

МЕТАФОРИЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КОНЦЕПТУ LIFE В АНГЛОМОВНІЙ АФОРИСТИЦІ

Грущак О.М.

Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка

Стаття присвячена дослідженню англomовних цитат, афоризмів та афористичних висловлювань як доміантних засобів вербалізації феномену «життя» в англomовній картині світу. У статті аналізуються моделі утворення метафор на позначення концепту LIFE, зокрема, вивчаються антропоморфні, натуроморфні моделі та модель «життя – матеріальний об'єкт/предмет». Автор відзначає різний ступінь поширення цих моделей. Особлива увага приділяється вивченню специфіки метафоричної репрезентації концепту LIFE в англomовній афористиці.

Ключові слова: концепт, афоризм, цитата, метафора, концептуальна метафора, метафорична модель.

Постановка проблеми. Сучасне розуміння ролі метафори у процесі номінації полягає в тому, що вона є когнітивним механізмом, за допомогою якого абстрактні поняття осмислюються в більш конкретних термінах. Метафора є одним із фундаментальних прийомів пізнання й концептуалізації дійсності. Зокрема, за її допомогою людина намагається досягнути такого концепту, як «життя». Метафори, які використовуються в різних мовах для позначення даного концепту, свідчать про особливості його сприйняття носіями цих мов. Вивчення таких метафор сприяє розумінню ментальної специфіки її творців, їх ставлення до найвищої цінності, яка є у людини, – життя, що для сучасного глобалізованого світу є актуальним. Саме тому дослідження утворення метафор як засобів вербалізації концепту «життя» має особливе значення не лише для лінгвістики, а й культурології, когнітивної психології та інших наук.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Об'єктом лінгвістичних досліджень неодноразово ставала концептуальна метафора. Так, Н. В. Кабанцева на матеріалі англійської та української мов вивчала семантичні особливості метафори у публіцистиці [5], а О. Д. Македонова займалася виявленням механізмів утворення метафоричних моделей у рекламному дискурсі США та аналізом метафоричних схем, репрезентованих лексико-фразеологічними засобами у рекламних текстах [6]. Концепт «життя» також був предметом вивчення. Зокрема, О. О. Близнюк досліджувала лінгвокультурологічний аспект концептів «життя» і «смерть» на матеріалі паремійного фонду української та італійської мов [1], Н. Новікова вивчала мовне втілення концептуальної діади «життя – смерть» у російській фразеології, пареміології та афористиці [7], Є. О. Демідкіна зосередила свою увагу на фразеологізмах, пареміях та афоризмах як засобах об'єктивізації концепту «Leben» у німецькій мовній картині світу, досліджувала етнокультурну специфіку експлікації метафоричних образів життя на рівні німецьких *vita*-фразеологізмів, *vita*-паремій та *vita*-афоризмів [3, 4]. Проте праць, присвячених вивченню метафоричних моделей з концептом «життя» в афористиці на матеріалі англійської мови, нами не було виявлено, що й зумовило вибір теми даного дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численність

праць, присвячених вивченню метафор зі значенням «життя» в різних мовах, в науковій літературі немає ґрунтовних праць, у яких вивчались би метафоричні моделі з концептом «життя» на матеріалі англomовних афоризмів, афористичних висловлювань, цитат.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розглянути концептуальну метафору як засіб вербалізації концепту LIFE в англomовній афористиці. Дана мета конкретизується у таких завданнях: виявити та описати типологію концептуальних метафор «життя», побудувати когнітивну афористичну модель концепту LIFE; на основі лінгвокогнітивного аналізу афоризмів як доміантних засобів вербалізації феномену «життя» в англійській мовній картині світу виділити з різним ступенем вживання афористичні когнітивні метафори зі значенням «життя» і визначити на їх основі концептуальні складові досліджуваного феномену.

Виклад основного матеріалу. Матеріалом даної розвідки слугували цитати, афоризми та афористичні висловлювання представників інтелектуальної та культурної еліт, письменників, політичних та громадських діячів із лексемами «life», «live», аналіз яких, у свою чергу, дав можливість виявити та описати метафоричні моделі життя, притаманні англійській та американській лінгвокультурам. Звернення до афоризмів як до матеріалу дослідження не є безпідставним, адже в них у концентрованому вигляді відображено уявлення про життя загалом і місце людини у життєвому просторі.

Концепт «життя» в англomовній афористиці репрезентований антропоморфними, артефактними, фізичними, абстрактно-філософськими, емоційно-психологічними, соціальними, натуроморфними та медичними когнітивними метафоричними моделями, серед яких доміантною є абстрактно-філософська, що обумовлена, зокрема, абстрактно-філософською природою самого явища «життя». Зазначимо, що у даній розвідці головну увагу буде приділено аналізу таких основних моделей англomовної метафори «життя», як антропоморфної, натуроморфної та моделі «життя – матеріальний об'єкт/предмет». З метою створення більш повного уявлення про специфіку вищезгаданих моделей будуть продемонстровані типові ситуації з різним ступенем поширення. Дослідження доміантної

(абстрактно-філософської) моделі «життя» здійснюється нами лише поверхнево, цей різновид моделі варто піддати ґрунтовному висвітленню в окремій роботі.

Антропоморфна метафорична модель належить до найбільш давніх моделей аналогічного уподібнення. Вона є результатом проєціювання людиною самої себе, власних проявлень, властивостей на навколишній світ. Метафора такого типу утворюється за рахунок порівняння предметів і явищ навколишньої дійсності з людською подобою, її якостями, діями, психологічними станами.

Вербалізована концептуальна метафора «життя – людина» є репрезентована у запропонованих нижче афоризмах, у яких іменник *life* (*життя*) корелює з предикатами фізичної дії, що можуть мати як цілеспрямований, так і нецілеспрямований характер. При характеристиці концепту «життя» метафоричного значення набувають лексеми: **to look** (*дивитися*), **to frown (at)** (*насуплюватися*), **to return** (*повертати*), **to knock** (*вдаряти*), **to give** (*давати*), тобто дієслова, що позначають цілеспрямовану дію, виконувану суб'єктом у просторі, а волонтактивне дієслово **to want** (*хотіти*) передає дію нецілеспрямованого характеру.

Life is not separate from death. It only looks that way.

Life is a mirror, if you frown at it, it **frowns back**; if you smile, it **returns** the greeting.

Sometimes life knocks you on your ass... get up, get up, get up!!! Happiness is not the absence of problems, it's the ability to deal with them.

I believe when life gives you lemons, you should make lemonade...and try to find someone whose life has given them vodka, and have a party.

Life's under no obligation to give us what we expect.

There are two basic motivating forces: fear and love. ... When we are in love, we open to all that life has to offer with passion, excitement, and acceptance.

«Oh, Life, I am yours. Whatever it is you want of me, I am ready to give.

Афоризм «*Life's a bitch, and life's got lots of sisters*» є зразком антропоморфної метафори спорідненості. Даний приклад, окрім дієслівної конструкції **to have got** у реченні вжитої у формі 3-ої особи однини (*'s got*) містить лексему *sister* (*сестра*), що входить у лексико-семантичну антропоморфну групу «сім'я».

Зауважимо, що приклади персоніфікації переважно мають нейтральну оцінку дій, проте у поданих нижче афористичних висловлюваннях, які репрезентують метафору «життя – агресор», простежується й негативна конотація, оскільки для позначення дій людського індивіда використовуються лексеми **to kill**, **to break**, що мають значення «вбивати», «ламати». Семантика цих дієслів передбачає використання сили руйнівного характеру.

Life is hard. After all, it kills you.

Attack life, it's going to kill you anyway.

Life will break you. Nobody can protect you from that, and living alone won't either, for solitude will also break you with its yearning. You have to love. You have to feel. It is the reason you are here on earth.

У розглянутих вище прикладах мала місце персоніфікація феномену «життя», воно сприймалося там саме як суб'єкт, здатний до цілеспрямованої діяльності, пізнання навколишнього світу, об'єктивної дійсності. А тепер наведемо афористичні висловлювання, у яких життя корелюється вже з особою, на яку спрямована певна діяльність, увага тощо.

Keep love in your heart. A life without it is like a sunless garden when the flowers are dead. The consciousness of loving and being loved brings a warmth and a richness to life that nothing else can bring.

There are two basic motivating forces: fear and love. When we are afraid, we pull back from life.... Evolution and all hopes for a better world rest in the fearlessness and open-hearted vision of people who embrace life.

We can never judge the lives of others, because each person knows only their own pain and renunciation. It's one thing to feel that you are on the right path, but it's another to think that yours is the only path.

You cannot find peace by avoiding life.

Сприйняття «життя» як особи у предметній метафорі передається предикативами, вираженими дієсловами **to embrace** (*обіймати*), **to judge** (*судити*), **to avoid** (*уникати*), фразовими дієсловами, напр.: **to pull back** (*відступати*), дія яких спрямована на об'єкт, репрезентантом якого на мовному рівні виступає іменник *life* (*життя*) у формі однини або, у поодиноких випадках, у формі множини *lives*.

Подане нижче висловлювання також є прикладом осмислення «життя» як істоти, на що вказують предикати, репрезентовані дієсловом **to love** «любити» і дієслівною конструкцією **to be in love with** «бути закоханим у» та лексема *life* (*життя*), яка виконує семантичну роль об'єкта пропозиції.

To be creative means to be in love with life. You can be creative only if you live enough that you want to enhance its beauty, you want to bring a little more music to it, a little more poetry to it, a little more dance to it.

При проведенні даного дослідження нами було виявлено велику кількість афоризмів, у яких представлена власне антропоморфна мета-модель, що свідчить про надзвичайну антропоцентричність метафоричної картини світу, створеної людиною.

Модель «життя – матеріальний об'єкт/предмет». Предметна концептуалізація феномену «життя» в англомовних афористичних висловлюваннях і цитатах базується на уподібненні життя до явищ предметного, речового світу, а також до матеріальних результатів діяльності людини (артефактів).

«Життя» в англомовних афоризмах сприймається не лише як об'єкт-особа, на яку спрямовано певну діяльність, увагу та ін., що вже було продемонстровано вище, а й як об'єкт-предмет, що репрезентовано у таких висловлюваннях.

Life has no remote...get up and change it yourself!

Life is a blank canvas, and you need to throw all the paint on it you can.

Life is too important to be taken seriously.

Life is 10 percent what you make it and 90 percent how you take it.

That's the thing about life. A lot of the time, it isn't easy at all. We just have to try to make the best of it.

Never mistake knowledge for wisdom. One helps you make a living; the other helps you make a life.

За цією ж моделлю утворені поширені в англомовній афористиці метафори, у яких абстрактним поняттям надаються властивості конкретних предметів, матеріалів і речовин. Як от у наведених нижче афоризмах абстрактне поняття **life** набуває ознаку, виражену квалітативом **hard**, що, по суті, є властивістю матеріалів/предметів.

No matter how hard life is, don't lose hope.

This life's hard, but it's harder if you're stupid.

Sometimes life is too hard to be alone, and sometimes life is too good to be alone.

Натуроморфна метамодель представлена фітоморфною та зооморфною моделями. При проведенні аналізу фактичного матеріалу були виявлені лише поодинокі випадки вживання зооморфної метафори, а це свідчить про те, що для англомовної афористики вживання такого роду метафор не характерне. Що ж стосується світу рослин, зазначимо, що з усього розмаїття флори джерелами метафоричної концептуалізації феномену «життя» виступають як узагальнена номінація рослин (**the flower**), так й конкретні їхні різновиди, а саме **an onion**, **a grapefruit**. Використання концепту «цибуля» при осмислюванні життя ґрунтується на здатності рослини через подразнення слизових оболонок інколи викликати сльози. Зіставлення життя з «грейпфрутом» базується на ознаках цього фрукту (*orangey-yellow; dimpled on the outside; wet and squidgy in the middle*), чи особливостях його будови (*It's got pips inside*).

Life is the flower for which love is the honey.

Life is like an onion: you peel it off one layer at a time, and sometimes you weep.

Life... is like a grapefruit. Well, it's sort of orangey-yellow and dimpled on the outside, wet and squidgy in the middle. It's got pips inside, too. Oh, and some people have half a one for breakfast.

До фітоморфних можемо віднести й метафору, у якій життя без кохання/любові зіставляється із окультуреним місцем зростання рослин – із садом без сонця, що об'єктивається ад'єктивальним словосполученням **a sunless garden**.

Keep love in your heart. A life without it is like a sunless garden when the flowers are dead. The consciousness of loving and being loved brings a warmth and a richness to life that nothing else can bring.

Висновки та перспективи подальших досліджень. При дослідженні метафоричної репрезентації концепту **LIFE** в англійській мові засобами афоризмів, було виділено такі понятійні сфери-джерела метафоричної експансії, як людина, предмети/речі, природа. У даній роботі виділено основні моделі англомовної метафори «життя» з різним ступенем поширення. Ці моделі, зрозуміло, не охоплюють усього реального спектру джерел метафоричної експансії, проте дають відносно повне уявлення про специфіку їх формування і вживання. При розгляді антропоморфної метафори було з'ясовано, що найбільш поширеними є метафори, у яких ключові слова позначають назви активних дій людини. В метафорах, утворених за моделлю «життя – матеріальний об'єкт/предмет», феномен «життя» сприймається як предмет, на який спрямовано певну діяльність, увагу. При утворенні натуроморфної метафори перевага надається використанню фітоморфних образів, зооморфні образи як основа її виникнення використовуються рідко.

Дослідження концепту **LIFE** надалі залишається перспективним. На нашу думку, доцільним є виявлення афористичних універсалій для багатьох мов та етнокультурної специфіки когнітивно-вербальної репрезентації досліджуваного концепту в різних мовних картинах світу. Особливий інтерес становить дослідження концепту **LIFE** у зіставному аспекті, зокрема, у порівнянні англомовних афоризмів з українськими як вербальними засобами об'єктивації концепту **LIFE** / **ЖИТТЯ**, що дасть можливість розширити знання про даний концепт в українській та англомовній концептосферах.

Список літератури:

1. Близнюк О. О. Концепти «життя» і «смерть»: лінгвокультурологічний аспект (на матеріалі паремійного фонду української та італійської мов): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. 10.02.11 «порівняльно-історичне і типологічне мовознавство» / О. О. Близнюк. – Київ, 2008. – 20 с.
2. Бобро М. П. Концепти «жити», «життя» як об'єкт сучасних лінгвістичних досліджень / Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія Філологія. № 1048. Вип. 67. 2013. – С. 54-58.
3. Демидкина Е. А. Фразеологизмы, паремии и афоризмы как средство объективации концепта «Leben» в немецкой языковой картине мира: дис., канд. филол. наук: 10.02.04 / Е. А. Демидкина. – Саратов, 2007. – 264 с.
4. Демидкина Е. А. Этнокультурная специфика метаморфической репрезентации феномена «Leben» на уровне немецких vita-фразеологизмов, vita-паремий и vita-афоризмов / Е. А. Демидкина // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. – 2007. – Т. 13, № 1. – С. 129-133.
5. Кабанцева Н. В. Семантична класифікація метафори в публіцистиці на матеріалі англійської та української мов / Н. В. Кабанцева // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – 2014. – Вип. 10(2). – С. 92-94.
6. Македонова О. Д. Концептуальна метафора у сучасному рекламному дискурсі США / О. Д. Македонова // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. – 2015. – Вип. 58. – С. 107-109.
7. Новикова Н. А. Концептуальна диада «життя–смерть» и ее языковое воплощение в русской фразеологии, паремии и афористике: дис., канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. А. Новикова. – Череповец, 2003. – 190 с.
8. Тарасенко В. В. Концепты «жизнь» и «смерть» в системе языка и сознании разноязычных носителей: на материале фразеологизмов: дис., канд. филол. наук: 10.02.19 / В. В. Тарасенко. – Комсомольск-на-Амуре, 2008. – 244 с.

9. Фомина З. Е., Демидкина Е. А. Абстрактно-философские метафоры «жизни» в парадигме немецких и иноязычных афоризмов / З. Е. Фомина, Е. А. Демидкина // Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. – 2008. – № 1. – С. 11–21.
10. Aphorisms, Thoughts, Sayings [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aphorism4all.com/>
11. John Gross. The Oxford Book of Aphorisms. / Oxford University Press. – Oxford, 2003. – 394 p.
12. Popular Quotes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.goodreads.com/quotes>
13. The Oxford Dictionary of Phrase, Saying and Quotation. / Oxford University Press. – Oxford, 1997. – 720 p.

Грущак Е.Н.

Дрогобычский государственный педагогический университет
имени Ивана Франко

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КОНЦЕПТА LIFE В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ АФОРИСТИКЕ

Аннотация

Статья посвящена исследованию англоязычных цитат, афоризмов и афористических высказываний как доминантных средств вербализации феномена «жизни» в англоязычной картине мира. В статье анализируются модели образования метафор для обозначения концепта LIFE, в частности, изучаются антропоморфные, натуроморфные модели и модель «жизнь – материальный объект/предмет». Автор отмечает различную степень распространения этих моделей. Особое внимание уделяется изучению специфики метафорической репрезентации концепта LIFE в англоязычной афористике.

Ключевые слова: концепт, афоризм, цитата, метафора, концептуальная метафора, метафорическая модель.

Grushchak O.M.

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

METAPHORICAL REPRESENTATION OF «LIFE» CONCEPT IN ENGLISH LANGUAGE APHORISMS AND QUOTES

Summary

The article investigates English quotations and aphorisms as the dominant means of «life» phenomenon verbalization in the English language world picture. This article analyzes the models of metaphors formation in the frames of LIFE concept, in particular, anthropomorphic, naturemorphic models and the model of «life – material object/subject» have been studied. The author notes a diverse degree of the prevalence of these models. Special attention has been paid to the specific metaphorical representation of LIFE concept in English quotations and aphorisms.

Keywords: concept, aphorism, quote, metaphor, conceptual metaphor, metaphorical model.