

УДК 811.111'373.7

**КОГНИТИВНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ,  
ВЫРАЖАЮЩИХ ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА****В. С. КИРИЛЛОВА***(Представлено: канд. пед. наук, доц. М. М. СИРОТКИНА)*

*В статье проводится когнитивно-семантический анализ английских фразеологизмов, выражающих эмоциональные состояния человека. На материале 86 единиц, отобранных из словаря А.В. Кунина, выявляются основные тематические группы фразеологизмов: соматизмы, наименования объектов окружающей среды, религиозные компоненты и прямые наименования эмоций. Исследование демонстрирует, как через фразеологические единицы закрепляются культурно-обусловленные модели восприятия и выражения эмоций в английской лингвокультуре.*

Эмоции, являясь неотъемлемым компонентом человеческой психики, играют фундаментальную роль в процессах межличностной коммуникации и социального взаимодействия. Несмотря на свою универсальную природу, способы вербализации эмоциональных состояний демонстрируют значительную межкультурную вариативность, отражая специфику национального мировосприятия. Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения культурно-специфических способов вербализации эмоций через фразеологический фонд языка. Особый интерес представляет анализ того, как доминанта эмоциональной сдержанности в британской культуре находит отражение в структуре и семантике фразеологизмов. Для решения задач, поставленных в этом исследовании использована классификация Экмана, сторонника дискретной модели эмоциональной сферы человека. Его классификация эмоций основана на изучении мимики и утверждает, что базовые эмоции – такие как гнев, радость, печаль, страх, отвращение, удивление и презрение – являются врожденными и универсальными для всех культур [1, с. 250 – 256].

Существуют народы, для которых характерна экспрессивность – они склонны открыто проявлять эмоции, считая их подавление неестественным. К другой категории относятся народы, в чьем характере доминирует самоконтроль, а чрезмерное проявление чувств воспринимается как нечто вульгарное и противоречащее социальным нормам. Британцы, считающие самоконтроль главной добродетелью, относятся именно ко второй категории.

Дж. Горер отмечает, что предметом самой большой гордости англичан является предупредительность и внимание к другим (consideration for others), а вспыльчивость и несдержанность достаточно резко осуждаются в английском обществе [2, с. 84]. В английской культуре умение владеть собой является свидетельством эмоциональной зрелости. В русской культуре, наоборот, свободное проявление эмоций, в особенности положительных, поощряется, а такие черты, как чувствительность и импульсивность имеют позитивную оценку.

Языковые факты подтверждают, что в английской культуре, в которой высоко ценятся эмоциональная сдержанность и самоконтроль, открытое проявление эмоций подвергается общественному осуждению. Прилагательные «emotional» (эмоциональный), «effusive» (экспансивный), «demonstrative» (несдержанный) [3, с. 557 – 677] содержат отрицательные коннотации в английском языке. «Эмоциональность» (emotionalism) означает чрезмерное проявление эмоций, состояние потери контроля над ними [3, с. 691]. А прилагательное «dispassionate» (спокойный, хладнокровный, бесстрастный), наоборот, имеет положительную оценку [3, с. 581].

В процессе вербализации эмоций особая роль принадлежит фразеологическим единицам, которые в языке выполняют двойную функцию: с одной стороны, они фиксируют определенные аспекты действительности, с другой – предлагают их культурно обусловленную интерпретацию. Основная смысловая нагрузка фразеологических единиц реализуется через комплекс эмоционально-оценочных значений и образных ассоциаций, которые формируют особый культурный код. Этот код содержит в себе не только языковые, но и экстралингвистические компоненты – исторические отсылки, фольклорные мотивы, элементы традиционного быта. Таким образом, фразеология представляет собой своеобразный «культурный геном», в котором зашифрованы базовые установки и ментальные особенности языкового сообщества.

Семантика фразеологизмов в значительной степени определяется их эмотивным компонентом, который тесно связан с внутренним значением языковой единицы. Внутренняя форма возникает через образное осмысление действительности и несет в себе мотивационную основу, играя важнейшую роль в формировании эмоциональной окраски. Примечательно, что фразеологическая единица не теряет своей коннотативной составляющей даже при утрате первоначальной мотивации, то есть в случае демотивиро-

ванности значения [4]. Это свидетельствует об удивительной устойчивости эмоционального заряда, заложенного в языковых единицах на протяжении веков.

Материалом для исследования послужили фразеологические единицы английского языка, выражающие эмоциональное состояние человека, отобранные методом сплошной выборки из словаря «Большой англо-русский фразеологический словарь» А.В. Кунина [5]. Выбранный лексикографический источник имеет актуальность для практического изучения фразеологии английского языка. Семантический анализ 86 фразеологизмов показал, что в их состав входят слова из различных тематических групп. В зависимости от принадлежности компонентов к определённым тематическим группам эмотивные фразеологизмы могут быть распределены следующим образом:

*Фразеологизмы с компонентом «соматизм»*, включающие в свой состав названия частей тела и внутренних органов, представляют самую большую группу. Они составляют около 43,9% всех анализируемых фразеологизмов. И это объяснимо, поскольку эмоции в основном выражаются с помощью органов чувств человека (глаза, нос и др.).

Среди фразеологических единиц с компонентом-соматизмом самую многочисленную группу (около 30-40%) образуют сочетания с лексемой «heart» (сердце). Это связано с тем, что сердце является универсальным символом эмоциональных переживаний и душевных состояний в английской лингвокультуре. Поэтому с данным компонентом фразеологизмы могут обозначать различные положительные или отрицательные эмоции, например: радость (do smb.'s heart good, one's heart leaps), волнение (one's heart is in one's mouth, eat one's heart out), страх (have one's heart in one's boots, one's heart sinks).

Яркие эмоциональные состояния (страсть, волнение, страх и др.) выражают фразеологические единицы с лексемой «blood» (кровь). В своей семантике они чаще всего имеют символическое значение «верхняя степень эмоционального состояния»: be in blood, blood runs cold.

Большую часть фразеологизмов, содержащих указание на сопутствующее сопровождение эмоций посредством частей тела, составляют фразеологизмы с наименованиями органов зрения или слуха, например: one's eyes stand out of one's head, eyes on stalks, make someone's ears burn. Это явление имеет глубокие психофизиологические и социально-культурные основания. Прежде всего, глаза и уши являются основными каналами восприятия информации. Такая физиологическая значимость закономерно отражается в языке, где эти органы становятся ключевыми метафорами для описания эмоциональных состояний. Эмоции напрямую связаны с работой органов чувств: расширение или сужение зрачков, слезы, покраснение ушей – все эти физиологические реакции служат внешними маркерами внутренних переживаний.

Когнитивные механизмы человека также способствуют закреплению именно этих соматизмов во фразеологии. В нашем сознании прочно укоренены метафорические связи: «видеть» означает «понимать» (как в выражении «I see what you mean»), а «слышать» ассоциируется с принятием во внимание. Практически во всех языках мира прямой открытый взгляд ассоциируется с честностью и искренностью, тогда как отведенные глаза могут означать стыд или обман.

*Фразеологизмы с компонентом «наименование явлений и объектов окружающей среды»*, обозначающими явления и объекты живой и неживой природы, образуют следующую по величине подгруппу эмотивных фразеологизмов (около 27,3% анализируемых единиц).

Наиболее многочисленную подгруппу составляют зооморфные фразеологизмы, где животные выступают как эталоны эмоциональных состояний. Медведь в выражении «(as) cross as a bear» олицетворяет крайнюю степень раздражения, что связано с традиционным восприятием этого животного как вспыльчивого и опасного. Аналогично, образ кролика «(as) scared as a rabbit» стал символом панического страха, отражая поведенческие особенности этого пугливого животного. Особый интерес представляет фразеологизм «the black dog is on one's back», где черная собака метафорически изображает депрессию – этот образ восходит к представлениям о черных псах как предвестниках несчастья в английском фольклоре. Положительные эмоции передаются через образ радостной собаки «like a dog with two tails», подчеркивая визуальную экспрессию животного восторга.

Стихийные природные явления образуют вторую значительную группу метафор. Воздушная стихия представлена в двух противоположных по значению выражениях: «be up in the air» передает состояние неопределенности и тревоги, тогда как «tread on air» символизирует безмерную радость. Ветер как динамичная природная сила выступает в «put the wind up smb.» как источник страха и беспокойства, в то время как холод в «give smb. the freeze» становится воплощением эмоционального отчуждения и отвержения.

Предметно-орудийные образы демонстрируют, как артефакты становятся мерой эмоциональной интенсивности. Топор в «(as) savage as a meat axe» передает жестокость через ассоциации с рубящим орудием, а перо в «you could have knocked me down with a feather» гиперболизирует степень удивления через контраст хрупкости предмета и силы эмоционального воздействия.

Географический компонент в «a Bronx cheer» уникален тем, что топоним Бронкс стал обозначением специфического способа выражения презрения, что отражает культурно-исторический контекст Нью-Йорка.

Таким образом, когнитивные механизмы образования этих фразеологизмов основываются на трех основных процессах: антропоморфизации природных явлений, анимализации человеческих эмоций и предметной конкретизации абстрактных переживаний.

Фразеологизмы с компонентом «*религиозные наименования*» (около 15%) выделяются в отдельную группу, связанную с религией, областью сверхъестественного. Такие выражения демонстрируют различные степени трансформации исходных религиозных понятий – от сохраняющих сакральный смысл («*Lord have mercy*») до полностью секуляризированных («*by George!*»). Характерной чертой данной группы является использование бинарных оппозиций (Бог/дьявол, святое/греховное, рай/ад), что отражает христианскую картину мира.

Особый интерес представляет эволюция этих выражений: многие из них прошли путь от буквального религиозного значения к метафорическому и экспрессивному употреблению, что особенно заметно на примере «*the seventh heaven*», сохраняющего связь с древними космологическими представлениями, но приобретшего значение крайней степени блаженства в современном языке. Особую семантическую нагрузку несут фразеологизмы с религиозно-мифологическими компонентами. Выражение «*bete noire*» (букв. «чёрный зверь») восходит к средневековым представлениям о демонических существах и выражает крайнюю степень неприязни. Библейские мотивы явно прослеживаются в «*hate as the devil hates holy water*», где противопоставление дьявола и святой воды создает яркий образ непримиримой вражды.

Фразеологизмы с компонентом «*наименование эмоций*» следует выделить в отдельную группу. Они составляют около 13,7% анализируемых фразеологических единиц. Данные устойчивые сочетания содержат лексемы, непосредственно указывающие на конкретные эмоциональные состояния: *all of a dither* передаёт нервное возбуждение через звукоподражательный компонент «*dither*», *hot and bothered* сочетает температурную («*hot*») и поведенческую («*bothered*») характеристики волнения, а *be in an agony of despair* объединяет понятие физической боли («*agony*») с эмоциональным состоянием («*despair*»).

В отличие от образных фразеологизмов с природными или соматическими компонентами, данные выражения характеризуются более прямой номинацией эмоций, сохраняя при этом высокую степень экспрессивности. Важно отметить, что, несмотря на кажущуюся прямолинейность, эти фразеологизмы сохраняют все признаки идиоматичности, а их семантика не сводится к простой сумме значений компонентов.

Также в ходе исследования было проведено распределение английских фразеологизмов по эмоциональным категориям. Результаты отображены в таблице 1.

Таблица 1. – Соотношение английских фразеологизмов, выражающих эмоциональное состояние человека в рамках предпринятого исследования

Эмоция	Количество найденных фразеологизмов данной группы	Процент от общего количества (86 фразеологизмов)
Гнев	18	20,9%
Страх	19	22,1%
Печаль	13	15,1%
Радость	12	14%
Удивление	11	12,8%
Презрение	8	9,3%
Отвращение	5	5,8%

Наибольшее количество фразеологизмов в рассмотренной выборке связано со страхом (22,1%) и гневом (20,9%). Эти эмоции, будучи наиболее значимыми для выживания и социального взаимодействия, получили разнообразное языковое воплощение. Гнев чаще всего ассоциируется с образами диких животных (*as cross as a bear*), оружия (*as savage as a meat axe*) и стихийных явлений (*be up in the air*). Тем самым животные олицетворяют первобытную ярость, оружие – разрушительный потенциал, а природные явления – внезапную интенсивность. Страх, в свою очередь, описывается через физиологические реакции (*shake in one's boots*), образы беззащитных животных (*as scared as a rabbit*) и сверхъестественные явления (*look as if one had seen a ghost*). Такие образы отражают универсальные механизмы восприятия страха: физиологические реакции (дрожь, холодный пот) передают непосредственную телесную реакцию на опасность, а ассоциации с беззащитными животными и потусторонними силами выражают архетипические представления о уязвимости перед неконтролируемыми угрозами.

Печаль занимает третье место по частотности (15,1%) и чаще всего выражается через соматизмы, связанные с тяжестью и подавленностью (*break one's heart*, *hang one's head*), а также через цветовую символику (*be in the blues*, *blue devils*). Это связано с глубокими культурными и психологическими ассоциациями: синий ассоциируется с холодом и упадком сил, что соответствует состоянию грусти, а также исторически закрепилось в таких выражениях как «*the blues*», обозначающих меланхолию.

Радость, несмотря на свою позитивную природу, представлена меньшим количеством фразеологизмов (14%). Она передаётся через образы лёгкости и полёта (*tread on air*, *float on a cloud*), а также через

сравнения с животными (like a dog with two tails). Религиозные и космические метафоры (the seventh heaven) подчёркивают возвышенный характер этой эмоции. В первую очередь, это объясняется историческими и религиозными корнями: концепция семи небес восходит к древним космологическим представлениям, встречающимся в иудаизме, исламе и христианстве, где седьмое небо считалось наивысшей сферой блаженства, местом пребывания Бога и абсолютной гармонии. Таким образом, используя этот образ, язык подчёркивает не просто радость, а состояние наивысшего, почти трансцендентного счастья, выходящего за рамки обыденного опыта.

Удивление (12,8%) и презрение (9,3%) встречаются еще реже. Удивление чаще всего выражается через гиперболы, связанные с физиогномикой (one's eyes stand out of one's head, one's jaw dropped), а также через восклицания (lo and behold!), что отражает мгновенную, почти рефлекторную природу этой эмоции. Презрение, напротив, передаётся через социальные жесты (a dirty look, look down one's nose at smb.), выработанные в процессе межличностного общения и позволяющие выразить пренебрежение без слов, но с четким социальным посылом.

Отвращение оказалось наименее представленной эмоцией (5,8%). Оно описывается через физиологические реакции (a bad taste in one's mouth, make smb.'s gorge rise) и метафоры социального отвержения (give smb. the freeze).

Таким образом, семантический анализ позволил выделить четыре группы устойчивых сочетаний, наиболее многочисленной из которых являются фразеологизмы с компонентом-соматизмом, составляющие около 43,9% всех анализируемых фразеологизмов. Выявлено, что примерами разнообразных эмоциональных состояний человека в данной группе стали фразеологизмы с лексемой «heart», обозначающие как положительные, так и отрицательные эмоции. В отдельную группу включены фразеологизмы с компонентами – наименованиями явлений и объектов окружающей среды (около 27,3% анализируемых единиц), которые демонстрируют, как природные образы и животные становятся метафорами для описания внутренних переживаний человека. Особый интерес представляют фразеологизмы с религиозными компонентами, отражающие влияние культурно-исторического контекста на формирование эмоциональной лексики. Их наличие (около 15%) свидетельствует о глубокой связи языка с традиционными верованиями и морально-этическими представлениями общества. В самостоятельную группу также выделены фразеологизмы с компонентами – наименованиями эмоций. Они составляют около 13,7% анализируемых фразеологических единиц. В их семантику включён смысловой компонент, указывающий на определённое эмоциональное состояние и переживание человека.

Дополняя эти выводы, проведённый частотный анализ эмоциональных категорий выявил закономерное преобладание фразеологизмов, выражающих страх и гнев, что соответствует их значимости в механизмах выживания и социального взаимодействия. При этом печаль и радость образуют следующую по представленности группу, демонстрируя различные культурные способы концептуализации этих состояний – через телесные метафоры и цветовую символику в первом случае, и через образы возвышенности и лёгкости – во втором. В меньшей степени представлены фразеологизмы, выражающие удивление, презрение и отвращение, что, вероятно, связано с их относительно низкой частотностью в повседневной коммуникации и меньшей ролью в формировании устойчивых языковых конструкций.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ekman, P. Facial action coding system: A technique for the measurement of facial movement. – Palo Alto, CA : Consulting Psychologists Press, 1978. – 527 p.
2. Gorer, J. Exploring English Character. / J. Gorer. – New York: Criterion Books, 1955. – 328 p.
3. Collins English Dictionary. – 8th Complete and Unabridged Edition. – New York : HarperCollins, 2006. – 2370 p.
4. Saenko, N. Philosophical and cultural foundations of the concept of “nihitogenesis” / N. Saenko [et al.] // Journal of Social Studies Education Research. – 2020. – Vol. 11, № 1. – P. 88-103.
5. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 4-е изд. – М. : Рус. яз., 1984. – 944 с.