**БЕЛОРУССКАЯ МОДА КАК УНИВЕРСАЛИЯ
СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ****Т. В. Мамонтова***Гомельский государственный технический университет
имени П.О.Сухого, Беларусь*

Научный руководитель В. Н. Яхно, канд. филос. наук, доц.

Понятие «мода» используется в самых разных смыслах и с разной оценкой. Модой в самом широком смысле слова называют существование в определенный период и общепризнанное на данном этапе отношение к внешним формам культуры: к стилю жизни, обычаям сервировки и поведения за столом, автомобилям, одежде. [1, с. 11]. Однако, при употреблении слова «мода» чаще всего имеют в виду конкретные вещи, формы одежды, которые в какой-то момент являются «модными». Историческое развитие одежды человека также неразрывно связано с модой и между ними поэтому обычно ставится знак равенства.

Есть люди, которые слово «мода» произносят с пренебрежительным оттенком. При поверхностном рассмотрении кажется, что мода – это нечто легкомысленное и сумасбродное. В действительности же словом «мода» обозначается сложнейшее явление социокультурной жизни. Она выражает весь стиль жизни общества, каждый человек в отдельности вынужден покоряться ей добровольно и с восторгом или пассивно и бездумно: она держит на поводе и тех и других. Мода является иллюстрацией, отражением нашей жизни.

Феномен моды, или, как его еще называют, фэшн-феномен, сравнительно недавно получил статус явления культуры. Данный феномен заключается в подражании одних людей и социальных групп другим, но не любым другим, а авторитетным, лучшим, значимым. Копирование внешних форм поведения этих «лучших», попытка приближаться к ним, сравняться с ними – значит идентифицировать себя со значимыми другими.

Если опираться на Канта, то следует, что мода не имеет внутренней цели, является феноменом социальным и может быть определена как присоединение к равным. Таким образом, одним из главных механизмов моды является подражание. Мода «просачивается» сверху вниз, она возникает как игра, как нечто новое в высших классах, которые располагают досугом для этого. А «в низших сословиях с этими модами возятся еще долго после того, как они уже оставлены в высших» [2, с. 490].

Первоначально мода играла в культуре роль «недостижимой высоты», она была уделом немногих, затем она прочно укоренилась в культуре повседневности. Мода имеет тенденцию распространяться, проникая сквозь сословные перегородки, поскольку основными характеристиками моды являются новизна (выражение человеческой тяги к переменам), свобода, а также универсальность. Таким образом, постепенно стирается конкретный образ «лидера», от которого пошла новая тенденция