

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-624-9-18>

## EMOTIONAL CONCEPTS IN ENGLISH IDIOMATIC LANGUAGE

## ЕМОЦІЙНІ КОНЦЕПТИ В ІДІОМАТИЦІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**Semenenko A. O.**

*Bachelor of Arts in Philology, first-year  
master's student,  
National Technical University  
of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv  
Polytechnic Institute"*

*Research Supervisor: **Vashchylo O. V.***

*Candidate of Pedagogical Sciences,  
Associate Professor at the Department  
of English Language Theory, Practice,  
and Translation,  
National Technical University  
of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv  
Polytechnic Institute"  
Kyiv, Ukraine*

**Семененко А. О.**

*бакалавр філології, студентка  
першого курсу магістратури,  
Національний технічний університет  
України «Київський політехнічний  
інститут імені Ігоря Сікорського»*

*Науковий керівник: **Ващило О. В.***

*кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри теорії, практики  
та перекладу англійської мови,  
Національний технічний університет  
України «Київський політехнічний  
інститут імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна*

Дослідження емоційних концептів посідає важливе місце в лінгвістиці, адже вони відображають культурні цінності в процесі комунікації й мають вплив як на мовознавство, так і на міжкультурну взаємодію [5, с. 118–119].

**Проблематика дослідження** емоційних концептів в англійській ідіоматиці привертала увагу представників різних наукових шкіл. Зокрема, Т.В. Караванцева, Д.М. Людвіг, А.С. Осадчук у своїх працях аналізують лінгвістичні особливості емоційних концептів в ідіоматичних виразах. О.С. Галіцька, А.В. Ковтун, Н.А. Трофименко досліджують структуру та специфічні риси текстів, що містять емоційні ідіоми. Г.М. Спічак, А.В. Тимченко, О.О. Швець, С.І. Шевченко та К.А. Яценко розглядають роль емоційних концептів у формуванні мовної картини світу й вплив емоційного контексту на сприйняття та інтерпретацію ідіоматичних виразів.

**Актуальність дослідження** зумовлена потребою у вивченні емоційних концептів як важливого складника мовної картини світу, оскільки вони безпосередньо пов'язані з національною культурою, ментальністю й ціннісними орієнтирами суспільства. Емоційні ідіоми становлять особливий інтерес, адже поєднують мовні й культурні аспекти та відображають емоційний досвід носіїв мови. Дослідження домінантних емоційних концептів в англійській мові, зокрема в британському й американському культурних контекстах, є актуальним для глибшого

розуміння механізмів міжкультурної комунікації, виявлення подібностей і відмінностей у вираженні емоцій.

**Мета роботи** полягає у виявленні особливостей мовної реалізації емоцій в ідіоматиці англійської мови з урахуванням культурного аспекту й встановленні домінантних емоційних концептів у британській та американській культурах.

Виокремлюючи домінантні емоційні концепти, ми спирались на теорію Джеймса-Ланге про почуття, відповідно до якої вчений виділяє такі емоції: страх, гнів, сором, презирство, огида, провина, страждання, інтерес, здивування та радість [3]. Матеріалом нашого дослідження є британські онлайн-словники: *TheFreeDictionary*, *Dictionary.com*, *Collins Online Dictionary*, *Cambridge Dictionary*. На основі цих джерел було відібрано 50 англійських ідіом, які було класифіковано за емоційними станами, спираючись на теорію Джеймса-Ланге. Встановлено частотність використання домінантних емоційних концептів у британській культурі [2].

Найбільш поширеними виявились ідіоми на позначення **радісті** (7 одиниць, 14%), наприклад: *to be on cloud nine* («бути на сьомому небі»), *to be over the moon* («бути надзвичайно щасливим»), *to walk on air* («літати від щастя»). Достатньо часто трапляються ідіоми, що виражають **страх і переляк** [1] (6 одиниць, 12%): *to get cold feet* («злякатися»), *to shake like a leaf* («тремтіти від страху»), *to have one's heart in one's mouth* («завмерти від переляку»). Такі вирази підкреслюють внутрішні переживання та реакції людини [1]. Менш поширеними є ідіоми на позначення **гніву** (5 одиниць, 10%) – *to hit the ceiling* («розлютитися»), *to bite someone's head off* («різко відповісти»); **сорому** (5 одиниць, 10%) – *to have egg on one's face* («зганьбитися»), *to wish the ground would swallow one up* («хотіти провалитися»); **страждання** (5 одиниць, 10%) – *to go through the wringer* («пережити важке випробування»), *to be on the rack* («бути у муках»); **інтересу** (5 одиниць, 10%) – *to be all ears* («уважно слухати»), *to catch someone's eye* («привернути увагу»); **здивування** (5 одиниць, 10%) – *to blow someone's mind* («вразити»), *to jump out of one's skin* («здритнутися від несподіванки»). Найменш частотними є ідіоми на позначення **презирства** (4 одиниці, 8%) – *to look down one's nose at* («дивитися зверхньо»), *to act high and mighty* («поводитися зарозуміло»), та **провини** (4 одиниці, 8%) – *to feel a pang of guilt* («мати докори сумління»), *to carry the can* («взяти провину на себе»). Таким чином, проведений аналіз показав, що найчастотнішими є ідіоми на позначення радості; що свідчить про значущість позитивних емоцій у британській культурі. Досить поширеними також виявились ідіоми страху та переляку; тоді як гнів, сором, страждання, інтерес

і здивування представлені менш часто. Найменш частотними стали вирази презирства та провини, що відображає специфіку культурних емоційних домінант.

З метою встановлення відмінностей між британською та американською культурами нами також було проаналізовано американський серіал *Wednesday*, сюжет якого базується на історії родини Адамсів й зосереджується на їхніх пригодах і незвичайних подіях у житті кожного персонажа. Ідіоми, використані в цьому серіалі, відіграють значну роль у розкритті характерів, створенні атмосфери та розвитку сюжетних ліній [6]. Нами було відібрано 90 англійських ідіом, проаналізовано їх відповідно до десяти емоційних концептів [4, с. 13–17]. З'ясовано, що найчастіше в серіалі використовуються емоційні концепти **інтересу** (19%) – наприклад: *“I’m gonna keep my eye on you”*, *“Weems is clearly trying to keep tabs on me”*, *“Volunteers, prick up thine ears”*; **відчайдушність і рішучість** (17%) – *“I did go out on a limb for you”*, *“Show some teeth. Nobody likes a desperate little furball”*; **презирство й зневага** (12%) – *“You’re all thumbs”*, *“Just because I beat you at your own game? Let me save you the trouble”*. Менш поширеними є ідіоми, що виражають **захоплення й повагу** (7%) – *“I pity any boy who gets caught in her viper’s gaze”*, *“My father’s twice the man you are”*; **розчарування й невдоволення** (7%) – *“I thought we got off on the wrong foot this weekend”*; **провину** (7%) – *“It’s high time my parents faced the music”*; **гнів** (6%) – *“Shut up, Mom. Get out of my head!”*, *“You are so out of line”*. Найменш уживаними виявилися ідіоми, що передають **страх і переляк** (4%) – *“This story is about to take a dark turn”*; **байдужість** (4%) – *“Darling, how long do you intend on giving us the cold shoulder?”*; **обережність і суворість** (4%) – *“I’m trying to keep an open mind”*; **страждання** (3%) – *“You’re a trouble magnet”*; **здивування** (3%) – *“When you kissed me, you opened my eyes”*; **полегшення** (3%) – *“Get my mind off that trainwreck of an afternoon”*; **радість** (2%) – *“Did your mother tell you we were roommates back in the day?”*; **заохочення** (1%) – *“I’ll sweeten the pot”*. Проведений аналіз показав, що в американській культурі найчастіше використовуються ідіоми на позначення інтересу й рішучості; тоді як страх, страждання, здивування й радість трапляються рідше. Таке співвідношення підкреслює акцент американської культури на активності, цікавості, самостійності та прагненні до досягнень.

Отже, результати дослідження дозволили нам виявити особливості мовної реалізації емоцій в англійській ідіоматиці й встановити домінантні емоційні концепти в британській і американській культурах. Було з'ясовано, що в британській культурі найчастіше вживаними є ідіоми на позначення радості; що свідчить про значущість позитивних

емоцій, а також поширені ідіоми страху та переляку, тоді як гнів, сором, страждання, інтерес і здивування представлені менш часто; найменш частотними стали вирази презирства й провини, що відображає специфіку культурних емоційних доміант. В американській культурі домінують ідіоми інтересу та рішучості, тоді як страх, страждання, здивування й радість трапляються значно рідше. Отримані результати свідчать, що ідіоми є важливим засобом вербалізації емоцій, відображають культурні особливості й дозволяють простежити вплив національно-культурного контексту на мовну репрезентацію емоцій.

### Література:

1. Англійські ідіоми про страху і переляку або "fear idioms". URL: <https://learn-english.net.ua/poradu/anglijski-idiomi-pro-straxu-i-perelyaku-abo-fear-idioms-blog-pro-anglijskoyu-movoyu-vid-easyspeak/> (дата звернення: 20.09.2025).
2. Виготський Л. З. Психологія розвитку людини. М. : Вид-во Сєнс ; Ексмо, 2005. 1136 с.
3. Теорія емоцій Джеймса-Ланге. Енциклопедія практичної психології. URL: [http://psychologis.com.ua/teoriya\\_emociy\\_dzheymsa-lange.htm](http://psychologis.com.ua/teoriya_emociy_dzheymsa-lange.htm) (дата звернення: 20.09.2025).
4. Emotion Concepts Z. K. Emotion concepts: from happiness to guilt. A cognitive semantic perspective. 1990. P. 13–17.
5. J. Leonard Bloomfield. Linguistic aspects of science. *International encyclopedia of unified science*. Vol. 1, No. 4. The University of Chicago Press, Chicago 1939, viii + 59 стор. *Journal of Symbolic Logic*. 1939. Вип. 4, № 3. С. 118–119. URL: <https://doi.org/10.2307/2266448> (дата звернення: 18.01.2024).
6. Wednesday. Netflix. URL: <https://www.netflix.com/ua/title/81231974> (дата звернення: 04.04.2024).