

ВІСНИК

**ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**№ 16 (227)
2011**

2011 серпень № 16 (227)

ВІСНИК

ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

Частина II

Заснований у лютому 1997 року (27)
Свідоцтво про реєстрацію:
серія КВ № 14441-3412ПР,
видане Міністерством юстиції України 14.08.2008 р.

Збірник наукових праць внесено
до переліку наукових фахових видань України
(філологічні науки)

Постанови президії ВАК України
від 18.11.2009 р. №1-05/5

Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(протокол № 11 від 27 травня 2011 року)

Виходить двічі на місяць

Засновник і видавець –
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор – доктор педагогічних наук, професор **Курило В. С.**
Заступник головного редактора –

доктор педагогічних наук, професор **Савченко С. В.**

Випускаючі редактори –

доктор історичних наук, професор **Бур'ян М. С.**,
доктор медичних наук, професор **Виноградов О. А.**,
доктор філологічних наук, професор **Галич О. А.**,
доктор педагогічних наук, професор **Горошкіна О. М.**,
доктор сільськогосподарських наук, професор **Конопля М. І.**,
доктор філологічних наук, професор **Синельникова Л. М.**,
доктор педагогічних наук, професор **Харченко С. Я.**

Редакційна колегія

серії «Філологічні науки»:

доктор філологічних наук, професор **Єрмоленко С. Я.**,
доктор філологічних наук, професор **Загнітко А. П.**,
доктор філологічних наук, професор **Коваль В. І.**,
доктор філологічних наук, професор **Лисиченко Л. А.**,
доктор філологічних наук, професор **Мокієнко В. М.**,
доктор філологічних наук, професор **Синельникова Л. М.**,
доктор філологічних наук, професор **Глуховцева К. Д.**,
кандидат філологічних наук, доцент **Лєснова В. В.**

РЕДАКЦІЙНІ ВИМОГИ

до технічного оформлення статей

Редколегія “Вісника” приймає статті обсягом 4 – 5 сторінок через 1 інтервал, повністю підготовлених до друку. Статті подаються надрукованими на папері в одному примірнику з додатком диска. Набір тексту здійснюється у форматі Microsoft Word (*.doc, *.rtf) шрифтом № 12 (Times New Roman) на папері формату А-4; усі поля (верхнє, нижнє, правє й лівє) — 3,8 см; верхній колонтитул — 1,25 см, нижній — 3,2 см.

У верхньому колонтитулі зазначається: Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № ** (***) , 2010.

Інформація про УДК розташовується у верхньому лівому кутку без відступів (шрифт нежирний). Ініціали і прізвище автора вказуються в лівому верхньому кутку (через рядок від УДК) з відступом 1,5 см (відступ першого рядка), шрифт жирний. Назва статті друкується через рядок великими літерами (шрифт жирний).

Зміст статті викладається за планом: постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми та на які спирається автор; виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується ця стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з цього дослідження й перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Усі перелічені елементи повинні бути стилістично представлені в тексті, але графічно виділяти їх не треба.

Посилання на цитовані джерела подаються в квадратних дужках після цитати. Перша цифра — номер джерела в списку літератури, який додається до статті, друга — номер сторінки, наприклад: [1, с. 21] або [1, с. 21; 2, с. 13–14]. Бібліографія і при необхідності примітки подаються в кінці статті після слова „Література” або після слів „Література і примітки” (без двокрапки) у порядку цитування й оформляються відповідно до загальноприйнятих бібліографічних вимог. Бібліографічні джерела подаються підряд, без відокремлення абзацем; ім'я автора праці (або перше слово її назви) виділяється жирним шрифтом.

Статтю закінчують 3 анотації обсягом 3 – 4 рядків українською, російською та англійською мовами із зазначенням прізвища, ім'я та по-батькові автора, назви статті та ключовими словами (3 – 5 термінів).

Стаття повинна супроводжуватися рецензією провідного фахівця (доктора, професора).

На окремому аркуші подається довідка про автора (прізвище, ім'я, по батькові; місце роботи, посада, звання, учений ступінь; адреса навчального закладу, кафедри; домашня адреса; номери телефонів (службовий, домашній, мобільний).

ЗМІСТ

ЛІНГВІСТИКА

1. **Ільїнська А. І.** Етнокультурні особливості створення гумористичного ефекту в жанрі ситуаційної комедії (на матеріалі англійської мови)..... 5
2. **Кійко С. В.** Омонімія антропонімів й апелятивів у сучасній німецькій мові..... 11
3. **Кійко Ю. Є.** Німецький газетний коментар у синтаксично-кількісному аспекті..... 17
4. **Коротка С. Г.** Лінгвокомунікативний аналіз оперативної ролі «дитина» в романі Сола Беллоу «Герцог»..... 23
5. **Косенко А. В.** Дієслівні засоби вербалізації концепту BEAUTY..... 30
6. **Кравченко Н. К.** Методика аналізу розмовного дискурсу в ракурсе теорії лица и вежливости..... 35
7. **Купинская Т. А.** Семантические особенности английских фразеологических единиц с зооморфическим компонентом, характеризующих внешность человека..... 46
8. **Леймонченко Г. О.** До питання про особливості невербального спілкування..... 52
9. **Матвєєва С. А., Фатєєва Н. В.** Про деякі категорії тексту в аспекті інтернет-комунікації..... 57
10. **Моїсеєнко О. Ю.** Концептуальне значення англійської мови в структуралізації ідентичності брендів у мультілінгвальному рекламному дискурсі Східної Африки..... 60
11. **Нагнибіда Л. С.** Функціональний аспект типології текстів мистецтвознавчої тематики..... 68
12. **Олійник Т. С.** Порівняльний аналіз структурно-типологічних і стилістичних параметрів слова української та англійської мов і їх відображення у словнику..... 73
13. **Осовська І. М.** Діалогічні повтори в німецькомовному сімейному дискурсі..... 79
14. **Пімус Є. О.** Специфіка відображення концепту ВЛАДА в англійській та російській мовах (на матеріалі прислів'їв та приказок)..... 85
15. **Попова К. С.** Політична промова як тип політичної комунікації..... 90
16. **Рева Н. С.** Архітектонічні аспекти композиції реклам косметичних засобів на матеріалі англомовного дискурсу.... 95
17. **Савчук К. Ю.** Картина світу: шляхи виникнення та тлумачення терміну..... 100

18.	Садовник-Чучвага Н. В. Походження концепту роду та шляхи його вербалізації у мовній категорії.....	104
19.	Семенюк А. А. Вербалізація ціннісної орієнтації політичної промови.....	109
20.	Ситникова Е. В. Степень семантической связанности между членами словообразовательного гнезда с вершиной в слове <i>есть</i>	114
21.	Слащук А. А. Розуміння кінесики та її структурної одиниці в контексті невербальної комунікації.....	120
22.	Суродейкіна Т. В. Лінгвокогнітивна модель концепту «мистецтво» в англomовному художньому та науковому дискурсі.....	125
23.	Тімоніна А. Ю. Національно-культурний компонент як складова значення слів-символів (на матеріалі українських рослинних символів).....	130
24.	Федірчик І. Я. Особливості іменників на позначення осіб в регіональних варіантах німецької мови.....	135
25.	Хникіна О. О. Лексико-синтаксичні засоби вираження значення обвинувачення.....	140
26.	Шелудченко С. Б. Реалізація концепту СТРАХ словами категорії стану в англійській мові.....	146
27.	Шумейко О. В. Мовна репрезентація концепту „Страх” у художньому дискурсі (на матеріалі сучасної американської англійської мови).....	150

ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

28.	Евдокименко Е. А. Отображение специфики детского сознания в современной русской драматургии.....	155
-----	---	-----

МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

29.	Єфремова О. І. Особливості педагогічної технології діалогу культур у позанавчальній діяльності студента.....	161
30.	Курєнкова Г. М. Активізація мовної компетенції студентів при вивченні іноземних мов.....	166
31.	Підручна З. Ф. Лінгвістичні особливості англійської розмовної мови: подолання труднощів їхнього сприйняття на слух.....	170
	Відомості про авторів	175

ЛІНГВІСТИКА

УДК 811.111' 255.4

А. І. Ільїнська

ЕТНОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ГУМОРИСТИЧНОГО ЕФЕКТУ В ЖАНРІ СИТУАЦІЙНОЇ КОМЕДІЇ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

*«Немає життя без гумору. Завдяки йому
прекрасні моменти в житті стають
насправді магічними, а з сумними ми
можемо впоратися»
співак та автор пісень Руфус Уенрайт*

За визначенням Великого тлумачного словнику сучасної української мови **гумор** – це доброзичливо-глузливе ставлення до чогонебудь, спрямоване на викриття вад. Фізична або вербальна дія, яка має на меті розсмішити. А також психічний стан, настрої людини. [1, с. 266] Гумор часто не є універсальним і не переноситься з однієї культури в іншу, зазвичай через те, що залежить від деталей конкретного культурного оточення. Вивченням суті гумору як властивості людської природи займаються філософія, етика, естетика, соціологія, психологія, педагогіка. Суть гумору як філософсько-естетичної категорії розглядається в роботах Арістотеля, А. Шопенгауера, Г. Гегеля, М. Бахтіна, Л. Карасьова, В. Проппа, Л. Столовича та ін. Психологічний аспект сприйняття комічного представлений у дослідженнях А. Бергсона, А. Бейна, З. Фрейда, М. Бороденка, С. Рубінштейна, А. Лука та ін.

Актуальність поданої роботи зумовлена тим фактом, що кожній лінгвокультурі властива специфічність відображення гумористичного ефекту.

Метою є дослідити специфіку національного гумору та його відображення у жанрі ситуаційної комедії на прикладі ситуаційної комедії «How I Met Your Mother».

Ситуаційна комедія, або ситком – різновид комедійних радіо- і телепрограм, з постійними основними персонажами та місцем дії. У таких комедіях основна увага приділяється комічній стороні повсякденного життя, життєвих проблем та сімейних ситуацій. Герої ситуаційних комедій – це майже завжди звичайні люди, та чи інша риса котрих перебільшена, але все ж ми бачимо в них себе, своїх друзів, близьких, і тому ставимося до них як до чогось рідного та добре знайомого і так гарно розуміємо їх гумор. Головні персонажі як і ми потрапляють у доволі звичні обставини та, на відміну від нас, завжди

обирають найдовший, найважчий, а тому й насмішніший спосіб їх подолання. До того ж, якщо у ситуаційній комедії може виникнути якість непорозуміння, воно обов'язково виникне. Загалом же було виділено декілька основних типів персонажів ситкому: наївний дурник, резонер, придурок, антагонист, фамм фаталь, Казанова, етнічний або регіональний стереотип та інші. Та ситуації, у які заради комічності потрапляють персонажі: спроба захистити близьких та друзів від поганих новин, спроба зберегти перевагу, спроба втримати ситуацію неправдою, тим самим тільки погіршуючи її, спроба повернути вкрадене, щоб ніхто не дізнався про те, що трапилося, невдале святкування улюбленого свята, друзі, чоловік із жінкою міняються ролями, щоб щось один одному довести та інші [2].

Ситуаційні комедії виступають дзеркалом, яке з невеликим перебільшенням відображує існуючу дійсність. Завдяки особливості свого гумору, яка полягає у його універсальності, вони розраховані на широкий загал не тільки представників своєї, але й інших культур.

Гумор – це також зображення чого-небудь комічному вигляді. [1, 266] Разом із іронією, сатирою та сарказмом, гумор – особлива форма комічного, яка відрізняється незлобимим відношенням до хиб життєвих явищ, поведінки людей, здатна викликати лише приязну посмішку.

Комічне – це категорія естетики, що виражає у формі висміювання історично зумовлене(повне або часткове) неспівпадіння поданого соціального явища, діяльності та поведінки людей, їх норівів та звичок об'єктивному ходу речей та естетичному ідеалу прогресивних суспільних сил [3, 445].

Комічне за своїм походженням, сутністю та естетичною функцією має соціальний характер. Його джерелом є об'єктивні протиріччя суспільного життя. Комічне може проявлятися по-різному: у невідповідності нового та старого, змісту та форми, мети та засобів, дій та обставин. Комічне також є непостійною категорією. Те, що буде смішно одній людині зовсім незобов'язане розвеселити іншу, а для третьої особи взагалі може видатися чимось образливим.

Дослідження, що їх було проведено у лабораторії з вивчення природи сміху заснованої психологом, доктором Річардом Вайземаном з Хертфордширського університету виявили деякі закономірності сприйняття окремих видів жартів різними народами. Так, наприклад з'ясувалося, що представники Австралії, Нової Зеландії, Ірландії та Великобританії надають перевагу абсурдним жартам, які не несуть в собі ніякого змісту. Канадці та американці полюбують жарти, що витікають з непорозуміння між собою представників різних професій, регіонів, суспільств. Накшталт:

Техасець питає дипломованого спеціаліста з Гарварду:

– Звідки ти?

Дипломований спеціаліст з Гарварду:

– Я приїхав з міста, де речення не закінчують приємниками.

Техасець:

– Ну гаразд. Звідки ти, осел?

Результати демонструють несхожість почуття гумору та визначення комічного для кожної культури. Найбільш цікавим результатом можна вважати те, що було доведене існування «універсального» типу жартів, який буде смішний для представників усіх національностей. Прикладом цього є наступний жарт:

Мисливці ідуть лісом та раптово один з них падає на землю, як здається через приступ. Він без тямки та не дихає. Інший мисливець вихоплює телефон, дзвонить у службу порятунку та кричить операторові:

– Мій друг мертвий! Що робити?!

Оператор спокійно відповідає:

– Заспокойтеся. Я можу допомогти. Спершу треба впевнитися, що він помер.

Після цього оператор чує тишу, потім постріл, потім парубок повертається на лінію і йому каже:

– Зроблено. Що тепер?

«Ми відчуваємо, що розумніші за цього мисливця, що він просто невірно зрозумів оператора, та цей жарт допомагає нам сміятися з наших занепокоєнь щодо власної смертності.» - каже Доктор Вазейман.[4]

З точки зору мовознавства для створення комічного ефекту в англійській мові використовується її характерна особливість, що полягає в існуванні великої кількості багатозначних слів і фразеологізмів, в яких порушується певна мовна норма, заснована на «грі слів»: а) зіткнення в одному контексті слів, що втратили в свідомості носіїв мови етимологічний зв'язок і відновлення між ними первинного смислового зв'язку, різних значень багатозначного слова і однокорінних слів, значень слів-омонімів, слів з однаково звучними частинами або співзвучних слів: *It's gonna be legend-... wait for it... and I hope you're not lactose intolerant because the second half of that word is DAIRY!*(«How I Met Your Mother»)

б) заміна у фразеологізмі слова на інше, близьке за звучанням, перетворення очікуваного слова у бік зближення його з іншим словом, яке представляється спорідненим через певні асоціації розкладання фразеологізму шляхом повернення його компонентам вільного значення, зіткнення в одному контексті далеких за сенсом одиниць фразеологізмів, опорні слова яких у вільному значенні належать до одного смислового ряду, зіткнення в одному контексті слів, що втратили в свідомості носіїв мови етимологічний зв'язок, і відновлення між ними первинного смислового зв'язку; вживання як однорідних членів пропозиції слів, семантично неоднорідних, перелік неспіввідношуваних предметів, зовні поданих як однорідні, зв'язані і подібні; буквалізація метафори і єдності фразеологізму, буквальне тлумачення переносного значення слова або одночасно пряме і буквальне тлумачення фразеологізму; перверзія (перевертиши) – зміни, перехід від правильного до неправильного. [5,

с. 21] *I'm sorry I've been trying not to stare at your chest all night («How I Met Your Mother»).*

Мовні засоби комічного, в основі яких лежить порушення мовної норми, можуть відбуватися на фонетичному, на лексичному, на морфологічному і на синтаксичному рівнях.

На фонетичному рівні – це анаграма, тобто зафіксована графічно виправлена вимова слова або орфографічно виправлене написання слова, значень слів-омонімів, слів з однаково звучними частинами (уявна тавтологія) або співзвучних слів (заміна очікуваного слова на створене аналогічно і співзвучне з очікуваним).

– *Ted you keep going to the same bar, you're in a rut.*

– *It's not a rut, its a routine, and i like it.*

– *Ted what's the first syllable in rut-tine? («How I Met Your Mother»).*

На лексичному рівні: створення нового фразеологізму на основі відомого, наприклад, оновлення контексту фразеологізму мотивованим введенням у фразеологізм нового слова, іноді антонімічним якому-небудь слову у фразеологізмі; перефразовування відомих стійких виразів; приміщення елементів мови в нове для них оточення, наприклад, перенесення термінології в незвичайний для неї контекст; використання в мові штампів; зіткнення в одному контексті різностильової лексики або синтаксичних конструкцій; порівняння за безглуздою, неістотною або випадковою ознакою, за відмінністю або зворотне порівняння; вживання як синонімів слів і виразів, що суперечать один одному; порушення смислового зв'язку слів у словосполученні: *Hey, nice shirt, Ted. Is it yesterday already? («How I Met Your Mother»).*

На морфологічному рівні неформальне утворення форм слова: перехід імен власних у загальні; перехід імен загальних у власні імена або характеристики; авторські неологізми. *“Pulling a Ted Mosby on someone” means telling someone romantically involved with you that you are in love with them, completely out of the blue. («How I Met Your Mother»)*

– *We should come up with a whole new last name.*

– *Oh, got it. Lily and Marshall Awesome. Hey have you met the Awesomes? Lily, Marshall, their son Totally, and their daughter Freaking? («How I Met Your Mother»).*

На синтаксичному рівні: повторення слова або фрази, наприклад, «чисте», із зміною граматичної конструкції або зі зміною сенсу, нагромодження схожих структур; порушення дієслівного і іменного узгоджень, синтаксично безпорадна, переривиста, плутана мова, сенс якої вловлюється насилу; руйнування смислового зв'язку між частинами складного речення або між репліками; надмірне посилення ознаки шляхом переліку синонімів [5, с. 22]. *When I get sad, I stop being sad, and be awesome instead («How I Met Your Mother»).*

Дослідники виділили також інші різновиди англійського гумору, які використовуються у створенні комічного ефекту у ситуаційній комедії:

а) «the elephant jokes» («слонячі жарти») таку назву використовують для характеристики особливо дурних жартів:

– *And so I licked the Liberty Bell.*

– *How did it taste?*

– *Like freedom... no, actually it tasted like pennies* («*How I Met Your Mother*»).

б) «dry sense of humor» («сухе відчуття гумору»), в основі створення яких лежить іронія - художній троп, який виражає глузливо-критичне ставлення митця до предмета зображення. **Іронія** — це насмішка, замаскована зовнішньою благопристойною формою. [6]

– *Marshall ran away from a cockroach.*

– *It was a mouse!*

– *Oh, sorry, my bad, you're a man* («*How I Met Your Mother*»).

в) «banana skin sense of humor» («гумор з банановою шкіркою»), що визначає достатньо примітивні жарти, наприклад, коли хтось посковзнеться на банановій кірці і всім смішно;

– *"Okay" is the name of a club. It's really exclusive. A friend of mine once stood outside for two hours and didn't get in.*

– *A friend of yours named "you?"*

– *No, a friend of mine named "Shut up!"* («*How I Met Your Mother*»)

г) «shaggy-dog stories», в яких смішне ґрунтується на алогічності вислову, наприклад, слуга, проводжаючи англійського лорда, питає: Сер, якщо леді пошле мене за вами, скажіть, де вас не треба шукати? [7]

– *Don't you find it weird that Robin is still friends with Barney?*

– *I think it's weird that we're still friends with Barney* («*How I Met Your Mother*»).

– *(Barney)He's the awesomest, most best-lookingest, greatest guy ever!*

– *He's exactly like Barney.*

– *(Barney) That's what I just said* («*How I Met Your Mother*»).

Результати дослідження свідчать про те, що гумор є віддзеркаленням і носієм національної культури. У англійській мові існує велика кількість засобів для створення гумористичного ефекту і вони з успіхом вжиті при створенні ситуаційних комедій. Ситуаційна комедія є ефективним засобом передачі національної культури і саме через ситуаційну комедію національний гумор буде найліпше сприйматися носями іншої культури.

Перспектива дослідження полягає у подальшому вивченні та розкритті особливостей створення комічного ефекту вербальними та невербальними засобами.

Література

- 1. Великий** тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. Ред. В. Т. Бусел. – К. : Перун, 2005. – с. 266.
- 2. Молчанов А.** Как написать телесериал / А. Молчанов. – [Electronic resource]. – Available from : <http://snimifilm.com/statyi/kak-napisat-teleserial-chast-5-eto-prosto-smeshno>
- 3. Философский словарь** / Под ред. И. Т. Фролова. – М. : Политиздат, 1981. – 445 с.
- 4. Природа** юмора или чья шутка смешнее? [Electronic resource]. – Available from : http://www.psydrive.ru/articles/5791_priroda-umora-ili-chya-shutka-smeshnee.aspx
- 5. Пімус Є. О.** Педагогічні умови використання гумору в процесі вивчення іноземної мови в загальноосвітній школі / Є. О. Пімус // Вісн. Луганського ун-ту імені Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки. – Луганськ, 2009. – №1. – Ч. I. – С. 176 – 180.
- 6. Онлайн** словник літературознавчих термінів [Electronic resource]. – Available from : <http://www.ukrlit.vn.ua/info/dict/index.html>
- 7. Английский** юмор. – [Electronic resource]. – Available from : <http://londonmania.ru/humor>

Гльїнська А. І. Етнокультурні особливості створення гумористичного ефекту в жанрі ситуаційної комедії (на матеріалі англійської мови)

Статтю присвячено дослідженню етнокультурних особливостей створення гумористичного ефекту в жанрі ситуаційної комедії. Результати дослідження свідчать про те, що у ситуаційних комедіях чітко відображуються особливості національного гумору.

Ключові слова: ситуаційна комедія, гумор, комічне.

Ильинская А. И. Этнокультурные особенности создания юмористического эффекта в жанре ситуационной комедии (на материале английского языка)

Статья посвящена исследованию этнокультурных особенностей создания юмористического эффекта в жанре ситуационной комедии. Результаты исследования показывают, что в ситуационных комедиях четко отражаются особенности национального юмора.

Ключевые слова: ситуационная комедия, юмор, комическое.

Plynskaya A. I. Ethnical and cultural features of the humoristic effect creation in the genre of situation comedy (on the basis of the English language)

The paper considers ethno-cultural features of creating humoristic effect in the genre of situational comedy. The results of the research show that features of national humor are distinctly reflected in situational comedies.

Key words: situation comedy, humor, comic.

УДК 811.111'42

С. В. Кійко

ОМОНІМІЯ АНТРОПОНІМІВ Й АПЕЛЯТИВІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Власні назви є особливим пластом в лексичній системі мови. Вони служать для позначення виокремлених з певного виду об'єктів, тобто для них характерна індивідуальна закріпленість за позначуваним об'єктом. З точки зору теорії референції власні назви не мають інтенціонала, проте мають екстенціонал – множину носіїв певного імені. Основною для власних назв є функція референції, а не характеристична: інваріантне значення власної назви зводиться до можливості надавати референцію, але не до детального визначення її умов. Іншими функціями власних назв є комунікативна (коли ім'я, відоме співрозмовнику, служить основою повідомлення), апелятивна, експресивна [2, с. 8 – 13; 4, с. 64 – 66].

На відміну від загальних назв, власні назви позбавлені конотації і не мають самі по собі значення, тобто їх не можна визначити без звертання до денотата – реального носія імені. Іншими словами, у власних назвах семантика – це їх вказівка на певний конкретний предмет, явище, особу. Крім того, визначальною рисою власних імен є їх постійна, обов'язкова секундарність, вторинність найменування, тобто власна назва – це завжди останнє найменування, останній поділ в низці родовидових ознак, як-от: *жива істота* → *людина* → *чоловік* → *українець* → *робітник* → *чернівчанин* → *Іван Петренко*.

Відхиленням від основного правила вживання власних назв є приклади омонімії, коли власна назва вживається в мовленні як загальна. Причиною цього є, очевидно, наявність у структурі значення власної назви мінімальної кількості категорійних сем, за рахунок чого вона здатна наповнюватися великою кількістю конотативної інформації (набувати асоціативних і потенційних сем). Таким чином, власна назва трансформується в апелятив. Вона втрачає індивідуальну закріпленість і позначає не одну особу, а цілий клас осіб. Так, ім'я *Іван* іноді може вживатися для позначення росіянина, *Джон* – американця, *Жан* – француза тощо, оскільки ці слова досить поширені власні назви чоловіків у відповідних мовних спільнотах. Кожна з кличок собак *Барбос*, *Шарик*, *Тузик*, *Сірко* відноситься до окремої собаки, але завдяки тому, що це розповсюджені собачі клички, можливий їх перехід у загальні назви: слова *барбос*, *сірко*, *тузик* втрачають індивідуалізуючу функцію і можуть указувати на будь-яку собаку. Як видно з наведених прикладів, у власних іменах слід розрізняти пряму (первинну) і переносну (вторинну) номінативні функції. В прямій номінативній функції власна назва служить для вказівки на той предмет, якому вона присвоєна в

індивідуальному порядку. Переносна номінативна функція характеризується переносом найменування на інший предмет, у результаті чого власна назва набуває здатності приписувати якісь властивості низці об'єктів.

Омонімія власних і загальних назв-іменників розглядається у цілій низці робіт, проте недиференційовано, на матеріалі декількох найбільш яскравих прикладів з одного-двох розрядів власних назв. Так, Ф. А. Литвин відносить до омонімів такі позначення, як рос. *Запад* “країни західної Європи” і “сторона світу”, *Октябрь* “Жовтнева революція” і “назва місяця” тощо [4, с. 64 – 68]. О. С. Ахманова вважає такі випадки, як *Вулкан* “міфологічна постать” і *вулкан* “гора з кратером”, *Геркулес* “міфологічний герой” і *геркулес* “крупа” прикладами вираженої омонімії, тобто вживання одного й того ж фонетичного і орфографічного комплексу для позначення реально різних предметів [1, с. 133]. Проте проблема омонімії розглядається у вказаних працях в основному з точки зору тотожності предмета, особи, місця тощо, які називаються власним іменем.

Мета нашого дослідження – розглянути особливості омонімії власних і загальних назв і механізм метонімічного семантичного переносу з власної назви на загальну на основі суцільної вибірки апелятивів, похідних від власних назв, з тлумачних словників сучасної німецької мови. Розгляд омонімії почнемо з антропонімів, оскільки вони з історичної точки зору первинні серед інших власних назв. Крім того, соціальна значимість людини досить очевидна, що проявляється в постійній діяльності по найменуванню всього суцього.

Під антропонімом розуміють власну назву або набір імен, (офіційно) присвоєних окремій людині як її розпізнавальний знак. Сюди належать імена, по-батькові, прізвища, прізвиська, псевдоніми, криптоніми (таємні, зашифровані імена), андроніми (найменування дружини прізвищем чоловіка), гінеконіми (найменування чоловіка прізвищем матері або дружини), патроніми (найменування людини від імені чи прізвиська батька або предків) [2, с. 38].

Матеріалом дослідження слугують 145 антропонімів, омонімічних до загальних назв, виписані з тлумачних словників німецької мови. Серед досліджуваних антропонімів переважають імена людей (78 лексем), як-от: *Hans, Michel, Liese*, далі слідує за спадом прізвища (58): *Casanova, Meier, Stresemann* і прізвиська (9): *Teddy, Grog, Ripel*. У роботі ми дотримуємося поділу антропонімів на одиничні і множинні [2, с. 39]. Кількість одиничних антропонімів складає 100 імен, наприклад: *Diesel, Cäsar, Zeppelin*, кількість множинних антропонімів дорівнює 45, як-от: *Klaus, Otto, Heinrich*. Попередні результати вказують на те, що одиничні і множинні антропоніми мають різну здатність до семантичних переносів [3]. Оскільки матеріалом наших попередніх досліджень слугували метафоричні переноси антропонімів [3],

зупинимось детальніше на особливостях **метонімічної** вторинної номінації антропонімів.

Метонімія як спосіб вираження пов'язаних одна з іншою властивостей полягає в тому, що назва однієї властивості, яка постійно виступає спільно з іншою, переноситься на іншу. В аспекті семантичної структури слова метонімія ґрунтується на семній динаміці: усуненні інтегральної семи і заміні її диференційною. У когнітивній семантиці метонімія пояснюється рухом знака з одного елемента когнітивної моделі (пропозиції, фрейму) до іншого. Г. Редден і З. Ковечез кваліфікують метонімію як когнітивний процес, при якому одна концептуальна сутність забезпечує ментальний доступ до другої концептуальної сутності в межах певного домена. Когнітологи вважають основною функцією метонімії інтерференційну як функцію логічного виведення [5, с. 7].

У нашому дослідженні метонімія розглядається як перенесення найменування, логічну основу якого складає входження об'єму одного поняття в об'єм іншого на підставі психологічних асоціацій, що відображають каузальні, атрибутивні, просторові, темпоральні та партитивні зв'язки, які об'єктивно існують між предметами. Підставою для віднесення омонімічних антропонімів і апелятивів до тієї чи іншої групи метонімічних переносів є аналіз статей тлумачних словників. Ми виділяємо 5 типів метонімічного переносу: 1) каузальний, при якому вихідні значення метонімів мають у словниковому тлумаченні семи "дія", "стан", "процес", "подія", "об'єкт дії" та "інструмент"; 2) атрибутивний, якщо метоніми мають семи "якість", "властивість", "ознака"; 3) локальний, коли семантична структура іменників містить семи "територія", "місце", "приміщення"; 4) темпоральний, при якому провідними є семи "час", "період"; 5) партитивний, який зумовлений взаємодією понять частини і цілого.

Серед метонімічних трансформацій антропонімів переважають **каузальні переноси**, обумовлені причинно-наслідковим зв'язком між поняттями суміжних об'єктів. Причина і наслідок утворюють безперервну єдність, яка відображається у вигляді певних асоціацій між поняттями. Систему каузального зв'язку складають у нашому випадку суб'єкт дії, об'єкт дії та її результат. Ми виявили 7 регулярних моделей цього типу: **1) "прізвище дослідника → фізична (хімічна, математична) величина"**, тобто перенесення прізвищ відомих фізиків, хіміків, математиків на відкриті ними сталі або змінні величини, одиниці виміру (22 омпари): *Angström* „ангстрем“, *Ampere* „ампер“, *Becquerel* „беккерель“, *Coulomb* „кулон“, *Fahrenheit* „фаренгейт“, *Gauß* „гаус“, *Gray* „грей“, *Henry* „анрі“, *Hertz* „герц“, *Joule* „джоуль“, *Kelvin* „кельвін“, *Maxwell* „маквелл“, *Neper* „непер“, *Newton* „ньютон“, *Ohm* „ом“, *Örsted* „ерстед“, *Pascal* „паскаль“, *Reaumur* „реомюр“, *Röntgen* „рентген“, *Tesla* „тесла“, *Volt* „вольт“, *Watt* „ватт“; **2) "прізвище винахідника → назва винаходу"** (7 омпар), тобто перенесення прізвища інженера або

конструктора на його технічний винахід: *Diesel* „дизель“ (на честь німецького винахідника Р. Дизеля), *Kardan* „карданний вал“ (від імені італійського інженера Г. Кардано), *Nonius* „масштабна лінійка“ (на честь португальського математика П. Нунеса), *Browning* „браунінг“ (на честь американського інженера Дж. М. Браунінга), *Kremser* „кремзер; лінійка“ (на честь винахідника кінного фургону для перевезень пасажирів С. Кремзера), *der/das Makadam* „макадам“ (вид доріжного покриття на честь інженера Дж. МакАдама), *Zeppelin* „повітряна куля“ (на честь конструктора фон Цеппеліна); **3) “ім’я або прізвище виробника → його виробу”** (4 омоніми): *Colt* „кольт“ (від імені американського промисловця С. Кольта), *Stetson* „фетровий капелюх з широкими крисами“ (від імені американського підприємця Й.Б. Стетсона), *Strass* „страз“ (від імені французького ювеліра Г.Ф. Страза), *Baedeker* „путівник“ (від імені німецького видавця і книготорговця К. Бедекера); **4) “ім’я або прізвище спортсмена → його досягнення”** (4 омоніми): *Axel* (вид стрибка на честь норвезького фігуриста Акселя Паульсена), *Lutz* (вид стрибка на честь австрійського фігуриста А. Лютца), *Rittberger* (вид стрибка на честь німецького фігуриста В. Рітбергера), *Yamaschita* (вид стрибка на честь японського гімнаста Х. Ямашіти); **5) “ім’я, прізвище або прізвище автора → винайдений ним новий напій”** (3 омоніми): *Grog* „грог“ (від прізвища англійського адмірала Вернона, який наказав давати матросам розбавлений водою ром), *Cointreau* „апельсиновий лікер“ (на честь французьких виноробів Контре), *Kir* „вид аперитива“ (від імені бургомистра французького міста Діжон Ф. Кіра, який винайшов новий напій спеціально для прийому гостей у мерії); **6) “ім’я або прізвище селекціонера → вирощений ним новий сорт овочів або фруктів”** (2 омоніми): *James Grieve* „Джеймс Грив“ (сорт столових яблук від імені селекціонера Дж. Грива), *Cox* „Кокс“ (сорт зимових яблук від імені селекціонера Р. Кокса); **7) “ім’я, прізвище або прізвище повара → винайдена ним страва”** (2 омоніми): *Julienne* „жульєн“ (від імені французької кухарки Жюльєн Леотард), *Nacho* „кукурудзяне печиво“ (від імені мексиканського повара Ігнаціо Анаїї).

Менш регулярними є переноси за моделями **“ім’я або прізвище автора → написаний ним твір”**: *Pitaval* „збірка судових справ і кримінальних історій“ (на честь французького юриста Ф.Г. де Пітавала, який описав найвідоміші випадки зі своєї практики); **“ім’я або прізвище кінолога → вирощена ним нова порода собак”**: *Dobermann* „доберман“ (на честь німецького кінолога Ф.Л. Добермана); **ім’я або прізвище дослідника → відкрита ним закономірність**: *Pythagoras* „теорема Піфагора“.

Зустрічаються випадки метонімічного перенесення на назву винаходу імені не винахідника (творця, селекціонера, дизайнера), а відомої людини (політичного діяча, філософа, літератора, художника, актора), або членів сім’ї, дітей, коханих тощо, наприклад: *Jonathan* „джонатан“ (сорт зимових яблук, названий селекціонерами на честь

відомого американського юриста і правозахисника Джонатана Хасбрука), *Müller-Thurgau* (сорт винограду на честь швейцарського ботаніка і фізіолога Г. Мюллера з міста Тюргау), *Kerner* (сорт білого винограду, вирощений селекціонером А. Герольдом зі Швабії, названий на честь місцевого уродженця, поета Й. Кернера), *Landseer* „нюфаундленд“ (на честь англійського художника Е. Г. Лендсера, який малював в основному собак цієї породи), *Tony* „Тоні“ (щорічна театральна відзнака на честь американської актриси Антуанетти Перрі), *Barbie* „лялька Барбі“ (назва іграшки на честь дочки американських дизайнерів Р. і Г. Хендлерів Барбари). Цікавими у цьому плані є випадки метонімічного переносу імені французького винахідника прядильної машини Й.-М. Жакарда не на винахід, а на тканину, яку випряли на цій машині: *der Jacquard* „жакард“.

Атрибутивний тип метонімічного переносу зумовлений асоціацією понять ознаки і суб'єкта/об'єкта, що володіє ознакою. Перехід власних назв у загальні відбувається тут за такими моделями: **1) „ім'я або прізвище людини → її вирізняльний предмет одягу“** (4 омопари), як-от: *Spencer* „спенсер“ (короткий приталений піджак, названий на честь англійського графа Дж. Спенсера), *Havelock* „широкополий плащ“ (на честь англійського генерала Г. Гавелока), *Raglan* „реглан“ (вид пальто на честь лорда Реглана), *Stresemann* „чоловічий вечірній костюм-трійка“ (на честь рейхсканцлера Г. Штресеманна); **2) „ім'я людини → позначення групи людей з відповідною ознакою: Cäsar „кайзер“** (на честь римського імператора Юлія Цезаря), *Ganymed* „слуга, офіціант“ (похідне від імені слуги Зевса, який розливав напої); **3) „ім'я або прізвище людини → її вирізняльний предмет туалету“**, як-от: *Wilhelm* „перука“ (на честь пруського король Фрідріха Вільгельма, за часів правління якого були в моді перуки); **4) „ім'я людини → її улюблена страва“:** *Charlotte* „шарлотка“ (на честь дружини англійського короля Георга III Софії Шарлотти).

До **локальної** метонімії відносяться іменники, семантична структура яких містить семи „територія“, „місце“, „приміщення“, як-от: *Hades* „підземне царство“ (похідне від імені грецького бога підземного царства Аїда < грецьк. *Hádes*).

У нашій вибірці зустрілися випадки так званого **ситуативного** метонімічного переносу, який не згадується в інших дослідників, оскільки зустрічається досить рідко. Суть його полягає в перенесенні антропоніма на певний предмет, зв'язок між якими опосередкований ситуативно. Так, позначення *Teddy* „медведик (дитяча іграшка)“ походить від зменшувального імені американського президента Теодора Рузвельта, який на полюванні в Міссісіппі в 1902 р. відмовився стріляти в медвежа, яке загнали для нього члени мисливської спілки. Іншим прикладом може бути метонімічне перенесення прізвища вождя латиноамериканського визвольного руху С. Болівара на позначення валюти незалежної Венесуели: *Bolivar*.

Як видно з наведених прикладів, імплікування енциклопедичної інформації, пов'язаної з денотатами–антропонімами, привело до створення містких символічних співзначень імен. Вони виконують функції типізатора, характеристизатора об'єкта, ознаки, дії, способу, часу, місця. Метонімічний перехід антропонімів в апелятиви пов'язаний насамперед з процесами семантико-синтаксичного, контекстного, ситуативно-мовленнєвого плану. При метонімічному переносі ознака береться з області інтенціонала антропоніма і набуває статусу гіпосеми похідного значення. Конфігурація метонімічного перенесення є асиметричною: спостерігається висування корелята і згасання референта.

Перспективним вважаємо дослідження регулярних метафоричних і метонімічних переносів з інших видів власних назв (топонімів, зоонімів, космонімів, хрематонімів тощо) на загальні назви, що дозволить виявити спільне і відмінне в механізмах семантичних переносів як серед різних груп власних назв, так і апелятивів у цілому.

Література

1. Ахманова О. С. Очерки по общей и русской лексикологии / О. С. Ахманова. – Изд. 3-е. – М. : Книжный дом “Либроком”, 2009. – 296 с. **2. Ермолович Д. И.** Имена собственные на стыке языков и культур / Д. И. Ермолович. – М. : Р. Валент, 2001. – 200 с. **3. Кійко С. В.** Омонимия власних і загальних назв у сучасній німецькій мові // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи лінгвістичних досліджень в умовах глобалізаційних процесів». – Тернопіль, 2011 (у друці). **4. Литвин Ф. А.** Многозначность слова в языке и речи / Ф. А. Литвин. – М. : КомКнига, 2005. – 120 с. **5. Radden G.** Towards a Theory of metonymy / K.-U. Panther, G. Radden, Z. Kovecses (eds.). *Metonymy in Language and Thought*. – Amsterdam : J. Benjamins, 1999. – P. 7 – 59.

Кійко С. В. Омонимія антропонімів й апелятивів у сучасній німецькій мові

У статті розглядаються особливості семантичних переносів з власних на омонімічні загальні назви на прикладі антропонімів сучасної німецької мови. Детально досліджуються механізм і регулярні типи метонімічного переносу з антропонімів на апелятиви.

Ключові слова: власні назви, антропоніми, метонимія, семантичний перенос.

Кийко С. В. Омонимия антропонимов и аппелятивов в современном немецком языке

В статье рассматриваются особенности семантических переносов с имен собственных на омонимические нарицательные существительные на примере антропонимов современного немецкого языка. Детально

исследуются механизм и регулярные типы метонимического переноса с антропонимов на аппелятивы.

Ключевые слова: имена собственные, антропонимы, метонимия, семантический перенос.

Kiyko S. V. Homonymy of anthroponyms and appellatives in modern German

The article deals with some peculiarities of semantic shifts from proper names to homonymic common words in terms of anthroponyms in modern German. Mechanism and regular types of metonymy transfers from anthroponyms to appellatives are examined in detail.

Key words: proper names, anthroponyms, metonymy, semantic shift.

УДК 811.111'42

Ю. Є. Кійко

**НІМЕЦЬКИЙ ГАЗЕТНИЙ КОМЕНТАР
У СИНТАКСИЧНО-КІЛЬКІСНОМУ АСПЕКТІ**

Мова друкованих масмедій цікава для дослідника насамперед тим, що в ній можна простежити актуальні тенденції розвитку мови. Окрім цього, продукти друкованих засобів інформації є найсвіжішими та найбільшими за обсягом. Хоча, як відмічають багато науковців, “газетна мова” не позбавлена негативних сторін. Її критикують, насамперед, за численні сталі конструкції, що зумовлено друкарськими реаліями: постійна обмеженість у часі й об’ємі тексту.

Метою статті є встановлення особливостей одного з частотних видів текстів на шпальтах газет – коментаря – в синтаксично-кількісному аспекті.

Коментар як вид тексту належить до публіцистичного аналітичного класу газетного типу текстів (більш детально про типологію публіцистичних текстів див. [3; 6]). Метою коментарю вважається інтерпретація і роз’яснення подій, явищ суспільного життя. Домінуючими функціями таких видів текстів вважаються оцінка події, стану тощо і вираження авторського ставлення до цього.

Німецькомовні газетні коментарі були об’єктом різнопланових досліджень. Найбільше публікацій в цій царині належить німецькому науковцю Г. Ленку, який аналізував заголовки коментарів у німецькомовних, фінських і англійських щоденних газетах щодо їх форми і комунікативної функції, щодо типу газети тощо [4; 5]. Коментар як вид тексту розглянули оглядово в своїх працях Г. Бургер, Г. Люгер та інші мовознавці [8; 9; 10]. Автори робили загальні висновки на основі власних спостережень, які не ґрунтувалися на достатній вибірці.

Останнім часом намітилася тенденція до контрастивних корпусних текстових студій на матеріалі різних мов [2; 5 та інші], що допомагає побачити макро- і мікроструктурні розбіжності/подібності з перспективи іншої мовної культури.

Актуальність цього дослідження зумовлена відсутністю комплексних аналізів німецьких коментарів в синтаксично-кількісному аспекті.

Матеріалом студії слугувала суцільна вибірка з респектабельної щоденної німецької газети "Berliner Zeitung". Тексти було зібрано на протязі двох місяців – за червень 2007 і травень 2010 років. Загальна кількість текстів склала 30 одиниць.

Досліджувані коментарі мають визначене місце на сторінках газети з експліцитним маркером, вираженим у загальному заголовку «Kommentare». Проаналізовані коментарі знаходяться в „Berliner Zeitung“ на 4-ій сторінці в розділі „Meinung“ зліва і відокремлені від інших текстів графічними засобами.

За своєю макроструктурою коментар має три складові: 1) заголовок, 2) вказівка на автора і 3) текст. Розглянемо кожен складовий компонент цього виду текстів.

Заголовки німецьких коментарів відрізняються від заголовків інформаційних видів текстів (пор. [1]) насамперед своєю функцією. Якщо інформаційні заголовки на передній план висувають якусь подію, факт, то в заголовках коментарів домінує певна оцінка цього факту, події тощо. При цьому заголовок коментаря не завжди можна однозначно зрозуміти. Лише прочитання статті розкриває задум автора статті. Наприклад, *der ehrliche Ackermann* (17.05.2010), *Der Papst und die sündige Kirche* (14.05.2010), *Pakt mit dem Teufel in der Karibik* (15.05.2010). Всі вони нагадують заголовки казок, які залишилися в пам'яті реципієнта з часів дитинства. Порівняємо спершу заголовки коментарів.

Аналіз заголовків в синтаксичному аспекті виявив такі основні їх типи: 1) іменникова конструкція: *Kein Rechtsanspruch auf Piratenüberfälle* (17.05.2010), 2) просте речення: *Der Verursacher zahlt* (04.05.2010), 3) еліпсне речення: *Die Grünen: Mehr als Streber mit Haltung* (15.05.2010), 4) складносурядне речення: *Kontrolle ist gut, mehr Demokratie ist besser* (14.05.2010), 5) складнопірядне речення: *Wer nicht umsteigt, wird überholt* (04.05.2010). Загальний розподіл заголовків за структурою наведено в таблиці 1 (див. табл. 1):

Таблиця 1

Заголовки коментарів у синтаксичному аспекті

Іменникова конструкція		Речення		Еліпсне речення		ССР		СПР	
к-ть %	сер. довжина	к-ть %	с.д.	к-ть %	с.д.	к-ть %	с.д.	к-ть %	с.д.
60	4,7	26,7	4,9	6,7	7	3,3	7	3,3	5

Як видно з таблиці 1, заголовки коментарів головним чином виражені іменниковими конструкціями (60%). Наприклад, *Revolutionäre Pünktlichkeit* (03.05.2010). Далі слідує за спадом прості речення (26,7%) і неповні речення (6,7%). Найменше зафіксовано складних речень: 3,3% складнопідрядних і 3,3% складносурядних.

Характерною ознакою заголовків є їх стислість. Усі вони вкладаються у формулу оперативної пам'яті людини 7 ± 2 . Така мовна економія обумовлена, насамперед, тим, що адресанти прагнуть привернути увагу читачів саме влучними висловлюваннями. На це вказує й те, що різниця між іменниковою конструкцією і складним реченням невелика (усереднено 5 в іменникової конструкції і 6 у складних речень). У Г. Ленка [5, с.165], який проаналізував заголовки 179 коментарів в шести надрегіональних німецьких газетах за лютий 2004 року, довжина заголовка коливається від 1,7 до 3,6 словоформ. Тобто, заголовки в проаналізованій нами газеті дещо довші за інші німецькомовні видання.

Отже, заголовки політичних коментарів газети "Berliner Zeitung" виражені переважно іменниковими конструкціями і простими реченнями. При цьому середня довжина заголовку складає 4,97 словоформ, що вказує на прагнення авторів до використання достатньо насиченого інтригуючого заголовку.

Другим складовим коментарю є вказівка на автора, що виражається в зазначенні імені і прізвища. Вони наводяться малими прописними буквами одразу під заголовком після прийменника *von*.

Останнім макроструктурним компонентом газетного коментарю є сам текст. Об'єм середньостатистичного тексту коментаря складає 12,9 речень, які переважно поділені на два абзаци по 5,5 синтаксичних конструкцій. Наприклад:

Auf dem Weg von Byzanz in die Moderne

VON THOMAS SCHMID

Generalstreik, drei Tote. Das hört sich an, als tobte in Griechenland ein wilder Klassenkampf mit offenem Resultat. Doch dem ist nicht so. Die drei Toten waren nicht Resultat von Zusammenstößen zwischen 100000 kampfbereiten Gewerkschaftlern und einer in die Defensive geratenen Staatsmacht. Sie sind Opfer einer kleinen Gruppe, die gedankenlos ihr Mütchen gekühlt hat. Wäre es anders, müsste man der verummten Truppe Mord unterstellen.

Viele Griechen sind zu Hause geblieben, und die meisten von denen, die auf die Straße gingen, glaubten wohl nicht, das Sparprogramm verhindern zu können, das gestern im Parlament beschlossen wurde. Die Demonstration war Ritual, aber auch Anklage: Die Mehrheit blutet für eine Politik, die einer Minderheit Yachten und Luxusvillen verschaffte. Doch übersehen viele, dass ein Großteil der Griechen in das vordemokratische Klientelsystem, das mehr an Byzanz als ans Osmanische Reich erinnert, verstrickt ist und mit ihm ganz gut lebte. Hunderttausende sind im Staatsdienst untergekommen. Arbeit gab es

dort wenig, aber ein Recht auf üppige Früh-Pension. Das ist kein Grund, die Griechen generell zu bezichtigen, auf der faulen Haut zu liegen. Millionen haben immer nur hart gearbeitet; die meisten von ihnen begrüßen, dass der aufgeblähte Staatsapparat schlanker werden soll. Nur wenn das gelingt, kann die Verschuldungskrise nachhaltig gelöst werden. Nur dann wird das Opfer, das man jetzt den Griechen abverlangt, sinnvoll sein. (BZ, 07.05.2010)

Синтаксичних аналіз отриманої вибірки коментарів виявив такі конструкції: прості речення, складнопідрядні, складносурядні, складні (складнопідрядні і складносурядні), а також номінативні речення (див. таблицю 2). При цьому, поруч з домінуючими розповідними реченнями зафіксовано також спонукальні (4) і питальні конструкції (11 речень).

Таблиця 2

Розподіл речень за типами в газетних коментарях

Тип речення	Кількість (%)	Середня довжина
Просте	44,7	10,4
Складнопідрядне	40,9	19,9
Складносурядне	9,5	17,8
Складне	3,9	26,5
Номінативне	1,3	4

Згідно з отриманими даними в газетних коментарях домінують майже в однаковій мірі прості речення (44,7%) і складнопідрядні речення (40,9%). Далі слідує за спадом складносурядні речення (9,5%), складні (3,9%) і номінативні речення (1,3%).

3-поміж складнопідрядних речень найбільша частка припадає на: 1) складнопідрядні означальні, як-от: *Zudem hätte jemand die nervende Trutsche aus Wuppertal vom Nebentisch entfernt, die tagelang lauthals von ihrem hochbegabten Enkel erzählte* (17.05.10), і 2) складнопідрядні додаткові речення: *Es ist dennoch richtig, dass die Politik nun mehr fordert als Entschuldigungen* (17.05.10).

Значну частку серед досліджених речень в коментарях становлять складносурядні (9,5%): *Damit wäre die rot-rot-grüne Machtperspektive für den Bund erst einmal erledigt, Schwarz-Gelb könnte eine neue Chance bekommen* (14.05.10). Це переважно безсполучникові речення, де автор логічно наводить свої доводи, висновки, припущення, аргументи тощо.

Частка складних речень, тобто таких, де є підрядний і сурядних зв'язки, складає 3,9%. Наприклад: *Bislang aber hat er versucht, die Vorgänge möglichst kleinzuhalten und intern zu regeln; bislang nämlich hat er sie als Verfehlungen Einzelner betrachtet: Nicht in den Strukturen der Kirche seien die Ursachen zu suchen, sondern in einer pluralistischen Welt, die ihre Mitte in der Kirche verloren hat* (14.05.10).

Особливістю коментарів є використання іменникових фраз (1,3%). Вони надають тексту риси телеграфного стилю. Наприклад, початкова іменникова фраза *Generalstreik, drei Tote* в коментарі від 07.05.2010 дає немов би основний підсумок подій в Греції, що описуються в коментарі.

Якщо порівняти отримані дані за шкалою Л. Райнерса [7, с. 221] (див. табл.3), то німецькі коментарі можна вважати як легко зрозумілі: середній показник 15,54 словоформи в реченні.

Слід зауважити, що для такого виду газетних текстів як коментар на відміну від інформаційних видів текстів характерне часте використання вставних речень і слів, якими адресант дає свої оцінки, коментарі тощо. Серед частотних пунктуаційних знаків в коментарях слід назвати двокрапку. Її використовують в першу чергу для мовної економії, пояснення, уточнення, а також часом для загострення уваги читача. Наприклад, *Immer mehr Kinder kommen in Deutschland unehelich zur Welt: 2008 waren es knapp 219 000, das sind 32 Prozent* (5.05.10).

Таблиця 3

Шкала Л. Райнерса

1. Дуже легко зрозуміти	1-13 слів у реченні
2. Легко зрозуміти	14-18 слів у реченні
3. Зрозуміло	19-25 слів у реченні
4. Важко зрозуміти	25-30 слів у реченні
5. Дуже важко зрозуміти	Більше 30 слів у реченні

Підсумовуючи результати проведеного аналізу німецьких газетних коментарів в кількісно-синтаксичному аспекті, можна зробити такі висновки. Німецькі газетні коментарі складаються з трьох макроструктурних компонентів: заголовок коментарю з заголовком рубрики, автора тексту і самого тексту. Заголовок виражено переважно іменниковою фразою з середньою довжиною 4,7 словоформ. Текст коментаря має в середньому 12,9 речень і поділений на два абзаци по 6,5 синтаксичних конструкцій. Середньостатистичне речення складається з 15,54 словоформ, що вважається легким для розуміння. Окрім стислості, простежуються також інші риси розмовного стилю: іменникові фрази, питальні і окличні речення.

Перспективним напрямом подальшого дослідження вбачаємо в зіставному аналізі німецьких і українських коментарів, що може показати відмінності і подібності цього виду тексту в обидвох лінгвокультурних дискурсах.

Література

1. Кійко Ю. Є. Німецькі й українські інформаційні види текстів у зіставленні / Ю. Є. Кійко // Наукові праці Кам'янець-Подільського

національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. Випуск 22. Том 1. – Чернівці : Книги XXI, 2010. – С. 188 – 192. **2. Adachi-Bähr S.** Kontrastive Analyse von Gliederungsprinzipien in argumentativen schriftlichen Texten im Deutschen und Japanischen: am Beispiel der Textsorte Leitartikel / Kommentare / S. Adachi-Bähr. – Mannheim : Institut für Deutsche Sprache, 2006. – 341 S. **3. Burger H.** Mediensprache. Eine Einführung in Sprache in Kommunikationsformen der Massenmedien / H. Burger. – 3. Aufl. – Berlin, New York : de Gruyter, 2005. – 485 S. **4. Lenk H. E. H.** Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutsch-, finnisch- und englischsprachigen Tageszeitungen // Presstextsorten im Vergleich / Hrsg. von E. Lenk, A. Chesterman. – Hildesheim/Zürich/New York : Olms, 2005. – S. 159 – 184. **5. Lenk H. E. H.** Die Textsorte ‚Pressekommentar‘ in Boulevardzeitungen der deutschsprachigen Länder / H. E. H. Lenk // Thema mit Variationen / Hrsg. von A. Jäntti, J. Nurminen. – Frankfurt a.M. : Lang, 2002. – S. 241 – 256. **6. Lüger H.-H.** Pressesprache / H.-H. Lüger. – Tübingen : Niemeyer, 1995. – 169 S. **7. Reiners L.** Stilfibel / L. Reiners. – 25. Aufl. – München : Deutscher Taschenbuch Verlag, 1992. – 265 S. **8. Renbai W.** Textstruktur des Zeitungskommentars: Eine Untersuchung der Proposition und Illokution an deutschen und chinesischen Beispielen / W. Renbai. – Bern : Peter Lang, 2001. – 280 S. **9. Straßner E.** Journalistische Texte / E. Straßner. – Tübingen : Niemeyer, 2000. – 105 S. **10. Volmert J.** Politischer Kommentar und Ideologie. Ein inhaltsanalytischer Versuch an vier frühen Nachkriegszeitungen / J. Volmert. – Stuttgart : Metzler, 1978. – 299 S.

Кійко Ю. С. Німецький газетний коментар у синтаксично-кількісному аспекті

У статті розглядаються німецькі газетні коментарі у синтаксично-кількісному аспекті на матеріалі щоденної газети “Berliner Zeitung“. У результаті аналізу були встановлені синтаксично-кількісні характеристики цього мовленнєвого жанру німецького газетного дискурсу.

Ключові слова: німецький газетний дискурс, коментар, синтаксис.

Кийко Ю. Е. Немецкий газетный комментарий в синтактико-количественном аспекте

В статье анализируются немецкие газетные комментарии в синтактико-количественном аспекте на материале ежедневной газеты “Berliner Zeitung“. В результате анализа были выявлены синтактико-количественные параметры этого языкового жанра немецкого газетного дискурса.

Ключевые слова: немецкий газетный дискурс, комментарий, синтаксис.

Kiyko Yu. Ye. German newspaper commentary: syntactic-quantitative aspect

In the article the German newspaper commentaries are analyzed in a syntactic-quantitative aspect on material of daily "Berliner Zeitung". As a result of analysis the syntactic-quantitative parameters of this genre of German newspaper discourse were found out.

Key words: German newspaper discourse, commentary, syntax.

УДК 65.012.124(045)

С. Г. Коротка

ЛІНГВОКОМУНІКАТИВНИЙ АНАЛІЗ ОПЕРАТИВНОЇ РОЛІ «ДИТИНА» В РОМАНІ СОЛА БЕЛЛОУ «ГЕРЦОГ»

Наукова актуальність теми статті визначається недостатньою вивченістю в сучасній дискурсології проблеми константних (категорійних) і змінних (оперативних) комунікативних ролей учасників діалогічного спілкування.

Одним із найбільш перспективних є, на наш погляд, соціопсихологічний ракурс комунікативно-рольового аналізу, оскільки саме психологічні ознаки не в останню чергу визначають формування комунікативної особистості, врешті решт обумовлюють її комунікативну поведінку в соціальній або комунікативній групі (наприклад, саме психологічне підґрунтя мають комунікативні ролі «мовчун/балакучий», «лідер/послідовник», «помічник» тощо), впливають на вибір професії (опосередковано – на професійні комунікативні ролі) і навіть на гендерний аспект рольової диференціації (зокрема, незалежно від статі, «етикам» більш властивий «жіночий» стиль мовлення, «логікам» – чоловічий).

Відомими у лінгвістиці є соціопсихологічна трансакційна модель особисті, запропонована Е. Берном, який виділяє три головних типи стану особистості, позначені як Родитель, Дорослий, Дитина [1, с. 15]. Соціопсихологічною за своєю природою є також типологія особистостей, запропонована О. Клаппом, який виділяє типи героїв, злодіїв, клоунів, жертв тощо [2, с. 43 – 50]. В окремих лінгвістичних працях є спроби проаналізувати специфіку мовленнєвої поведінки екстравертів і інтровертів [3], акцентуйованих особистостей [4], харизматичної особистості [5] тощо.

З огляду на це, *метою* статті є лінгвокомунікативний аналіз комунікативної ролі «дитина» як однієї із оперативних ролей головного героя англomовного роману Сола Беллоу «Герцог», що віддзеркалює

соціопсихологічні характеристики комунікативної особистості цього персонажу.

Роль «дитина» є відносно стабільною оперативною роллю Мозеса Герцога, оскільки у цю рольову категорію він таким чи іншим чином розподіляється у діалогах більшістю дійових осіб. Варто зазначити, що індекси оперативної ролі «дитина» суттєвим чином відрізняються від знаків однойменної категорійної ролі, коли Герцог спілкується зі своїми батьками (точніше, згадує у своїх внутрішніх монологіях фрагменти такого спілкування). Оперативна роль «дитина» виформовується у діалогах скоріше як носій характеристик, пов'язаних із рольовою позицією у трансакційному аналізі, запропонованому Е. Берном (див. вище).

Розподіл у рольову категорію «дитина» на рівні оціночних еквівалентів ролі підтримується самим Герцогом, його самооцінкою («*a bookish, callow boy*»), а також базується на мовленнєвій поведінці героя, який демонструє у діалогах такі категорійно пов'язані дії і предикати (характеристики фрейму «дитина»), як «довірливість» («*You signed papers — did you read them?*» «*No, I took your word*» [6, с. 112]), «виправдання» («*God! I'm sorry*»... «*I don't want to make trouble*» [6, с. 144]), безпорадність («*Obviously, thought Herzog, I wasn't fit to look after my own interests, and proved my incompetence every day*» [6, с. 259–269]) тощо. Роль дитина нав'язується головному герою його співрозмовниками експліцитно – у вигляді прямих найменувань («*childish person*») або імпліцитним посиленням на характеристики, які зазвичай пов'язані із фреймами «опіки» («*impractical*»; «*innocent kind*»; «*infantile*») або «повчання» («*Listen, Moses, it's no disgrace to be practical*» [6, с. 241]).

З соціопсихологічної точки зору комунікативна роль «дитина» є однією з маніфестацій ключової для роману категорійної ролі Герцога «професор–інтелектуал». Комунікативна особистість Герцога пов'язана передусім із родом його діяльності (професор, філософ), рівнем освіти (інтелектуал) і психологічним типом «інтуїтивно–логічного ірраціонального інтраверта» (модельною особистістю для якого вважається у сучасному типознавстві О.Д. Бальзак [7, с. 10 – 11]).

Ролі «професор–інтелектуал» і «дитина» перетинаються у когнітивному і соціопсихологічному планах.

Так, якщо рольову категорію «професор–інтелектуал» представити у вигляді предметно–акціонального фрейму, то термінальною частиною фрейму будуть предикати, які характеризують носія ролі за якісними параметрами «дивак», «не від світу сього», «розсіяний», «наївний», «далекий від реального життя».

З соціологічної точки зору такі ознаки є певними характеристиками психологічного типу «професор–інтелектуал», а саме *інтуїції* (визначається у типознавстві через поняття «вітання у хмарах», «мрії», «майбутнє» (замість теперішнього), «нереалістичне мислення» [7, с. 53] тощо) та *ірраціональності* («незакінченість», «хаотичне недбале

ставлення до життєво важливих питань», «нездатність прийняти рішення», «спонтанність» [7, с. 60]. Відповідно, пропозиції, які структурують цю частину фрейму, пов'язані із змістом «такий, що потребує опіки», що поєднує фрейм «професор–інтелектуал» із фреймом «дитина» і дозволяє пояснити розподіл Герцога у цю рольову категорію багатьма інтерактантами («*And you have as much practical sense as my ten-year-old*» [6, с. 104]).

Отже, частиною концептуального плану фрейму «дитина» є такі основні пропозиції: «є безпорадним», «потребує опіки»; «за нього потрібно все вирішувати», «його слід вчити».

У більшості випадків діалогічних інтеракцій Герцог розподіляється у рольову категорію «дитина» не стільки за допомогою експліцитних найменувань, скільки через імлікації, що ґрунтуються на засобах оформлення інтерактантами своїх мовленнєвих кроків, на змінах їх комунікативної поведінки у процесі інтеракції як наслідку орієнтованості на використання категорії «дитина» і пов'язаних з категорією стереотипних дій і предикатів, (пропозицій фрейму «дитина»):

1) такий, що є безпорадним, нереалістичним і потребує опіки: «*Jesus! You don't know anything... You an educated man? ... It's a laugh! You don't know what goes on*» [6, с. 112];

2) такий, за якого увесь час потрібно все вирішувати: «*... she and Valentine ran my life for me... All the decisions were made by them — where I lived, where I worked, how much rent I pay. Even my mental problems were set by them. They gave me my homework. And when they decided that I had to go, they worked out all the details: property settlement, alimony, child support*» [6, с. 239];

3) такий, якого слід увесь час вчити: «*They all lectured. Everyone lectured*» [6, с. 236].

Інтерактанти, які розподіляють Герцога у рольову категорію «дитина», найчастіше здійснюють це через використання жанрів повчального дискурсу, а саме: повчання («*You earned your own sentence*») [6, с. 319], осуду («*Your big mistake was to bury yourself in the country so you could finish that project of yours — that study of whatchamajig. You never did wind it up, did you?*») [6, с. 52–53]), догани («*What a jerk you were to sink so much dough into this old barn*» [6, с. 401], застереження («*Don't decide anything now. You can't afford any more mistake*» [6, с. 412], «*Don't be a fool, Mose*» [6, с. 371], схвалення («*That's no more than right*») [6, с. 405], побажання/настанови («*What you need is supervised rest*» [6, с. 405] тощо.

Як зазначають науковці, адресанту повчальних жанрів завжди властива пріоритетна роль – роль батьків як авторитетного і навіть авторитарного начала, носія моральних правил і етикетних норм, що диктують, як само слід вчиняти у тій чи іншій ситуації. Для адресата

повчального дискурсу характерна роль Дитини: він завжди знаходиться у підпорядкуванні (в залежності) адресанта [8, с. 33 – 40].

Така модель комунікативної поведінки є характерною для асиметричних ситуацій. Відповідно, роль дитини є субордінаційною, що найчастіше виявляється:

1) комунікативним домінуванням співрозмовників Герцога, які свідомо або підсвідомо розподіляють його в цю рольову категорію. Домінування виявляється у перехопленні комунікативної ініціативи («*I didn't ask you that. My question was only about Sunday night*» [6, с. 77]), в спонуканні до продовження розмови («*Well*»), у праві ставити запитання, в тому числі у формі прямих мовленнєвих актів, що «загрожують обличчю» («*Have you been complaining again?*»; «*Did you try anything?*» [6, с. 77]), у праві здійснювати оцінку (в тому числі негативну) співрозмовника («*You're damn evasive*» [6, с. 77]), звинувачувати і повчати («*There's your mistake! Right there — she can't bear that nagging, put-upon tone*»; «*You've got to learn what the score is*» [6, с. 77]).

2) Контртактиками Герцога, найпоширенішими з яких є згода із співрозмовником як непряме підтвердження права інших повчати або вирішувати за нього («*If you and Helen decided that that was what I should do, I see no objections*» [6, с. 405]) і виправдання: «*I haven't behaved very sensibly. From your standpoint... Well, from any reasonable standpoint*» [6, с. 372].

3) Відсутністю відкритого опору. Зазвичай Герцог протриває нав'язаної йому ролі, але такий опір чиниться переважно на рівні внутрішнього монологу («*I, a lecture, can't bear to be lectured*» [6, с. 25]). Нездатність відкритого опору, згода і виправдання є для інтерактантів непрямым посиленням не лише комунікативної ролі «дитина», але й підтвердженням правильності розподілу Герцога у інші рольові категорії: «слабохарактерний», «невпевнений у собі» тощо.

Гомогенними рольовій категорії «дитина» (за спільною когнітивною характеристикою «безпорадність», що імплікує необхідність опіки) є комунікативні ролі «старик» і «психічно хворий». Зокрема, розподіл у рольову категорію «старик» підтверджується словами Рамони: «*They tried to make you feel that you were old and finished*» [6, с. 243]. Роль «психічно хворий/психічно невірноважений» нав'язується Герцогу різними інтерактантами в експліцитній формі («*Madeleine says I'm insane*»; «*She said I was in a dangerous mental state*» [6, с. 70]), у формі численних непрямих актів, ілюктивною силою яких є зміст «Тобі треба лікуватися у психіатра» («*I'd like to see you less agitated. You must get some food and sleep. Probably a little medical care. A few days in the hospital, taking it easy*» [6, с. 404]), а також імплікована предикатами, пов'язаними з категорією «психічно невірноважений» («*You seem very excited*» [6, с. 22]) Варто зазначити, що комунікативна поведінка Герцога не дає підстав щодо його розподілу у зазначену рольову категорію. Виплески емоційності (ознака «*very excited*») не є

виявом хвороби, оскільки завжди обґрунтовані контекстуальними чинниками. Інші предикативні характеристики (що можуть вважаються певними співрозмовниками підставою до рольової категоризації Герцога як «несповна розуму») — ознаки «дивак», «не от від світу сього», «розсіяний», «наївний», «далекий від реального життя») складають, як зазначалося вище, термінальну концептуальну частину предметно-акціонального фреймів «професор-інтелектуал» і «дитина» (як вияви психологічних характеристик інтуїція і ірраціональність — див. вище) і, відповідно, не є достатніми для рольової категоризації героя як «insane».

Незалежно від чинників нав'язування головному герою тієї чи іншої ролі, орієнтованість інтерактантів на використання рольових категорій «старик», «дитина», «психічно хворий/психічно неврівноважений») зумовлює використання жанрів повчального дискурсу з ілюзією «опіки» і нав'язування протилежній стороні певної моделі поведінки, в тому числі комунікативної (опір ролі, ігнорування ролі, спростування, пропонування іншої ролі).

Іншою комунікативною роллю, гомогенною рольовій позиції «дитина» (за спільною предикативною ознакою «наївність», відсутність практицизму) є, на наш погляд, роль «романтик/ідеаліст». Герцог сам ідентифікує себе у цій ролі («*I know, I'm not a realiste*»; «*Herzog himself was somewhat amused by his sentimental faith in «best friends*» [6, с. 259]) або розподіляється в цю рольову категорію іншими інтерактантами («*Oh, Moses — please, don't be so romantic*» [6, с. 28]), в тому числі через залучення інтертекстуальних зв'язків за допомогою ремінісценцій і порівнянь: «*May be you don't always take cognizance, Professor, being absorbed in the true the good and the beautiful like Herr Goethe*» [6, с. 263]. Роль визначається насамперед тематичною складовою мовлення Герцога — який, зокрема, не може прийняти жорстку реальність і «заперечує» її за допомогою відповідних граматичних форм («*You can't talk like that. You can't say that*»), а також зайвою детальністю мовлення під час обговорення подробиць особистого життя (ідеалістична віра у то, що інші люди широко опікуються його проблемами, співчують йому і готові допомогти).

У свою чергу, предикати «наївний», «непрактичний», «довірливий» пов'язані причино-наслідковими відношеннями із іншою комунікативною позицією Герцога — роллю жертви, яка експліцитно визнається самим героєм («*I'm not going to be a victim. I hate the victim bit*» [6, с. 104]); імлікується ним через посилення на наявність/дії іншої сторони, яка вимушує його бути жертвою («*Mady planned it all out... Why couldn't she break off before I signed the lease?*» [6, с. 105]) і підтримується іншими співрозмовниками («*They will crush you*» [6, с. 112]; «*They tried to murder you ... in a manner of speaking, they meant to*» [6, с. 263]).

Ролі «жертви» і «дитини» мають спільні комунікативні ознаки, що виявляється насамперед у орієнтованості «носія» (або виконавця)

ролі на використання мовленнєвих жанрів скарги, ламентативної, прохання на допомогу тощо.

Отже, матеріал статті дозволив нам дійти висновків щодо змістовних і лінгвокомунікативних особливостей оперативної ролі «дитини» як однієї із комунікативних ролей головного героя роману Сола Беллоу «Герцог». По-перше, у когнітивному плані зазначена роль є реалізацією категорійної ролі (за соціопсихологічним типом комунікативної особистості) «професор-інтелектуал» на основі спільності пропозицій концептуального плану таких ролей («є безпорадним», «потребує опіки»; «за нього потрібно все вирішувати», «його слід вчити»).

По-друге, розподіл у рольову категорію «дитина» базується на мовленнєвій поведінці Герцога із предикативними ознаками «довірливість», «виправдання», «безпорадність», що конституують пропозиції фрейму «дитина». По-третє, нав'язування головному герою ролі «дитина» найчастіше здійснюється через використання його співрозмовниками жанрів повчального дискурсу, адресат якого завжди тією чи іншою мірою підпорядкований адресанту. Це виявляється засобами комунікативного домінування адресанта, відсутністю відкритого комунікативного опору з боку адресата і контртактиками адресата, які є непрямим підтвердженням права інших повчати або вирішувати за нього. По-четверте, за спільною когнітивною характеристикою «безпорадність», що імплікує необхідність опіки, встановлена гомогенність комунікативних ролей «дитина», «старик» і «психічно хворий». Розподіл у такі рольові категорії зумовлює використання жанрів повчального дискурсу з ілюстрацією «опіки» і нав'язування протилежній стороні певної моделі поведінки. За ознаками «наївність», «відсутність практицизму», «довірливість» роль «дитина» гомогенна комунікативній ролі «романтик/ідеаліст» і ролі «жертва» (у причинно-наслідковому плані).

Перспективним напрямом подальших наукових досліджень у ракурсі комунікативно-рольового аналізу діалогів художньої прози є, на наш погляд, визначення лінгвокомунікативних індексів зміни комунікативних ролей у діалогічних інтеракціях і встановлення рівня сумісності різних рольових позицій учасників.

Література

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы / Э. Берн / Пер. с англ. – М. : ФАИР – ПРЕСС, 2000. – 480 с. **2. Klapp O. E.** Symbolic Leaders. Public Dramas and Public Men / O. E. Klapp. – Chicago : Aldine, 1964. – 272 p. **3. Ляпон М. В.** Языковая личность: поиск доминанты / М. В. Ляпон // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность: Сб. ст. / Ин-т рус. яз. РАН. – М., 1995. – С. 260 – 276. **4. Бондаренко Я. О.** Дискурс акцентуированных

мовних особистостей: комунікативно–когнітивний аспект: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Я. О. Бондаренко / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – К., 2002. – 248 с. **5. Петлюченко Н. В.** Феномен харизми: аспекти дослідження / Н. В. Петлюченко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки». – №5. – 2008. – С. 476 – 482. **6. Bellow S. Herzog / S. Bellow.** – New York : Fowcett Crest Book, 1970. – 416 p. **7. Крегер О.** Типы людей и бизнес / О. Крегер, Дж. Тьюсон; пер. с англ. В. Г. Панова. — М. : АСТ: Астрель, 2005. – 457 с. **8. Габидуллина А. Р.** Основы теории речевой коммуникации: учеб. пособие для вузов. Изд. 2-е, перераб. и доп / А. Р. Габидуллина, М. В. Жарикова. – Горловка : Изд-во ГГПИИЯ, 2005. – 282 с.

Коротка С. Г. Лінгвокомунікативний аналіз оперативної ролі «дитина» в романі Сола Беллоу «Герцог»

Стаття присвячена дослідженню оперативної комунікативної ролі «дитина» і гомогенних їй рольових позицій як реалізації категорійної ролі «професор–інтелектуал» в романі Сола Беллоу «Герцог».

Ключові слова: комунікативна роль, оперативна роль/позиція, гомогенна роль, лінгвокомунікативний, когнітивний.

Короткая С. Г. Лингвокоммуникативный анализ оперативной роли «ребенок» в романе Сола Беллоу «Герцог»

Статья посвящена исследованию оперативной коммуникативной роли «ребенок» и гомогенных ей ролевых позиций как реализации категориальной роли «профессор–интеллектуал» в романе Сола Беллоу «Герцог».

Ключевые слова: коммуникативная роль, оперативная роль/позиция, гомогенная роль, лингвокоммуникативный, когнитивный.

Korotka S. G. Lingocommunicative analysis of the operative role «child» in the novel of Saul Bellow «Herzog»

The article is devoted to the investigation of the operative communicative role «child» and its homogenous role positions as the realization of the categorical role «professor/intellectual» in the novel of Saul Bellow «Herzog».

Key words: communicative role, operative role/position, homogenous role, linguistic–communicative, cognitive.

УДК 811.111'37

А. В. Косенко

ДІЄСЛІВНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ BEAUTY

Актуальність статті зумовлена тим фактом, що частинно-мовна репрезентація концептів як складовий елемент їх вербалізації хоча і досліджується у працях багатьох лінгвістів (Н. А. Беседіна, М. М. Болдирев, С. Г. Воркачов, О. Л. Вохмяніна, Г. Г. Слишкін та ін.), залишається одним з наймеш висвітлених питань мовознавчої науки. Н. А. Беседіна зазначає, що звернення до морфології співпадає з загальною логікою когнітивних досліджень в лінгвістиці, орієнтованих на вивчення співвідношення мовних форм з їх когнітивними аналогами і перш за все з структурами знання певних форматів та дослідження моделі організації та обробки концептуального змісту в мові [1]. Морфологія, на думку дослідниці, об'єктивує мовне знання, котре є складовою частиною знання про світ та включає в себе знання мовних значень, форм та категорій та знання про світ як воно концептуалізовано мовою. Саме в морфології, зауважує вчена, репрезентуються ті фундаментальні концепти, які відіграють найважливішу роль для побудови власне концептуальної системи людини, забезпечують її впорядкованість та без яких людина не могла б сформувати певний образ світу. До таких концептів Н. А. Беседіна відносить ВРЕМЯ, КОЛИЧЕСТВО, ОТНОШЕНИЕ, ПЕРСОНАЛЬНОСТЬ, МОДАЛЬНОСТЬ, ДЕТЕРМИНАЦИЯ. Даний факт слугує підґрунтям для виокремлення морфологічної репрезентації як особливого способу передачі знань в мові та підійти до вивчення морфології в когнітивному аспекті [2, с. 3].

С. Г. Воркачов говорить про те, що семантичне представлення багатьох концептів, виражених абстрактними іменниками, орієнтовано переважно на прикметники [3]. О. Л. Вохмяніна стверджує, що відмінність концептів від лексичних значень слова полягає в тому, що вони позбавлені категоріально-граматичного, тобто частинно-мовного значення, а отже не співвідносяться з певною частиною мови [4]. Г. Г. Слишкін до проблем сучасної концептографії відносить відсутність концептуарія, складеного на основі всього різноманіття мовних апеляцій до концептів, а не лише за допомогою домінантів-іменників [5].

У своїх розвідках дослідники розглядають різноманітні аспекти частинномовної репрезентації концепту. Так, Н. А. Басилая зазначає, що рух об'єкта, його процесуальні характеристики, позначається дієсловом [6]. О. М. Благодарна досліджуючи засоби вербалізації концепту РОБОТА, доходить висновку, що їх частинномовні категорії залучають субстантивні, дієслівні, ад'єктивні та адвербіальні номінації, репрезентовані лексемами та їхніми структурно-семантичними дериватами, тобто вільними словосполученнями, фразеологічними словосполученнями та ідіомами [7, с. 101].

Говорячи про дієслово як вербалізатор концепту, М. М. Болдирев зазначає, що категоріальне значення дієслова виступає єдністю двох його аспектів, а саме статичного, тобто системно-семіологічного, та динамічного, тобто функціонально-семіологічного. Статичний аспект передбачає, що в системному значенні дієслова закладені певні змістові характеристики концепту, репрезентованого ним концепту [8].

На думку В.І. Карасика наявність великої кількості дієслівних одиниць, що вербалізують концепти вітальної сфери, свідчить про їх значну номінативну густину (це поняття розглядалось вище) та актуальність в свідомості народу [9]. О. Ю. Мокрушина вважає, що доцільно розглядати концепт ДОБРЫЙ як виражений прикметником [10, с. 7]. М. В. Шаманова в ході дослідження виявила, що лексико-семантичне поле ОБЩЕНИЕ нараховує 1828 лексем та 314 фразеологічних одиниць. Найширше тут представлені дієслова та іменники, а прикметники та прислівники меншою мірою [11].

Метою статті є опис дієслівних засобів вербалізації концепту BEAUTY в авторському дискурсі. Для її досягнення цієї поставлено наступні завдання: 1) визначення частотних характеристик компонентів синонімічного ряду лексеми *beautify* як прямої дієслівної номінації концепту BEAUTY у авторському дискурсі; 2) виокремлення на основі частотних характеристик центральних та периферійних компонентів у структурі дієслівних засобів вербалізації концепту BEAUTY; 3) аналіз та інтерпретація отриманих результатів.

Дієслівні засоби є важливим конститuentом морфологічної структури концепту BEAUTY. Вони є засобом мовного вираження оцінки та містять в своїй структурі сему [ОЦІНКА], а також семи [ПОЗИТИВНА ОЦІНКА] та [НЕГАТИВНА ОЦІНКА] факультативно [12].

На першому етапі дослідження ми визначаємо синонімічний ряд лексеми *beautify* послуговуючись лексикографічним джерелом *Your Dictionary* (<http://www.yourdictionary.com>). Цей вибір обумовив той факт, що воно містить інформацію багатьох авторитетних джерел, зокрема *Full Roget's Thesaurus* як передового ресурсу в дослідженні синонімії. Окрім того, сайт постійно поповнюється новою інформацією. На нашу думку саме використання вищезгаданого ресурсу дозволить нам досягти найповнішої репрезентації синонімічного ряду лексеми *beautify*. Синонімічний ряд лексеми *beautify* згідно *Your Dictionary* [13] включає 10 компонентів (*beautify, decorate, improve, adorn, plant, embellish, garden, landscape, ornament, enhance*). Для дослідження репрезентації даного синонімічного ряду в авторському дискурсі нами були обрані твори американських та британських авторів (64 твори 10 авторів). Для роботи з творами ми використовували програмне забезпечення *Digitale Bibliothek Band 59: English and American Literature* [14], послуговуючись методами корпусної лінгвістики. Матеріал дослідження охоплює 14658 сторінок (6767276 слововживань). Спочатку ми визначили частотні

характеристики компонентів синонімічного ряду *beautify* в творах кожного з авторів, а потім уклали зведену таблицю.

При інтерпретації даних таблиці нами були отримані наступні результати.

Дієслівні засоби вербалізації концепту BEAUTY представлені лексемою *beautify* та її синонімічним рядом, який нараховує 9 компонентів, а саме *adorn, embellish, garden, landscape, ornament, enhance, decorate, plant, improve*. В ході дослідження виявлено, що загальна частота вживання вищезазначеного синонімічного ряду у проаналізованому матеріалі становить 251 одиницю.

Ядро тут конститує лексема *improve* (120 одиниць). Говорячи про її значення (*to become better than before; to make sth/sb better than before*) виступає узагальнюючим для значення лексеми *beautify* (*to make sb/sth beautiful or more beautiful*).

Ближню периферію складають лексеми, частотний показник вживання яких складає 31-80 одиниць, а саме *decorate* (36 одиниць) та *plant* (37 одиниць). Значення лексеми *decorate* (*to make sth look more attractive by putting things on it*) тісно корелює зі значенням лексеми *beautify*. Значення лексеми *plant* (*to put plants, seeds, etc. in the ground to grow*) виступає уточнюючим компонентом для значення лексеми *beautify*.

Дальня периферія представлена лексеми, які репрезентовані частотним показником 1 – 30 та значення яких конкретизує значення лексеми *beautify*. Сюди належатимуть такі компоненти як *adorn* (16 одиниць), *embellish* (6 одиниць), *garden* (3 одиниць), *landscape* (2 одиниці), *ornament* (9 одиниць) та *enhance* (11 одиниць).

Отже, частотні показники вживання дієслівних вербалізаторів концепту BEAUTY характеризуються неоднорідністю та мають неоднорідну, ієрархічну, трьохрівневу структуру, яка графічно може бути відображена наступним чином:

Таблиця 1

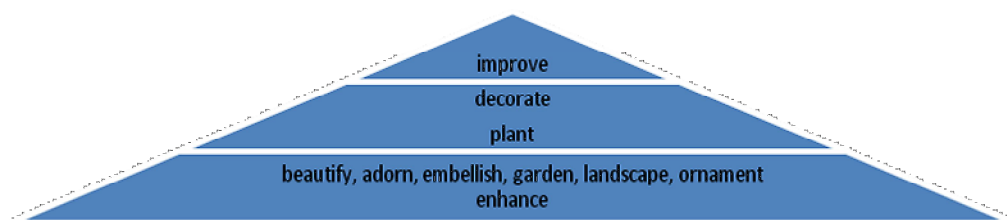
Частотні характеристики дієслівних засобів вербалізації концепту BEAUTY

Частотний параметр	1-30	31-80	81-120
Лексичні одиниці	<i>beautify</i>	<i>decorate</i>	<i>improve</i>
	<i>adorn</i>	<i>plant</i>	
	<i>embellish</i>		
	<i>garden</i>		
	<i>landscape</i>		
	<i>ornament</i>		
	<i>enhance</i>		

Також помітні деякі авторські особливості використання дієслівних вербалізаторів концепту BEAUTY. У Вільяма Блейка, наприклад, знаходимо лише лексему *plant*, у Вілкі Колінза *plant* та *garden*. Джейн Остен у своїх творах віддає перевагу лексемі *improve* (19 одиниць), інші елементи мають низькі частотні показники (1 – 4 одиниць). Джоан К. Роулінг послуговується переважно лексемами *improve* (26 одиниць) та *decorate* (21 одиниця.)

Загалом, структура дієслівних засобів вербалізації концепту BEAUTY можуть бути репрезентовані наступним чином:

Рис. 1. Дієслівні засоби вербалізації концепту BEAUTY



Отже, дієслівні засоби вербалізації концепту BEAUTY в авторському дискурсі репрезентовані трьохрівневою, ієрархічно впорядкованою структурою, яка передає акціональну семантику. В перспективі доцільним видається дослідження інших частиномовних категорій засобів вербалізації концепту BEAUTY та проведення його фреймового аналізу.

Література

- 1. Беседина Н. А.** Морфологически передаваемые концепты: дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.04, 10.02.19 / Н. А. Беседина. – Тамбов, 2006. – 354 с.
- 2. Болдырев Н. Н.** Когнитивные механизмы морфологической репрезентации в языке / Н. Н. Болдырев, Н. А. Беседина // Известия РАН. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 2006. – Vol. 66. – С. 3 – 10.
- 3. Воркачев С. Г.** Концепт как “зонтиковый термин” / С.Г. Воркачев // Язык, сознание, коммуникация. – Вып. 24. – М. : Макс прес, 2003. – С. 4 – 12.
- 4. Вохмянина А. Л.** Структура английского лексико-фразеологического поля *common / low* / А. Л. Вохмянина // Вестник СамГУ. – Самара : Изд-во СамГУ, 2006. – №8 (48). – С. 220 – 223.
- 5. Слышкин Г. Г.** Концептологический анализ институционального дискурса / Г. Г. Слышкин // Филология и культура. Материалы III международной конференции. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2001. – Вып. 1. – С. 34 – 36.
- 6. Басилая Н. А.** Категория признаковости в языке / Н. А. Басилая. – Тбилиси : Изд-во Тбил. ун-та, 1988. – 303 с.
- 7. Благодарна О. М.** Номінативні засоби вербалізації концепту РОБОТА та їх частиномовна класифікація (на матеріалі англійської мови) / О. М. Благодарна // Вісник СумДУ. Серія Філологія. – Суми : Вид-во СумДУ, 2007. – №2. – С. 94 – 102.
- 8. Болдырев Н. Н.** Функциональная категоризация английского глагола Монография. / Н. Н. Болдырев. – М. : Либроком, 2009. – 144 с.
- 9. Карасик В. И.**

Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с. **10. Мокрушина Е. Ю.** Концепт “добрый” как этический феномен лингвокультуры (на материале английского языка): автореф. дисс. на соискание уч. степ. канд. филол. наук: спец. 10.02.19 “Теория языка” / Е.Ю. Мокрушина. – Кемерово, 2008. – 20 с. **11. Шаманова М. В.** Национальная специфика отражения концепта “общение” в лексико-фразеологической системе русского языка / М. В. Шаманова // Язык и национальное сознание. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1999. – Вып. 2. – С. 52 – 54. **12. Шлякина О. А.** Структура языкового концепта оценки в современном английском языке: На материале оценочных глаголов: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Ольга Александровна Шлякина. – Архангельск, 2005. – 210 с. **13. Your Dictionary.** – Available at : <http://www.yourdictionary.com/>. **14. Digital Library, Volume 59.** Directmedia, Berlin, 2002. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM): кольор.; 12 см. – Систем. вимоги: IBM PC 486 і вище; 16 Mb RAM; SVGA CD-ROM, Windows 95/98/ME/2000/NT/XP. – English and American Literature from Shakespeare to Mark Twain.

Косенко А. В. Дієслівні засоби вербалізації концепту BEAUTY

В статті розглядаються поняття частинно-мовної репрезентації та морфологічної структури концепту, здійснюється аналіз дієслівних засобів вербалізації концепту BEAUTY, реконструюється їх ієрархія.

Ключові слова: концепт, частинно-мовна репрезентація концепту, морфологічна структура концепту, дієслівні засоби вербалізації концепту.

Косенко А. В. Глагольные средства вербализации концепта BEAUTY

В статье рассматриваются понятия частеречевой репрезентации и морфологической структуры концепта, осуществляется анализ глагольных средств вербализации концепта BEAUTY, реконструируется их иерархия.

Ключевые слова: концепт, частеречевая репрезентация концепта, морфологическая структура концепта, глагольные средства вербализации концепта.

Kosenko A. V. Verbal means of the verbalization of the concept BEAUTY

The article considers the notions of part of speech representation and morphological structure of the concept. The research of verbal means of verbalization of the concept BEAUTY is carried out, their hierarchy is reconstructed.

Key words: concept, part of speech representation of the concept, morphological structure of the concept, verbal means of concept verbalization.

УДК 81'271

Н. К. Кравченко

**МЕТОДИКА АНАЛИЗА РАЗГОВОРНОГО ДИСКУРСА В
РАКУРСЕ ТЕОРИИ ЛИЦА И ВЕЖЛИВОСТИ**

Научная актуальность статьи обоснована интересом современного отечественного и зарубежного языкознания к исследованию коммуникации как системного явления, важными организующими принципами которого являются позитивная и негативная вежливость, устанавливая и поддерживая социальное равновесие, способность участников осуществлять интеракцию в атмосфере относительной гармонии [1].

В связи с этим, *целью* исследования данной статьи является разработка методики анализа разговорного дискурса на основе анализа концепций лица и вежливости П. Брауна и С. Левинсона [2] и максим вежливости Дж. Лича [1].

Категория «лицо» («потеря лица») является представлением индивидуума о самом себе, и, одновременно, его социокоммуникативным имиджем, связанным с понятиями языковой/коммуникативной и социальной личности. Поскольку любой речевой акт может осознаваться как такой, что посягает на свободу личности и, тем самым, воспринимается как «угрожающий лицу», говорящие разрабатывают стратегии для уменьшения этой угрозы. Другими словами, вежливость может быть определена как коммуникативное действие, смягчающее и уравнивающее «разрушительный» эффект актов, угрожающих лицу.

Разграничивается два типа «пожеланий лица»: позитивное лицо и негативное лицо. Позитивное соотносится с желанием восприниматься и оцениваться как социальная личность, негативное – с желаниями личности добиться того, чтобы ее действиям не препятствовали. Пожелания лица соотносятся с двумя основными мотивами, которые выделяются П. Брауном и С. Левинсоном в межличностном общении: стремлением сохранить лицо, создавая положительный имидж, и стремлением сохранить свою территорию, уклонившись от требований, ущемляющих собственные интересы. В соответствии с двумя типами лиц языковые сообщества развивают стратегии, удовлетворяющие позитивным и негативным «пожеланиям лица», то есть стратегии позитивной и негативной вежливости. Существует прямая связь между количеством «работы лица», которая выполняется говорящими, и набором ситуативных переменных: а) властью; б) социальной дистанцией; в) серьезностью требований. Например, просьба взять займы чью-то машину связана с большей работой лица, чем просьба воспользоваться чьим-то карандашом.

П. Браун и С. Левинсон выделяют четыре основных типа стратегий вежливости:

1) стратегия «bald on record» когда говорящий не пытается минимизировать угрозу «лицу» слушающего. Наиболее распространенными вариантами использования стратегии являются следующие: а) чрезвычайные ситуации («Помогите!», «Берегись!»); б) ситуации, требующие максимальной эффективности действий («Не уходи!», «Не спеши!», «Послушай!»); в) при формулировании просьбы/требования («Покажите Ваш язык» (на приеме у врача); г) в случае необходимости предупреждения/оповещения в интересах слушающего («Женщина, у вас порвались колготки!»; «Не переходите дорогу на красный свет!»); д) тактическая ориентированность на решение конкретной задачи («Помогите мне передвинуть компьютер!»); е) отсутствие желания сохранять чье-то лицо («Не забудь выключить свет, когда будешь уходить»).

2) Непрямая стратегия «off-record», когда говорящий пытается избежать актов, угрожающих лицу, посредством намеков и импликаций с целью побудить слушателя самому догадаться о том, чего хочет говорящий. Реализуется в форме намека («Ты так прекрасно готовишь пиццу» (намека: приготовь пиццу); других возможностей косвенного изъяс «вежливость отдаления» (или вежливость дистанции), поскольку они, как и термины П. Браун и С. Левинсона, подчеркивают полярность данных стратегий [3; 4, с. 116–133]. Вежливость сближения представляет собой демонстрацию солидарности с адресатом, а вежливость отдаления – сохранение дистанции между говорящим и слушающим, проявление уважения к последнему.

П. Браун и С. Левинсон выделяют пятнадцать стратегий *позитивной вежливости* [2, с. 102]: яснения («Возможно, кому-то следовало бы более тщательно готовиться к урокам»); с помощью сарказма или шутки («Да, тебе действительно удалось превзойти саму Помелу Андерсон!»).

3) Стратегия *позитивной вежливости* показывает, что вы признаете желание вашего слушателя на уважение его «лица», а также подтверждает дружелюбность и взаимность ваших отношений.

4) Стратегия *негативной вежливости* также признает «лицо» собеседника, но при этом учитывает, что на это лицо оказывается определенное давление, угрожающее его свободе. *Негативная вежливость* минимизирует ущерб негативному лицу собеседника/собеседницы и употребляется, согласно П. Браун и С. Левинсону, если имеет место власть говорящего над слушающим и/или социальная дистанция между ними [2, с. 176].

Соглашаясь с некоторыми исследователями, мы трактуем позитивную вежливость как «вежливость сближения» (или вежливость контакта), а негативную – как:

1) Относись с пониманием к интересам, потребностям и добродетелям слушающего (Notice, attend to H's interests, wants, needs, goods) («Ты действительно выглядишь уставшей. Давай я помогу тебе раздеться»)

2) Преувеличивай интерес, одобрение, симпатию к слушающему (Exaggerate interest, approval, sympathy with H) («Какое замечательное платье! Оно тебе удивительно идет»);

3) Увеличивай степень интереса к слушающему (Intensify interest to H) («Ну как твое здоровье? Ты уже был у врача? Что он сказал?»);

4) Используй маркеры принадлежности к группе (Use in-group markers) («Привет, дружище, где ты так долго «зависал?»);

5) Ищи согласия (Seek agreement) («Мы ведь всегда хорошо понимали друга. Правда?»);

6) Избегай несогласия (Avoid disagreement) (A: Ты считаешь, это платье для меня слишком дорого? B: Да нет, не очень. Совсем не дорого).

7) Предполагай, создавай, утверждай общность интересов (Presuppose, raise, assert common ground) («Ты слышал последний сингл N? Это как раз именно то, чего мы от него ждали»).

8) Шути (Joke);

9) Утверждай, предполагай, что говорящему известны заботы и желания слушающего (Assert, presuppose H's knowledge of and concern for H's wants) («Ну давай же, рассказывай, как тебе удалось переговорить с N»);;

10) Предлагай, обещай (Offer, promise) («Если ты поможешь мне с математикой, мы сможем пойти в кино»);

11) Будь оптимистичен (Be optimistic) («Я уверен/надеюсь, что у тебя все получится»);

12) Вовлекай в деятельность и говорящего, и слушающего (Include both S and H into activity) («Если мы будем готовиться вместе, то нам не страшен никакой экзамен»)

13) Информировуй либо спрашивай о причинах (Give or ask for reasons)

14) Предполагай и утверждай взаимность (Assume or assert reciprocity) («Ты же поможешь мне с организацией концерта?»)

15) Демонстрируй понимание и симпатию к слушающему (Give gifts to H: goods, understanding, cooperation) («Я представляю, как тебе тяжело с ним общаться»).

Таким образом, анализ стратегий *позитивной вежливости* ориентирован на выявление средств, указывающих на общность взглядов, солидарность (тактики включения, приобщения, например, инклюзивное «мы», «наш»: «все мы знаем», «многие из нас», «там будут все наши»), установление релевантности информации для слушателя, оперирование знанием личной информации, демонстрация близости, дружбы, взаимности, участия в интересах, потребностях и желаниях слушающего («мы с тобой давно знаем друг друга», «ты же меня

знаешь», «мы сто лет знакомы», «будь другом, ...», «мы же одна команда», «я всегда на твоей стороне»), общий слэнг, прозвища; использование псевдосогласия и других средств, позволяющих избежать разногласий («конечно, я буду с тобой»), ободряющий и оптимистический тон.

Выделяется десять основных стратегий *негативной вежливости* или стратегий «дистанцирования» [2, с. 131].

1) Выражайся косвенно (Be conventionally indirect) («Ты не знаешь, кто бы мог помочь мне с английским?»)

2) Используй хеджирование (будь уклончив) и вопросы (Question, hedge) («Вероятнее всего, если все будет нормально, он к нам присоединится, будем на это надеяться» «Возможно, вы могли бы, как бы это точнее сказать, одолжить мне до завтра некоторую сумму денег?»)

3) Будь пессимистичен (Be pessimistic) («Ты, конечно, не сможешь одолжить мне до завтра свой автомобиль»);

4) Минимизируй степень вмешательства/давления/принуждения (Minimize the imposition)/ («Я не хочу показаться навязчивым, но не могли бы вы...»)

5) Уважай мнения и желания собеседника (Give deference) («Я, конечно, понимаю, что вы очень торопитесь, но не могли бы вы уделить мне минуту внимания?»);

6) Извиняйся (Apologise) (Я заранее прошу прощения, но позвольте мне напомнить вам о завтрашней встрече»);

7) Имперсонализируй говорящего и слушающего (Impersonalise S and H) («Обычно коллеги страхуют друг друга в таких ситуациях»).

8) Представляй акт ликоповреждения как общее правило (State the FTA as a general rule) «В таких случаях обычно никто не обижается»);

9) Номинализируй утверждения (Nominalise) («Удовлетворение жалоб наших клиентов – важная составляющая нашей работы»), используй пассив («Должники не могут быть допущены к экзамену»); местоимения во множественном числе («Мы были бы признательны получить от вас подтверждение нашего заказа»).

10) Выражайся так, как будто тебе делают одолжение, а не ты обязываешь собеседника (Go on record as incurring a debt, not indebting) («Я буду чрезвычайно признателен, если вы мне перезвоните»).

Таким образом, *негативная вежливость* реализуется средствами, которые демонстрируют дистанцию между говорящими, позволяют минимизировать принуждение, подчеркивают важность времени и задач слушающего. Наиболее распространенные формулы негативной вежливости включают использование извинений или вопросов, различных косвенных речевых актов, позволяющих ответить «нет»: «Извините за беспокойство, но вы не могли бы занять мне 500 гривен, если, конечно, вы располагаете сейчас свободными средствами», «Приходи на вечеринку, если у тебя будет время». Важно отметить, что

уровень возможности отказа связан с уровнем вежливости: чем больше вариантов отказа предлагает говорящий слушающему, тем более вежливой будет его просьба. С этой целью для реализации стратегий негативной вежливости используются средства хеджирования и митигации (если возможно, своего рода, вы не возражаете, если, вы не хотели бы), а также пресеквенции (термин конвексационного анализа, означающий высказывание, предваряющее последовательность секвенций: реплик, которые связаны содержательно и организационно и отделяются от остального текста). Например, выявление субъективных обстоятельств другой стороны перед высказыванием просьбы («Какие у Вас планы на сегодняшний вечер?») предоставляет почву для отказа в необидной форме. Задачам подчеркивания дистанции между собеседниками и, соответственно, реализации негативной вежливости служат также средства номинализации, имперсонализации или установления принуждения как общего правила («Развитие этого проекта представляет особый интерес для всех сторон»; «обычно так не поступают»).

Поскольку стратегии позитивной и негативной вежливости являются коммуникативными действиями, предназначенными для смягчения последствий актов, угрожающих лицу (АУЛ) (*face threatening acts*), остановимся на рассмотрении этой разновидности вербальных актов, которые по своей сути и свойствам угрожают лицу и могут, соответственно, требовать компенсирующих (восстанавливающих лицо) действий. Примерами актов, угрожающих лицу, служат *прямые речевые акты* предложения, просьбы, запроса, приглашения и др., которые содержат немитигированные императивы, не оставляющие слушающим права выбора: либо делать то, что им говорят, либо показаться «некооперативными» (отказаться от сотрудничества): «помой пол»; «не задерживайся на работе», «отвечайте на вопрос».

Выделяется две основных категории АУЛ: *акты, угрожающие негативному лицу и акты, угрожающие позитивному лицу*. Оба варианта способны причинить ущерб как говорящему, так и слушающему, когда один из собеседников вынужден подчинить свою волю другому.

Акты, угрожающие негативному лицу, имеют место в том случае, если один из коммуникантов не пытается избежать ограничения свободы действий своего собеседника.

1) *Ущерб слушающему* наносится речевыми действиями, которые: а) устанавливают (утверждают) или отрицают его будущие акты и, тем самым, оказывают давление на слушающего в отношении их исполнения. Примерами являются *приказы, просьбы, советы, напоминания, угрозы, предупреждения*; б) выражают чувства говорящего в отношении слушающего или его окружения (комплименты, изъявление зависти или восхищения, сильных негативных эмоций в отношении слушающего (ненависти, гнева и т.д.); в) вынуждают слушающего

принять или отвергнуть определенный «позитивный» акт говорящего – например, в виде *предложения* и *обещания*.

2) *Ущерб говорящему* заключается в том, что он по той или иной причине вынужден подчиниться власти слушающего. Это проявляется: а) посредством выражения благодарности; б) принятия благодарности или извинения; в) извинениями; г) принятием предложения; д) ответами на нарушение слушателем социального этикета; е) обязательствами предпринять действия, которые он не желает делать.

Акты, угрожающие позитивному лицу, показывают, что говорящий/слушающий не заботится о чувствах и желаниях своего собеседника.

Ущерб слушающему наносится речевыми действиями, выражающими негативную оценку говорящим позитивного лица слушающего. Это может осуществляться в форме прямого или косвенного указания на то, что: а) говорящему не нравится какой-то аспект собственности, желаний или личностных качеств слушающего; б) слушатель неправ, нерационален, ошибается и др. Примеры: выражение *неодобрения* (в том числе *оскорбления, обвинения, жалобы, противоречия, несогласия, возражения*).

Вторая возможность нанесения ущерба слушающему заключается в выявлении безразличия говорящего в отношении позитивного лица слушающего. Так, адресат, скорее всего, будет смущен или даже испуган поведением говорящего в случае чрезмерного выражения последним своих эмоций. Говорящий может прямо указывать на то, что он не разделяет ценностей или опасений слушающего, проявляя неуважение, упоминая темы, которые не соответствуют контексту разговора или вообще неприемлемы. Безразличие говорящего к пожеланиям позитивного лица слушающего проявляется также затрагиванием социально уязвимых тем (политики, расовых проблем, религии); некооперативным поведением (прерываниями и т.д.); неверной идентификацией слушающего (по критериям статуса, пола, возраста), что может вызвать обиду или замешательство (например, фамильярное обращение по имени к своему начальнику, обращение к молодой девушке «женщина» и др.), унижением слушающего или хвастовством.

Ущерб позитивному лицу говорящему заключается в том, что он вынужден осуществлять речевые действия, показывающие осознание им своей неправоты или неспособности себя контролировать. Формами нанесения ущерба говорящему служат извинения (наносит ущерб собственному лицу, допуская, что он сожалеет об одном из предыдущих речевых актов); принятие комплимента; неспособность контролировать свое физическое «Я»; неспособность контролировать свое эмоциональное «Я»; самоунижение; признания.

Ограниченность теории П. Браун и С. Левинсона состоит в том, что категории вежливости не являются взаимно исключающими. Так,

высказывание «Будь другом, подбрось меня до ближайшей станции метро, если ты едешь в эту сторону» содержит одновременно средства позитивной и негативной вежливости.

Методика анализа разговорного дискурса в ракурсе теории «лица и вежливости» должна, на наш взгляд, включать элементы методики анализа кооперативных принципов и имплицатур Х. П. Грайса [5], а также теории речевых актов [6]. Необходимость применения интегративной методики обоснована не только ограниченностью отдельных методик как инструмента дискурс-анализа, но и функциональным «пересечением» исследуемых ими явлений, а именно: коммуникативные функции, выполняемые в дискурсе речевыми актами, соотносятся со стратегиями позитивной / негативной вежливости, а также со стратегиями использования / игнорирования кооперативных принципов. В частности, модератор качества (quality hedge) как одна из реализация стратегии негативной вежливости (подстратегии хеджирования, уклончивости) П. Браун и С. Левинсоном соотносят с одной из максим П. Грайса – максимумом качества, «неподдельности» [2, с. 164]. Модератор количества (quantity hedge), который также служит для защиты негативного лица слушающего, П. Браун и С. Левинсон соотносят с максимумом количества П. Грайса [2, с. 164].

Следует отметить, что может иметь место как согласование, так и конфликт стратегий вежливости с кооперативными принципами. Например, нарушение максимы способа выражения нередко проявляется во многословии, которое, в свою очередь, обосновано стремлением вежливого обращения с незнакомцем или в ситуации статусного доминирования (стратегия негативной вежливости): «Могу ли я вас попросить, если это, конечно, вас не затруднит ...». С другой стороны, чем меньше социальная дистанция между собеседниками, тем меньше в дискурсе негативной вежливости и непрямых актов.

Со стратегиями позитивной и негативной вежливости связаны максимы вежливости. В частности, Дж. Лич [1, с. 67] применяет теорию вежливости к отдельным типам речевых актов (в трактовке Дж. Серля), выделяя соответствующие пары максим.

А) *максима такта (tact)* (для директивов (импозитивов) и комиссивов), которая сфокусирована на слушающем и гласит: минимизируй издержки / затраты другого (cost) и увеличь до максимума пользу другого. Первая часть максимы связана со стратегией негативной вежливости (минимизацией принуждения), вторая — отражает стратегию позитивной вежливости прислушаться к интересам, потребностям и нуждам говорящего.

Б) *Максима великодушия (generosity)* (для директивов (импозитивов) и комиссивов) – обратная сторона максимы тактичности, так как фокусируется на говорящем и гласит: минимизируй пользу для себя и увеличь до максимума издержки для себя.

В) *Максима одобрения* (approbation) *другого* (для экспрессивов и ассертивов/репрезентативов): «минимизируй осуждение (неодобрение) другого и увеличь до максимума одобрение другого». Первая часть соотносится со стратегией «избегать разногласий», вторая – соотносится со стратегией позитивной вежливости – поднимать настроение людей, демонстрируя солидарность: «Я уверен, что вы найдете интересную работу, так как вы этого вполне заслуживаете» (форма вежливого отказа с минимизацией неодобрения).

Г) *Максима одобрения другого* образует пару с *максимой скромности* (modesty) *для себя* (для экспрессивов и ассертивов/репрезентативов): «Какой же я идиот, я снова забыл поздравить тебя с праздником». Вопросы из зала к выступающему на конференции (лектору и т.д.): «Скорее всего, мой вопрос покажется вам дилетанским, но мне хотелось бы услышать...», «Возможно, мой вопрос не совсем уместен», «Я не очень хорошо разбираюсь в этой сфере, однако...». Тот, кто задает такие вопросы, не только сохраняет свое лицо, но и лицо отвечающего, сокращая угрозу вопроса.

Д) *Максима согласия* (для репрезентативов/ассертивов): «минимизируй разногласия между собой и другим» и увеличь до максимума согласие (соотносится со стратегией позитивной вежливости «стремление к солидарности, к согласию и избежание разногласия»).

Е) *Максима симпатии* (для репрезентативов): минимизируй антипатию и увеличь до максимума симпатию/сопереживание; включает такие речевые акты вежливости, как поздравление, сочувствие, соболезнование [1, с. 82].

Ж) С этой максимой связана *максима предупредительности* (consideration), введенная D. Stuse [7, с. 366]: минимизируй дискомфорт/неудовольствие других; смягчай неприятные, болезненные, беспокойные и неловкие ситуации, будь оптимистом.

Особенности применения максим Дж. Лича зависят от различных факторов: социальной дистанции между говорящим и слушающим, авторитета партнеров по коммуникации и др. Так, например, при реализации максимы такта увеличение социальной дистанции требует предоставить слушающему больше свободы выбора, что, в свою очередь, приводит к преимущественному использованию косвенных способов выражения.

Ограниченность теории максим заключается, на наш взгляд, в том, что список максим может быть продолжен практически до бесконечности, поскольку ни одна модель не исчерпывает все человеческие интеракции. Так, приведенные выше максимы могут быть дополнены максимой терпения («Могу я взглянуть на ваши бумаги? — Не торопитесь, смотрите сколько») и др.

Методика анализа дискурса, связанная с исследованием феномена лица и вежливости, включает следующие этапы:

1) Обосновать, какие стратегии – позитивной или негативной вежливости – преобладают в дискурсе и почему. Какими средствами они выражаются.

2) Выявить, по возможности, максимы вежливости и их связь со стратегиями позитивной и негативной вежливости:

3) Обосновать использование максим вежливости.

4) Определить, каким образом стратегии и максимы вежливости согласуются с кооперативными принципами и с разговорными импликациями Х. Грайса, с прямыми и косвенными речевыми актами.

5) Определить акты, угрожающие лицу.

6) Сделать выводы о том, каким образом использование тех или иных стратегий вежливости связано с жанром, контекстом и статусно-ролевыми характеристиками коммуникантов.

Примеры анализа фрагмента дискурса с применением методики, основанной на исследовании феномена лица и вежливости

«Тема сегодняшнего урока имеет для нас особое значение. Я думаю, многим из вас будет интересно узнать, что на следующем уроке у нас модуль. Вы знаете, что многие из вас слишком много пропускали, некоторых из вас я вообще вижу впервые. Поэтому мы просто обязаны еще раз остановимся на пройденном материале – хотя впереди у нас несколько новых тем, а скоро конец семестра. Я надеюсь, вы сами заинтересованы в том, чтобы работать быстро и все успеть. Если вы постараетесь, у вас обязательно получится, я в этом уверена».

В приведенном фрагменте говорящим используются стратегии как позитивной, так и негативной вежливости. Средства позитивной вежливости подчеркивают солидарность и общность взглядов преподавателя с аудиторией. В частности, говорящим используются выражения, привлекающие внимание студентов («Я думаю, многим из вас будет интересно узнать, что...»), «Я надеюсь, вы сами заинтересованы в том, чтобы...»), демонстрируется интерес к их потребностям в сочетании с оперированием знанием информации об аудитории («Вы знаете, что многие из вас слишком много пропускали, ... мы просто обязаны еще раз остановимся на пройденном материале»). Солидарность подчеркивается инклюзивным «мы» («имеет для нас особое значение», «мы еще раз остановимся», «впереди у нас несколько новых тем»), релевантность сообщаемого для слушателей — местоимением «вы» («имеет для вас особое значение», «многим из вас», «некоторых из вас», «вы сами», «у вас все получится»). «Преувеличенный интерес» и симпатия к слушающим выражены интенсификаторами «обязательно», «слишком», «особое». Стратегия «будь оптимистичен» проявляется на синтаксическом уровне в употреблении вводного предложения «Я в этом уверена» и глагола в сочетании с интенсификатором «у вас обязательно получится».

Среди средств выражения негативной вежливости, минимизирующих навязывание информации студентам, используется хеджирование в виде модераторов качества и количества. Модератор качества представлен эпистемическими вводными предложениями «*Я думаю*», «*Я надеюсь*»; модератор количества – наречиями меры и степени «*просто* (обязаны), смягчающего облигаторность. Негативная вежливость реализуется посредством псевдосогласия, позволяющего избежать разногласий («вы сами заинтересованы в том, чтобы ...»), имперсонализации («многие из вас», «некоторых из вас») и редуцированной пассивации («у нас модуль» вместо «мы пишем модуль»). Средством уменьшения «давления» на слушающего является хеджинг, выраженный условными придаточным предложением «Если вы постараетесь».

Своеобразным приемом реализации негативной вежливости служит нарушение максимы количества информации: «...многие из вас пропускали занятия, а некоторых из вас я вообще вижу впервые ... Я надеюсь, вы сами заинтересованы в том, чтобы работать быстро и все успеть». Пропущенное логическое звено – «заинтересованы, так как плохо подготовлены» становится основой имплицатуры скрытого «принуждения»: «должны работать быстро, чтобы подготовиться».

Помимо своей основной функции, использование стратегий вежливости в приведенном фрагменте имплицитно означает смысл, противоположный вежливости. Это осуществляется посредством нарушения максимы способа выражения (говорящий слишком многословен). В контексте всего содержания речи говорящего и, в частности, при сопоставлении с эксплицитной информацией о том, что студенты плохо посещали занятия, многословие («*Я думаю, многим из вас будет интересно узнать, что на следующем уроке у нас модуль*») может имплицитно означать сарказм, насмешку — то есть смысл, противоположный вежливости.

Со стратегиями вежливости связано использование говорящим максим вежливости:

а) максимы согласия посредством выражения псевдосогласия («вы сами заинтересованы в том, чтобы ...»); б) максимы великодушия, которая реализуется посредством имплицатуры («Хотя я могу не успеть вычитать все темы до конца семестра, я рискую ради вас») как следствия нарушения максимы количества информации: «...мы еще раз остановимся на пройденном материале — хотя впереди у нас несколько новых тем, а скоро конец семестра»; в) максимы такта, которая выражается средствами позитивной вежливости, демонстрирующими интерес к потребностям студентов

Таким образом, анализ дискурсивного фрагмента на основе методики исследования стратегий вежливости позволяет сделать определенные выводы о жанре, контексте, цели дискурса, а также о статусно-ролевых характеристиках его участников. Так, особенности

реализации говорящим стратегий вежливости свидетельствуют о жанровой гибридности приведенного фрагмента. В частности, преимущественное использование средств позитивной вежливости в сочетании с максимами вежливости (согласия, великодушия и такта), а также отсутствие адресованных студентам прямых речевых актов, «угрожающих лицу» (учитель избегает эксплицитного порицания студентов за плохую посещаемость и подготовку) выделяют оперативные/ситуационные роли преподавателя «друг студентов», «желающий угодить студентам» как реализацию статусной роли «представитель института, предоставляющий образовательные услуги» (корреспондирующая роль студентов – «клиент и потребитель услуг на рынке образования»). Таким образом, преобладание стратегий позитивной вежливости указывает не только на то, что говорящие разделяют значительную часть контекстуальных знаний, но и на особенности речевого события «урок» как институционального дискурса, проявляющего характеристики жанровой гибридности в аспекте ролей коммуникантов, особенностей их интеракций (возможность отсутствия оценки или обратной связи) и др. Роли преподавателя и используемые им стратегии вежливости обусловлены новым контекстом педагогического дискурса в обществе потребления: институты и их представители становятся провайдерами образовательных услуг, а студенты – их основными клиентами и источниками доходов.

Перспективным направлением дальнейших исследований представляется разработка интегративной методики анализа разговорного дискурса на основе дополнения предложенной в статье прагмалингвистической методики элементами методов и приемов конверсационного анализа, критического дискурс-анализа, интеракционной социолингвистики и других авторитетных школ современной дискурсологии.

Литература

- 1. Leech G. N.** Explorations in Semantics and Pragmatics / G. N. Leech. – Amsterdam, Philadelphia : Benjamins, 1980. – 133 p.
- 2. Brown P.** Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
- 3.** http://31f.ru/dissertation/page_12,43-dissertaciya-kommunikativnye-strategii-vezhlivosti-v-stereotipnom-rechevom-povedenii-viktorianskoj-zhenshhiny.html
- 4. Ларина Т. В.** Коммуникативная категория вежливости: межкультурный аспект//Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки. – 2003. – Вып. 17. – С. 116 – 133.
- 5. Grice H. P.** Logic and Conversation // In: Syntax and Semantics. – Vol. 3: Speech Acts / Ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. – New York : Academic Press, 1975. – P. 41 – 58.
- 6. Michael L Geis.** Speech acts and conversational interaction: Toward a theory of conversational competence / Michael L Geis. – Cambridge&New York : Cambridge University Press, 1995. – 248 p.
- 7. Cruse D. Alan.** Meaning in language: An

introduction to semantics and pragmatics / D. Cruse. – New York: Oxford University Press, 2000. – 424 p.

Кравченко Н. К. Методика аналізу розмовного дискурсу в ракурсі теорії обличчя і ввічливості

Стаття присвячена оглядові концепції обличчя і ввічливості у її взаємозв'язку з теорією кооперативних принципів і теорією мовленнєвих актів у ракурсі розробки інтегративної методики аналізу розмовного дискурсу.

Ключові слова: теорія обличчя і ввічливості, позитивна ввічливість, негативна ввічливість, акти, що загрожують обличчю, максими ввічливості.

Кравченко Н. К. Методика анализа разговорного дискурса в ракурсе теории лица и вежливости

Статья посвящена обзору концепции лица и вежливости в ее взаимосвязи с теорией кооперативных принципов и теорией речевых актов в ракурсе разработки интегративной методики анализа разговорного дискурса.

Ключевые слова: теория лица и вежливости, позитивная вежливость, негативная вежливость, акты, угрожающие лицу, максимы вежливости.

Kravchenko N. K. Methods of the colloquial discourse analysis in an aspect of the face and politeness theory

The article explores the face and politeness conception while establishing their interrelations with cooperative principles and speech acts theories for the purpose of working out the integrative method of the colloquial discourse analysis.

Key words: face and politeness theory, negative politeness, positive politeness, face threatening acts, politeness maxims.

УДК 811.111'373.7

Т. А. Купинская

**СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ
ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С ЗООМОРФИЧЕСКИМ
КОМПОНЕНТОМ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ВНЕШНОСТЬ
ЧЕЛОВЕКА**

В процессе жизнедеятельности человек создает свою образную систему мировосприятия, отображающую национально-культурные традиции конкретного языкового коллектива, что, в свою очередь,

передается в языке, образуя языковую картину мира. Наиболее тесно с национально-культурной спецификой языка связана такая область языка, как фразеология. Будучи уникальной и неповторимой, она представляет неограниченные возможности для изучения.

Издавна человек считался „мерилом” всех вещей, поэтому в процессе изучения фразеологической системы любого языка особое внимание следует уделять антропоцентрическому подходу, который лежит в основе переноса различных качеств представителей животного мира на человека, и выяснению факторов возникновения тех или иных ассоциаций. Анализируя образ человека с помощью фразеологических единиц, следует учитывать все составляющие характеристики „портрета” человека, такие как черты характера, нравственные качества, интеллектуальные способности, внешность, поведение, эмоциональное состояние, речь, трудовая деятельность и т.п.

Проблемами изучения фразеологии в контексте культуры занимались такие известные лингвисты, как Е. Верещагин, Д. Добровольский, В. Костомаров, В. Телия. В области сопоставительного исследования фразеологических единиц следует обратить внимание на труды Е. Арсентьевой, Л. Байрамовой, В. Мокиенко, А. Райхштейна. ФЕ антропоцентрической направленности не раз становились предметом специального исследования И. Куражовой, Ц. Огдоновой, Л. Сакаевой, В. Ужченко, Ф. Фархутдиновой. В аспекте невербальной коммуникации данные ФЕ были рассмотрены Е. Крейдлиным, М. Маякиной.

На наш взгляд, одним из самых интересных факторов изучения образа человека путем фразеологических единиц (далее – ФЕ) с зооморфическими компонентами является описание его внешности.

Цель данной статьи – выделить и проанализировать основные семантические особенности английских ФЕ с зооморфическими компонентами, которые характеризуют внешность человека; выявить преобладающую оценочную коннотацию на основе ассоциаций с тем или иным животным.

Человеческий образ, который создается при знакомстве, выступает как регулятор последующего отношения к нему. Поэтому значительное внимание уделяется имиджу, построению внешнего облика по необходимым критериям [1].

Проблема внешности человека не представляет особой сложности, так как само понятие „внешность” трактуется сравнительно однозначно в словарях и справочниках. Так, по определению С. Ожегова „Внешность – 1) внешний вид чего-нибудь; 2) наружный облик человека”. Синонимичным данному понятию является понятие „наружности” (внешний блик, вид), которое мы также можем использовать применительно к характеристике человека [2, с. 3].

С другой стороны, внешность человека является достаточно сложным образованием и представляет собой систему элементов,

которые можно выделить при визуальном изучении объекта. Причем, к внешности человека следует относить не только элементы, составляющие физический тип человека, – пол (*a dolly bird* – хорошенькая девушка), возраст (*be not a chicken* – быть в возрасте), телосложение (*knee high to a duck* – воробью по колено, очень низкий) – и анатомические признаки наружного строения тела человека, но и функциональные особенности: осанка, походка (*it is a good horse that never stumbles* – конь на четырех ногах, и тот спотыкается), привычки, особенности поведения (*behave like a hog* – вести себя, как свинья). К ФЕ, характеризующим внешность человека, также можно отнести его манеру одеваться (*dressed up like a dog's dinner* – одетый вульгарно; *put on the dog* – одетый напоказ, слишком экстравагантно).

Во внешнем виде первым оценивается рост и объем человека. Известно, что чем ниже человек ростом, тем меньшими значимостью, статусом наделяют его окружающие люди, особенно, если у них нет предварительной информации, а чем полнее – тем смешнее и неуклюжей он выглядит в глазах собеседников. Однако, данный признак не является самым важным критерием внешности. Более надежным признаком является одежда. Считается, что она свидетельствует о вкусе человека, иногда говорит о его материальном положении, что, в свою очередь, также говорит о статусе человека.

В английской фразеологии довольно часто встречаются ФЕ, употребляемые для оценки внешности человека: высокий / низкий, полный / худой, привлекательный / непривлекательный, проворный / неуклюжий и т.п. Данные ФЕ в основном построены на шутке, иронии, призваны вызвать комический эффект или же указать человеку на те или иные его внешние характеристики. Однако, фразеологизмы подобного типа, имеющие зооморфический компонент в своей семантике, не являются многочисленными в английском языке, поэтому представляют особый интерес.

При анализе исследуемого материала нами были выделены следующие критерии оценивания, позволяющие характеризовать ту или иную фразеологическую единицу характеристики внешности человека.

1. Вид (данная категория характеризует общие признаки описания внешности человека, основанные на прямом сравнении с животным): *as black as a crow* – черный как ворон; *as like as an apple to an oyster* – совсем разные; *face of the dying calf* – придурковатый вид; *as fat as a pig* – толстый как свинья; *knee high to a duck* – воробью по колено, очень низкий; *like a staffed calf* – как пугало; *catlike eyes* – глаза как у кошки.

2. Сущность (данная категория описывает внешние признаки человека на основе образного сравнения с животным, раскрывая сущность конкретного явления): *black swan* – белая ворона (редкое явление); *puffed up as a turkey cock* – надутый как индюк; *dark horse* – темная лошадка (о человеке, о котором ничего не известно); *to look like a*

cat that has just swallowed the canary – выглядеть очень радостно; *all cats are grey in the dark* – ночью все кошки серы; *that is a horse of another color* – эта лошадь другой масти (это совсем другое дело); *the fox may grow grey but never good* – лиса может поседеть, но стать хорошей никогда не сможет (горбатого могила исправит); *like a hog on ice* – как свинья на льду; *as naked as a worm* – в чем мать родила; *hang-dog air* – виноватый вид.

3. Возрастные особенности: *as the old cock crows, so does the young* – как старый петух кукарекает, так и молодой повторяет (яблоко от яблони недалеко падает); *be not a chicken* – быть в возрасте; *old bird* – опытный; *there is life in old dog yet* – есть еще порох в пороховницах; *spring chicken* – юнец; *an old ass is never good* – от старого осла мало проку (старость не радость); *an old dog will learn no new tricks* – старая собака не выучит новые трюки.

Фразеологизмы, характеризующие внешность человека, также позволяют обратить внимание на особенности его психики, прогнозировать его поведение (в том числе и речевое), предвидеть возможные итоги общения. Здесь особая роль принадлежит ФЕ, репрезентирующим невербальное общение (non-verbal communication).

По определению Л. Петровской, невербальные средства общения – это совокупность типичных действий (телодвижений, мимики, жестов и т.п.), закрепленных национально-культурными традициями в определенном языковом коллективе, используемых в различных социально-коммуникативных ситуациях [3].

ФЕ, связанные с невербальным поведением человека, характеризующие его внешность в той или иной степени, представляют довольно большой пласт фразеологизмов, соотносимых, в основном, с соматическим кодом культуры (фразеологизмы с компонентами-названиями частей тела человека). Однако, для нас особый интерес представляют ФЕ английского языка с зооморфическим компонентом, количество которых весьма ограничено.

По мнению Е. Ожеговой, в мимике оценивается мера приветливости, открытости в выражении лица, что психологически может облегчать или затруднять общение. Радужная улыбка психологически воспринимается как снижение статуса и сближения, облегчает вступление в контакт. Напряженность, зажатость рук свидетельствует о страхе, неуверенности в себе собеседника, потребности в психологической защите. Темперамент при общении субъективно воспринимается через скорость, энергичность движения и речи. Неторопливые, энергичные жесты психологически в человеческом сознании связываются с высокой самооценкой, образом начальника, а мелкие суетливые жесты – с низким статусом, образом подчиненного [1].

Например, одним из самых выразительных средств невербального общения являются глаза, взгляд человека: *make sheep's eyes at one* (смотреть влюбленными глазами); *cat shuts his eyes when*

stealing cream (закрывать глаза на свои грехи); *catlike eyes* (глаза как у кошки).

Немаловажным невербальным средством является улыбка, смех. Г. Крейдлин замечает: „Если губы – это орган тела, отражение физического, телесного мира, то глаза – явная антитеза губ, это, главным образом, отражение мира духовного” [4, с. 350]. Например: *horse laugh* (громкий смех, хохот); *to grin like a Cheshire cat* (о человеке, который всегда улыбается).

Как известно, выделяются положительный, отрицательный и нейтральный оценочные компоненты фразеологического значения, в основе которых лежат осуждение, одобрение или отсутствие ярко выраженного одобрения или осуждения как констатация социально устоявшейся оценки какого-либо явления (в данном случае – внешности человека). Приведём следующие примеры:

– положительное оценочное значение: *that is a horse of another color* (это совсем другое дело), *watch something as a cat watches a mouse* (пристально следить за чем-либо);

– отрицательное оценочное значение: *as fat as a pig* (толстый как свинья), *horse laugh* (громкий смех, хохот);

– нейтральное оценочное значение: *as black as a crow* (черный как ворон), *as meek as a lamb* (покорный как ягненок).

Однако, на наш взгляд, определить эмоционально-оценочный компонент семантики ФЕ, характеризующих внешность человека, довольно трудно, так как практически все проанализированные фразеологизмы имеют нейтральную оценочную коннотацию, без ярко выраженного одобрения, а отрицание, в основном, выражается посредством гиперболизации и иронии (*like a hog on ice* – как свинья на льду; *knee high to a duck* – воробью по колено, очень низкий, etc). Это связано с тем, что, по мнению И. Куражовой, в английской лингвокультуре внешние признаки человека находятся „на периферии”, а приоритет отдается личностным качествам человека [5].

Первое впечатление, которое производит человек при знакомстве, является важной характеристикой, хотя и не всегда объективной. Здесь особая роль принадлежит внешности человека. Внешняя привлекательность, умение себя подать, опрятность, хорошие манеры характеризуют человека положительно и производят приятное впечатление. Небрежность, неуклюжесть, чрезмерная жестикуляция и т.п. являются отрицательными характеристиками и дают право оценивать человека негативно.

Таким образом, при анализе внешности человека с помощью фразеологических единиц с зооморфизмами следует учитывать все характеристики внешнего облика человека: пол, возраст, телосложение, походка и т.п. Можно сделать вывод, что англичанам не свойственно обращать внимание на внешние недостатки, однако четко прослеживается тенденция к осуждению поведенческих негативных

признаков. Також, для целостного восприятия внешнего облика человека в аспекте теории фразеологии необходимо учитывать невербальные средства коммуникации как способ описания определенного эмоционального состояния человека. ФЕ данного вида не являются достаточно изученными, поэтому проблема их дальнейшего анализа и классификации представляет особый интерес.

Литература

- 1. Ожегова Е. В.** Идеографические поля в описании внешности человека [Электронный ресурс] / Е. В. Ожегова. – Режим доступа : http://ttech.pstu.ac.ru/mnp04/mnp04/s6/6_2.rtf
- 2. Ожегов С. И.** Словарь русского языка: 70 000 слов / Под ред. Н. Ю. Шведовой. – 22-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1990. – 921 с.
- 3. Петровська Л. Є.** Відображення невербальних засобів спілкування у болгарській фразеології: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03 / Л. Є. Петровська; НАН України. Ін-т укр. мови. – К., 2006. – 20 с.
- 4. Крейдлин Г. Е.** Русские жесты и жестовые фразеологизмы: отражение наивной этики в невербальном и вербальном кодах / Г. Е. Крейдлин // Логический анализ языка: Языки этики / отв. ред.: Н. Д. Арутюнова, Т. Е. Янко, Н. К. Рябцева. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 341 – 353.
- 5. Куражова И. В.** Имена животных как отражение ценностной картины мира в английской лингвокультуре: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 [Электронный ресурс] / И. В. Куражова; Ивановский гос. ун-т. – Иваново, 2007. – 23 с. – Режим доступа : <http://www.ivanovo.ac.ru/win1251/science/avtoreferat/kurgakova.doc>
- 6. Спирс Р. А.** Словарь американских идиом / Р. А. Спирс. – М.: Рус. яз., 1991. – 464 с.
- 8. Англо-український фразеологічний словник** / Уклад. К. Т. Баранцев. – 2-ге вид., випр. – К.: Знання. – 2005. – 1056 с.
- 9. Фразеологічний словник української мови** / Уклад.: В. М. Білоноженко та ін. – К.: Наук. думка, 1993. – 984 с.
- 9. The On-line Dictionary of English Slang** [Electronic resource]. – Available from : <http://www.peevish.co.uk/slang/index.htm>.

Купінська Т. О. Семантичні особливості англійських фразеологічних одиниць з зооморфічним компонентом, які характеризують зовнішність людини

У статті проаналізовано основні особливості англійських фразеологізмів з зооморфізмами, які характеризують зовнішність людини. Особливу роль займають ФО, які репрезентують невербальне спілкування, бо вони здебільшого визначають мовну поведінку людини та риси його характеру.

Ключові слова: зооморфізм, конотація, невербальне спілкування, лінгвокультура.

Купинская Т. А. Семантические особенности английских фразеологических единиц с зооморфическим компонентом, характеризующих внешность человека

В статье проанализированы основные особенности английских фразеологизмов с зооморфизмами, которые характеризуют внешность человека. Особая роль принадлежит ФЕ, репрезентирующим невербальное общение, так как они во многом определяют речевое поведение человека и свойства его характера.

Ключевые слова: зооморфизм, коннотация, невербальное общение, лингвокультура.

Kupinskaya T. A. Semantic peculiarities of English phraseological units with zoomorphic components in their structure that describe appearance

The article presents the analysis of the basic peculiarities of English zoomorphisms that describe people's appearance. Special role is paid to phraseological units that represent non-verbal communication as they define language behaviour and main character traits of a person.

Key-words: zoomorphism, connotation, non-verbal communication, linguistic culture.

УДК 811.111'23

Г. О. Леймонченко

ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

Серед найбільш інтригуючих тем в сучасному лінгвістичному дослідженні особливе місце займає невербальна комунікація. Причин для її широкого дослідження досить багато, в той самий час, науково систематизувати компоненти невербальної комунікації досить складно. Прояв емоцій, погляд, зміна тону і ритму голосу, жести, пози, міжособовий простір, чергування висловів – все це більш менш явні елементи досліджень, про які сперечаються і не завжди доходять згоди різні учені [1, с. 32]. Інколи інтерес до одного з таких явищ, або їх комплексу, стимулює виникнення цілих напрямів досліджень, які проводять з великою методологічною точністю.

Актуальною тенденцією сучасною лінгвістики є її активна інтеграція до антропоцентричної парадигми науки, що підтверджується постійним зверненням мовознавців до результатів емпіричних досліджень про людину. У рамках актуальної антропоцентричної парадигми вчені-лінгвісти інтенсивно розробляють проблеми визначення контекстів, умов і принципів здійснення ефективного спілкування

(Н. Д. Арутюнова, А. Д. Белова, О. С. Іссерс, І. А. Стернін, Н. Р. Grice, R. Lakoff, D. Tannen, Т. А. Van Dyke та інші). Одним зі значущих об'єктів таких досліджень є невербальна поведінка людини, що виявляється в жестах, міміці, голосових модуляціях, позах, дотиках, дистанціях між комунікантами тощо.

Отже, об'єктом даного дослідження є невербальні компоненти в процесі відображення діалогічної взаємодії комунікантів у художньому тексті. При цьому діалог ми розуміємо широко – і в параметрі «автор – читач», і в аспекті комунікації двох або більше персонажів.

Предметом дослідження є соціальна та ситуативна зумовленість використання невербального коду, яка репрезентована у художньому дискурсі, в аспекті взаємодії сукупності вербальних та невербальних засобів в процесі спілкування.

Мета нашого дослідження полягає у вивченні невербальних засобів комунікації з точки зору їх актуалізації у художньому тексті.

Відомо, що міміка, жести як елементи невербальної поведінки особи є однією з перших візуальних, знакових систем, засвоєваних в онтогенезі. Найбільш вагомим аргументом на користь пріоритету невербальної мови над вербальною служать результати, що свідчать про інтернаціональний характер основних мімічних картин, поз, наборів жестів, а також дані про межі жестикуляції і міміки, які виступають генетичними ознаками людини [2, с. 14]. Спонтанна невербальна поведінка поступово доповнюється символічною мімікою, жестами, інтонаціями, позами, використання яких засноване на культурному, груповому, ситуативному погодженні й неможливе без попереднього вивчення. Структура, зміст, форма невербальної поведінки, його актуалізація обумовлені багатовіковою практикою спілкування.

Невербальна поведінка партнерів одночасно виступає як умова пізнання їх особистостей, виникнення стосунків та як своєрідна форма звернення один до одного. Саме у спілкуванні яскраво виявляється індикативно-регулятивна функція невербальної поведінки людини. Невербальна поведінка вплетена в її внутрішній світ [2, с. 26]. Отже, ця поведінка являє собою зовнішню форму існування й проявлення психічного стану людини.

Спілкування як особливого роду діяльність – це творча гра інтелектуальних та емоційних сил співбесідників, це взаємне навчання партнерів, досягнення ними нових знань під час обговорювання предмета розмови, це досягнення встановленої кожною стороною мети переговорів (обмін думками, враженнями).

Люди можуть обмінюватись різними типами інформації на різних рівнях. Відомо, що спілкування не вичерпується усними або письмовими повідомленнями [3, с. 143]. В цьому процесі важливу роль грають манери партнерів, жести, та невербальне вираження емоцій в цілому.

Серед функцій, які мова рухів тіла виконує в нашому повсякденному житті, найважливішою є індикація емоційних станів людини. Це була перша область невербальної комунікації, яка піддалася систематичному вивченню. Невербальний знак емоції П. Екман і В. Фрізен назвали “проявом афекту” (“affect display”), але згодом затвердилася назва “прояв емоцій” (“emotional display”) [4, с. 25].

Емоції – це особливий клас суб'єктивних психологічних станів особистості, що відображаються у формі безпосередніх переживань, процес і результати власної діяльності і взаємин з навколишнім світом. Оцінка людиною навколишнього світу ґрунтується на системі цінностей, прийнятій даним суспільством.

Емоційна комунікація підтверджує справедливість думки Ю. М. Караулова, що “за кожним текстом стоїть мовна особистість, яка володіє мовною системою” [5, с. 18]. Саме в стані емоційного збудження, в спонтанному та неконтрольованому мовленні мовна особистість проявляється повною мірою: тоді віддзеркалюється її бачення світу, ціннісні орієнтири, уявлення про доречність / недоречність мовних засобів. Мовна особистість ніби скидає маску.

Центральне положення в кінесичній поведінці людини займає вираз обличчя [6, с. 10]. Обличчя постійно знаходиться у полі зору партнера по комунікації, що, поза сумнівом, впливає на формування й розвиток його мімічного репертуару.

Обличчя – найбільш значима з комунікативної та експресивної точки зору частина тіла, а міміка – найбільш контрольований невербальний сигнал. Мімічні прояви емоцій – важливий чинник, регулюючий життя людини в соціальній групі. Крім того, міміка та пантоміміка тісно пов'язані з мовленням і являються однією зі складових частин соціальної взаємодії. Насправді, коли відправник супроводжує мову мімікою та пантомімікою, які підкреслюють або змінюють вербальне повідомлення, одержувач сигналізує про те, що він чує (виражає зацікавленість / не зацікавленість, згоду / не згоду) [7, с. 67]. При цьому він знижує плечима, киває головою, рухає бровами, губами і лобовими м'язами як відображено в наступних прикладах з художніх творів:

– *Я приходжу сюди, коли мені особливо погано. З ними, – Дарця неконкретно кивнула головою у бік міста. (Любомир Дереш)*

– *Ну що ж, – знизувала плечима я, – Мадонна в кліні теж у хустці. (Ірена Карпа)*

Larita bites her lip and looks extremely unhappy. After a moment John returns, with Sarah's sweater over one arm and Larita's coat over the other. (Noel Coward)

Сильніше або слабкіше піднімання або опускання брів постійно супроводжує мову і служить “коментарем”. В процесі соціальної взаємодії людина за допомогою обличчя утворює швидко й комплексну мімічну послідовність, яка виконує важливу комунікативну функцію.

Між мимічними рухами (особливо рухами лоба) і супроводжуючою мовою виникає інтенсивна синхронна взаємодія.

He scratched his head and frowned. 'Didn't I read in the paper the day where they'd finally found out what it was?' (Kurt Vonnegut)

Пов'язані з мовою мимічні сигнали доповнюють значення вербальних висловів і служать для здобуття зворотного зв'язку. Крім того, за допомогою мимічних рухів регулюють послідовність взаємодії, чергують вислови і синхронізують мову.

На сприйняття людини впливають різні елементи обличчя – залежно від культури, до якої вона належить, соціального контексту, а також від часу та оточуючих умов [8, с. 112]. Довірливому, емпатичному співпереживаючому спілкуванню, звичайно, сприяють експресія людського обличчя, миміка та пантомиміка. Під останньою розуміють виразні рухи всього тіла.

Що стосується вираження емоцій за допомогою поз, то тут дослідження П. Екмана показали, що в порівнянні з мимікою і жестикулою поза дає доволі незначну інформацію про емоційні стани людини: якщо вираз обличчя надає більше інформації про конкретні емоції, то положення тіла (поза) демонструє глибину й інтенсивність емоцій, що переживаються [3, с. 36]. Якщо людина всім тілом повернута до інших, нахилена до співрозмовника, голову тримає прямо, погляд відкритий, то вона уважно, зацікавлено сприймає того, з ким спілкується.

Друзі сиділи поруч із нею за столом, не знали, куди подіти руки, нервували й пітніли. (Сергій Жадан)

Діти в неї на уроках сиділи, як вкопані: слухали її історії про білих котів, що не давали перейти Марії Іванівні дорогу до дому... (Ірена Карна)

Говорячи про точність сприйняття експресії обличчя, необхідно відзначити, що окремі мимічні зони лоба, очей, рота, лівої і правої половини обличчя діють як ланки одного ланцюга, в наслідок чого має сенс розглядати не лише їх приватні характеристики, але й цілісну мимічну активність [7, с. 81]. Цілісність миміки є головним елементом експресивної поведінки людини, тому зміна якого-небудь компонента мимічної структури призводить до зміни всього її змісту.

Невербальна поведінка зумовлена різними факторами: психологією людської особи, суспільною психологією, фізіологічними аспектам існування людини і соціуму, категорією часу. Всі ці багатоаспектні і зв'язані між собою параметри лінгвокультури знаходять своє віддзеркалення у художньому тексті. Подібне віддзеркалення має як експліцитне, так і імпліцитне вираження, з чого виходить особлива складність вивчення невербальних засобів комунікації в аспекті їх існування у просторі художнього дискурсу.

Таким чином, перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні невербальних засобів комунікації з точки зору актуалізації їх знаково-системної будови в художньому тексті.

Література

- 1. Горелов И. Н.** Избранные труды по психолингвистике / И. Н. Горелов. – М.: Лабиринт, 2003. – 314 с.
- 2. Лабунская В. А.** Экспрессия человека: общение и межличностное познание / В. А. Лабунская. – Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 1999. – 608 с.
- 3. Вилюнас В.** Психология эмоций / В. Вилюнас. – СПб.: Питер, 2008. – 496 с.
- 4. Экман П.** Узнай лжеца по выражению лица / П. Экман, У. Фризен. – СПб.: Питер, 2010. – 272 с.
- 5. Караулов Ю. М.** Ассоциативная грамматика русского языка / Ю. М. Караулов. – М.: ЛКИ, 1999. – 328 с.
- 6. Багдасарова Н. А.** Невербальные формы выражения эмоций в контексте разных культур: универсальное и национальное / Н. А. Багдасарова // Материалы межвузовского семинара по лингвострановедению. – МГИМО-Университет, 2006. – С. 14 – 16.
- 7. Коццолино М.** Невербальная коммуникация. Теория, функции, язык и знак / М. Коццолино. – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009. – 248 с.
- 8. Пиз А.** Язык жестов: как читать мысли других людей по их жестам / А. Пиз. – М.: Ай-Кью – 1995. – 257с.

Леймонченко Г. О. До питання про особливості невербального спілкування

Стаття продовжує серію публікацій автора з дослідження проблеми невербального спілкування. Для більш репрезентативного аналізу невербальних знаків надаються приклади відображення невербального коду в художніх творах.

Ключові слова: комунікація, кінесичні засоби, невербальний код, паралінгвістика, міміка, пантоміміка.

Леймонченко А. О. К вопросу об особенностях невербального общения

Статья продолжает серию публикаций автора согласно исследуемых проблем невербальной коммуникации. Для более репрезентативного анализа невербальных знаков представлены примеры отображения невербального кода в художественных произведениях.

Ключевые слова: коммуникация, кинесические средства, невербальный код, паралингвистика, мимика, пантомимика.

Leymonchenko A. To the question about characteristics of nonverbal communication

The article continues a number of author's publications on the problems of nonverbal communication. For a more representative analysis the examples from modern fiction are given.

Key words: communication, kinetic facilities, nonverbal code, paralinguistics, mimics, pantomimics.

УДК 811.161.1'33

С. А. Матвєєва, Н. В. Фатєєва

ПРО ДЕЯКІ КАТЕГОРІЇ ТЕКСТУ В АСПЕКТІ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

Поняття «**текст**» в історії лінгвістичної думки в різні періоди тлумачилося неоднозначно, трансформуючись під впливом особливо актуальних для мовознавства ідей. З погляду **комунікативної лінгвістики** текст розглядається як «цілісна семіотична форма лінгвопсихоментальної діяльності мовця, концептуально та структурно інтегрована, що служить прагматичним посередником комунікації й діалогічно вбудована до семіотичного універсуму культури» [1, с. 599 – 600]. Дослідники стверджують, що «зміна структурно-семантичної парадигми вивчення мови на комунікативно-прагматичну привела до пріоритету лінгвістики мовлення, у зв'язку із чим текст розуміється не просто як об'єднання мовних знаків, а як ланка в комунікативному ланцюзі «продуцент – текст – реципієнт» [2, с. 8], тобто текст розглядається як один з носіїв інформації в процесі здійснення комунікативної діяльності, як невід'ємний компонент акту комунікації. Ця робота присвячена аналізу категорій лінгвістики тексту з позицій **інтернет-комунікації**.

На сьогоднішній день Інтернет є однією зі сфер соціальної взаємодії і спілкування, що розвиваються дуже активно. Найбільш поширена форма спілкування в Інтернеті – текстовий контакт.

Одним з важливих питань дослідження Інтернету є питання приналежності ресурсів Інтернету до тих або інших жанрів комунікації. У дослідженнях останнім часом виділяються різні жанри інтернет-комунікації. Так, наприклад, О. Н. Галічкіна відзначає функціонування наступних жанрів: «1) електронна пошта; 2) чат – неформальне спілкування в реальному часі за допомогою комп'ютера; 3) електронні дошки оголошень; 4) комп'ютерні конференції» [3, с. 4]. Інші дослідники [4, с. 305] до жанрової системи інтернет-комунікації, крім перерахованих, включають також сайт – «сукупність web-сторінок з повторюваним дизайном, об'єднаних за змістом, навігаційно, що фізично перебувають на одному сервері» [5, с. 1095].

Сайт є системою гіпертекстуально пов'язаних веб-сторінок із спільними змістом й навігацією. **Персональний сайт**, який є об'єктом розгляду, визначається як «сукупність web-сторінок зі змістом, що описує сферу зацікавленості будь-якої людини (групи осіб), звичайно створений нею самою» [6, с. 1095].

Очевидно, що категорія жанру є мінливою і залежить від багатьох екстралінгвістичних чинників. Персональний сайт ученого, знаходячись на етапі формування і розвитку, вже має певний комплекс

стійких властивостей і певну «стереотипну композиційно-сміслову структуру» [7, с. 57], яка визначається, перш за все, тематикою і змістом самого сайту.

При визначенні текстових категорій ми дотримуємося класифікації О.О. Селіванової [8]. В цьому випадку в полі нашої уваги знаходяться ті категорії, які, на наш погляд, дозволяють поспостерігати за підвищеним індексом комунікативності в одному з характерних для інтернет-комунікації жанрів. До таких категорій, на нашу думку, відносяться категорії зв'язності, антропоцентричності, інтерактивності й інтерсеміотичності. Розглянемо кожну з названих категорій стосовно тексту персонального сайту вченого.

Категорія **зв'язності** реалізована перш за все на формальному рівні: зв'язки між сторінками сайту завжди складаються в деяку структуру, що відображає внутрішні зв'язки вмісту. На смисловому ж рівні структура тематично взаємопов'язаних між собою сторінок забезпечує логічну структуру сайту, а гіпертекстуальний пристрій створює єдність всіх пов'язаних між собою текстів.

На сьогоднішній день однією з найбільш характерних особливостей сучасного сайту слід вважати саме комунікативну спрямованість. І хоча для сайту спілкування не є безпосередньою метою, останнім часом відбувається очевидний зсув функцій сайту у бік все більшої комунікативності, модифікація суто споживчої позиції користувача в позицію активного учасника комунікації, а текст сайту стає все більш **антропоцентричним** і орієнтованим на адресата.

Категорія **інтерактивності** розглядається, в першу чергу, з позицій досягнення комунікативного ефекту, що відповідає цільовим настановам автора. Визнаючи персональний сайт вченого особливим жанром наукової комунікації, виявляємо у нього наявність специфічних цільових настанов, інтегруючих в собі цілі наукової і електронної комунікації. Не викликає сумнівів, що прагматика тексту визначає вибір жанру, але і вибраний жанр, у свою чергу, регламентує коло можливих прагматичних настанов. Також і композиція сайту визначається, перш за все, акцентом на певній цільовій настанові і, як наслідок, змістовному компоненті тексту.

Категорія **інтерсеміотичності** тексту сайту найявніше виявляється в гіпертекстуальній побудові сайту. Як один з невід'ємних компонентів створення змісту і комунікативної повноти сайту наукової комунікації гіпертекст забезпечує тематичне розгортання тексту сайту, надаючи можливість для повнішої комунікативної взаємодії автора з адресатом, створюючи крім всього іншого і певну периферію сайту. Відповідно можна говорити про те, що завдяки системі гіперпосилань текст сайту, як ніякий інший текст, є багатоаспектним в описі явища як такого і явища в ряду йому подібних, що веде до розгалуженості наукового змісту тексту сайту.

Таким чином, за нашими спостереженнями, основні категорії лінгвістики тексту повною мірою виявляються в текстах науково-орієнтованих сайтів, проте у зв'язку з особливими в цій комунікативній сфері цільовими настановами нерідко з'являються у трансформованому вигляді, що дозволяє говорити про сайт як про складну текстову систему, для аналізу якої крім традиційних методів необхідно розробляти й нові.

Література

- 1. Селіванова О. О.** Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
- 2. Гришкова О. Н.** Интертекст в аспекте дискурсивного понимания текста / О. Н. Гришкова // Русский язык: исторические судьбы и современность. II Международный конгресс исследователей-русистов. – М. : МГУ, 2004. – С. 8 – 9.
- 3. Галичина Е. Н.** Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.20 „Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” / Е. Н. Галичина. – Волгоград, 2001. – 19 с.
- 4. Капанадзе Л. А.** На границе письменного и устного текста: структура и тенденции развития электронных жанров / Л. А. Капанадзе // Голоса и смыслы. Избранные работы по русскому языку. – М. : Ин-т русского языка РАН, 2005. – С. 305 – 320.
- 5. Великий** тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. Бусея В.Т.]. – К. : Ірпінь: ВТ «Перун», 2001. – 1440 с.
- 6. Словарь терминов Интернет** [эл. ресурс] <http://www.zsu.zp.ua>.
- 7. Стилистический** энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М.Н. Кожинной]. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 696 с.
- 8. Селиванова Е. А.** Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – К. : Брама, Изд. Вовчок О.Ю., 2004. – 336 с.

Матвеева С. А., Фатеева Н. В. Про деякі категорії тексту в аспекті інтернет-комунікації

У статті розглядаються деякі категорії лінгвістики тексту, що дозволяють виявити підвищений індекс комунікативності в одному з характерних для інтернет-комунікації жанрів – персональному сайті. Виявляються закономірності побудови текстів названого жанру, їхні основні лінгвістичні та комунікативні характеристики.

Ключові слова: інтернет-комунікація, лінгвістика тексту, текстова категорія, зв'язність, антропоцентричність, інтерактивність, інтерсеміотичність, сайт, персональний сайт, наукова комунікація.

Матвеева С. А., Фатеева Н. В. О некоторых категориях текста в аспекте интернет-коммуникации

В статье рассматриваются некоторые категории лингвистики текста, позволяющие выявить повышенный индекс коммуникативности в

одном из характерных для интернет-коммуникации жанров – персональном сайте. Выявляются закономерности построения текстов названного жанра, их основные лингвистические и коммуникативные характеристики.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, лингвистика текста, текстовая категория, связность, антропоцентричность, интерактивность, интерсемиотичность, сайт, персональный сайт, научная коммуникация.

Matvuyeva S. A., Fateeva N. V. On Some Text Categories in the Aspect of Internet-communication

The article deals with some text categories that show the high communicative index of a personal site as one of the typical Internet-communication genres. The principles of texts construction of a site, their main linguistic and communicative features are shown in the article.

Key words: Internet-communication, text linguistics, text category, coherency, anthropocentricity, interactivity, intersemiotics, site, personal site, scientific communication.

УДК 811.111'42'27'

О. Ю. Моїсеєнко

**КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В
СТРУКТУРАЛІЗАЦІЇ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДІВ У
МУЛЬТІЛІНГВАЛЬНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ
СХІДНОЇ АФРИКИ**

Метою роботи є дослідження особливостей мовних контактів англійської мови в мультілінгвальному рекламному дискурсі Східної Африки та визначення її концептуального значення в структуралізації ідентичності брендів. Актуальність дослідження, перш за все, зумовлена посиленою увагою сучасної лінгвістики до досліджень у галузі міжкультурної комунікації, яка передбачає розгляд функціонування мовних одиниць у тісному зв'язку з культурою в різних контекстах функціонування. Особливості територіальної та соціальної диференціації англійської мови в країнах Африки почали вивчатися з другої половини 20 століття. Серед дослідників такі вчені як Семенець О. Е., Скандера П., Бурегейя А. [1; 2; 3]. Досліджувалися основні відмінності варіантів англійської мови, які включали зміни в лексичному складі, граматичному та фонетичному складі мови, а також розвиток значень деяких лексичних одиниць англійської мови в таких країнах як Кенія, Танзанія, Уганда. Досліджувалися також особливості рекламного дискурсу країн Східної Африки, зокрема особливості мовних контактів у рекламі [4; 5]. Проте комплексні дослідження особливостей мовних контактів англійської

мови в мультілінгвальному рекламному дискурсі Східної Африки та визначення її концептуального значення в структуралізації ідентичності брендів відсутні. Об'єктом дослідження в даній статті стали тексти мультілінгвальної реклами, які є представленими в газетах таких країн як Кенія, Танзанія, Уганда, телевізійна реклама на каналах Кенії, NTV (Nation TV) та KBC (Kenya Broadcasting Corporation), зовнішня реклама, яка представлена на білбордах столиць країн Східної Африки та Інтернет реклама. Предметом дослідження є визначення концептуального значення англійської мови в мовних контактах у рекламному дискурсі. Завдання включає дослідження феномену мультілінгвальної реклами та визначення концептуального значення англійської мови в структуралізації ідентичності брендів у лінгвокультурному контексті Східної Африки.

Дослідження мовних контактів у мультілінгвальному рекламному дискурсі є відносно новою галуззю дослідження. Мультілінгвальна реклама визначається як використання декількох різних мов у ситуації маркетингового дискурсу, *in a market-discourse situation* [6]. Піллер І. проводить комплексний аналіз досліджень у галузі мовних контактів у рекламному дискурсі. Зокрема вона відзначає, що фокус досліджень змінився від довготривалого фокусу на запозиченнях на дослідження ідентичностей брендів, з якими асоціюються множинні коди [6].

Термін *бренд* у маркетингу символізує комплекс інформації про компанію, продукт або послугу. Ідентичність бренду – це унікальний зміст бренду – основні цінності, атрибути та асоціації, які компанія (власник бренду) хоче викликати в споживача. Реклама є одним з засобів, які допомагають встановити відношення між брендом та споживачем [7].

Країни Східної Африки є мультілінгвальними країнами, в яких декілька мов є офіційними. Англійська мова є офіційною в таких країнах як Кенія та Уганда. Хоча англійська мова не є офіційною в Танзанії, англійська мова є мовою середньої та вищої освіти. Мультілінгвальна реклама в країнах Східної Африки лише нещодавно стала об'єктом дослідження в країнах Східної Африки. Цікавим є дослідження Мутонья М. *Swahili advertising in Nairobi: innovation and language shift*. Мунгаї Мутонья вивчає особливості реклами на мові кісуахілі у Найробі, столиці Кенії. Мутонья М. робить висновок, що особливості мовних контактів у рекламі обумовлені соціальною та лінгвістичною реальністю міста [5].

Реклама на англійській мові складає значну частину реклами в країнах Східної Африки. Найбільш частими в контексті Східної Африки є контакти англійської мови з мовою кісуахілі. В англійській рекламі, де текст реклами на англійській мові переважає, одиницями переключення кодів з англійської мови на мову кісуахілі виступають, як окремі слова та словосполучення, так і речення.

Переключення кодів зустрічається в рекламі товарів та послуг різного виду та також у соціальній рекламі. Наприклад, у рекламі розвитку молодіжних бізнес проектів, інформація про проект презентується англійською мовою, проте слоган проекту подається як англійською мовою, *Believe. Begin. Become*, так і на мові кісуахілі *Amini. Anza. Amua*. Назва проекту також подається на мові кісуахілі, *Chora Bizna*. Слоган мовою кісуахілі та назва подається спочатку великими літерами та далі йде англійською мовою пояснення меншими літерами: *You can win up to Kshs 1m!!* Текст реклами включає:

Chora BIZNA

Amini, Anza, Amua

You can win up to Kshs 1m!!

If you are a young entrepreneur who thinks big and is ready to start or grow your business. Believe. Begin. Become could be road to success!

Apply to take part in the rigorous entrepreneurship development programme which will help you develop a marketable business plan and put you in contact with the business leaders of Kenya....

Переключення кодів використовується в рекламі продуктів харчування. Наприклад, у газетній рекламі маїсової муки заголовок подається англійською мовою та на мові кісуахілі. Заголовок включає назву компанії мовою кісуахілі *Msafiri*, що має значення, той, що займається перевозками, та назву продукту, яка подається англійською мовою *Maize Meal*. На рекламі представлена фотографія пакету з маїсовою мукою, інформація на упаковці подається на мові кісуахілі:

Unga Safi wa Mahindi

Інформація у тексті на рекламі нижче фотографії подається англійською мовою:

High Quality Sifted Grade 1 Maize Meal.

У телевізійній рекламі також використовується переключення кодів для привертання уваги більшої кількості телеглядачів. Наприклад, у рекламі жиру рослинного походження для приготування їжі, який виробляється в Кенії, група веселих та щасливих людей, деякі з яких танцюють, інші готують смажену курку та потім усі разом їдять, на повний екран представлені пластикові відерці з жиром, де чітко можна прочитати назву на англійській мові:

Frying King

Quality Vegetable Cooking Fat

Потім на екрані з'являється висловлювання на мові кісуахілі, яке завершує рекламний ролик:

Mfalme

wa

Mafuta

Висловлювання *Mfalme wa Mafuta* має значення *король жиру*. Лексична одиниця англійської мови *fat* є дуже поширеною у використанні в Східній Африці. Жир рослинного походження широко

використовується у приготування національних блюд. Жир рослинного походження різних місцевих виробників є широко представленим у супермаркетах та також є експортним продуктом. Виробники цього продукту харчування віддають перевагу англійській мові в маркуванні своєї продукції. Таким чином, не можна пояснити використання *Mfalme wa Mafuta*, як переклад для тих громадян, які не володіють англійською мовою. Як справедливо зазначає африканській дослідник Мутонья М., використання кісуахілі має наміром локалізувати продукт через кордони поколінь та соціальні кордони [5].

Широко використовує у своїй рекламі поєднання англійської мови та кісуахілі компанія мобільного зв'язку *Celtel*. У 2006 році компанія *Celtel* вперше в світі створила безкордонну сітку телефонного зв'язку, поєднавши Кенію, Уганду та Танзанію, що дозволяє роботи дзвінки між країнами за міжміськими тарифами. Компанія *Celtel* використовує поєднання англійської мови та мови кісуахілі в різних видах реклами. Наприклад, реклама в газеті пропонує користувачам *Celtel* в Уганді взяти участь в акції *Connect. Win 4 Supa Dukas*. Назва акції включає, як англійську мову, так і мову кісуахілі. На мові кісуахілі *supa duka* означає *retail shop*. Слово *duka* походить з мови кісуахілі та означає *крамниця*. Слово *supa* походить від англійського слова *super*. Користувачам послуг *Celtel* пропонується взяти участь у лотереї, в якій розігруються чотири роздрібні крамниці, які є повністю укомплектованими товарами мобільного зв'язку, та інші призи. Інформація про умови участі в акції подається англійською мовою:

Connect. Win 4 Supa Dukas.

Make it happen.

1. *Buy a fully Connected Nokia (Kataala) or Sim card or simply Top up.*
2. *Dial *075 and press OK.*
3. *WIN BIG!! 4 fully stocked Supa Dukas, with 6 months paid up rent GTV Decoders Phones, and lot's more!*

Celtel. Making life better.

Таким чином, ключові слова акції, основний приз акції *Supa Dukas*, подаються на мові кісуахілі, оскільки саме так мешканці називають крамниці подібного типу в повсякденному житті. Реклама апелює до відчуття знайомого та зрозумілого з повсякденного життя через мову кісуахілі.

До використання переключення кодів у рекламі своїх послуг запобігають також банки. Цікавим є приклад реклами послуги банку, *the Commercial Bank of Kenya*. У рекламі мовою кісуахілі представлено одне слово *toto*, яке співпадає за шрифтом та розміром літер зі словами англійської мови. Проте слово *toto* в цьому контексті є ключовим, оскільки означає *дитина*. На картинці зображена мати з дитиною, яка плаче. Програма банку розрахована на підтримку громадян, в яких

виникають раптові серйозні проблеми. Вся інформація про програму подається англійською мовою. Таким чином через мову кісуахілі реклама апелює до самого найдорожчого, що є в людині – дитина:

Now if toto gets a fever, you can pay the medical bill, no sweat.

KCB Salary Advance is a new facility designed to help tide you financially in those months when unexpected expenses hit hard. Things like medical bills, funeral costs, emergency family loans or even the chance to pick up a bargain or buy shares. The facility is open to all salaried KCB customers with a good credit history....

До стратегії використання в англомовній рекламі ключового слова з мови кісуахілі запобігають також у рекламуванні послуг кенійської державної пошти. Текст реклами на білборді включає:

With over 200 outlets in Kenya dropping off your Kangas to Lamu is just a walk to the park

Kanga – це тканина, яка може використовуватися в одязі з різними цілями, наприклад як спідниця. *Kanga* має різноманітні кольори та рисунки, проте обов'язковим є напис прислів'я на мові кісуахілі в одному з кутів канга. Канга використовують як подарунок, а прислів'я на канга повідомлять те, що жінка хотіла сказати іншій жінці. Слід відзначити, що лексична одиниця *kanga* вже увійшла до *Oxford Primary Dictionary for Eastern Africa*. Проте значення в словнику не включає традицію, яка пов'язана з *kanga*. Словник включає тільки наступне значення: *a piece of loose clothing for a woman or girl that she ties around her body*.

Для привертання уваги більшої кількості споживачів використання переключення кодів у рекламі використовують також супермаркети. Супермаркет *NAKUMATT* оперує у всіх країнах Східної Африки. У рекламі супермаркет *NAKUMATT* інформує користувачів про нагородження супермаркету нагородою року та висловлює подяку своїм покупцям. Основний акцент робиться на подяці покупцям, яка висловлюється на мові кісуахілі *asante sana, thank you*. Інформація про нагородження подається на англійській мові:

Asante Sana!

To all clients, Suppliers,

And Colleagues for the support you have given us for the last 4 years

To win the

“SERVICE AWARD”

(2004-2005-2006-2007)

You need it, We've got it.

NAKUMATT

Через висловлювання подяки своїм покупцям на кісуахілі реклама апелює до особистісних почуттів громадян Східної Африки, що свідчить про те, що мові кісуахілі в контакті з англійською мовою, віддається роль засобу міжособистісного спілкування. Англійська мова розглядається як засіб інформаційного повідомлення.

Цікавим є використання переключення кодів у рекламі супермаркету *Uchumi*. Наприклад, у рекламі акції *Back to School Offers* акцент робиться перш за все на слогані супермаркету на мові кісуахілі *Tujenge uchumi yetu*, що має значення *We build our economy*. Як відзначають менеджери компанії, слоганом *Tujenge uchumi yetu!* вони апелюють до людей 30 та 40 років, які виростили з думкою, що *Uchumi* є синонімом до слова супермаркет:

Among the taglines that were used in the activation of the campaigns was Tujenge Uchumi Yetu.

"We crafted messages that would evoke memories of people in their in 30s and 40s, who grew up knowing Uchumi to be a synonym for a supermarket," she said. (The Standard, 29/03/2010)

Нижче слогану на кісуахілі в тексті реклами йде меншими літерами слоган на англійській мові *Your home of value*. Необхідна інформація для участі в акції *Back to School Offers* подається англійською мовою, наприклад: *Offer valid from 10th Jan. To 17th Jan. 2008*.

У кінці тексту збільшеними літерами подається ще один слоган супермаркету *Uchumi*, який поєднує в собі англійську мову та мову кісуахілі *Zoa Fanaka with Uchumi*. *Zoa Fanaka* на мові кісуахілі має значення *sweep success*. Таким чином, використання слоганів національного спрямування на мові кісуахілі свідчить про намагання апелювати до національної свідомості громадян через мову кісуахілі. На англійську мову покладається завдання інформування про послуги та умови акції.

Переключення кодів зустрічається також у рекламі туристичних компаній, яка спрямована не тільки на місцевого споживача, але також на туристів, які відвідують країни Східної Африки або збираються їх відвідати. Лексичною одиницею мови кісуахілі, яка найчастіше використовується в англомовній туристичній рекламі, є *karibu*, яка має значення *welcome*. Позиція *Karibu* в англомовному тексті може бути різною: *Karibu* може починати текст, може завершувати текст та може подаватися з перекладом. Наприклад:

- *Karibu!*

Are you looking for an adventure? There are so many reasons why people dream of coming to Tanzania. Some want to climb the mountains, most come to see large animals in their natural habitat. Whatever you plan, make sure you got enough time to get to know a bit of the 'real' Tanzania. Meet the people! Take a cultural walk or trip, it's the key understanding what is going on around here (<http://www.activetanzania.com/>)

- *Welcome to African Horizons*

Welcome to our new website , which has been designed to act, not only as a conclusive guide to all the services we offer, but also as an inspiration to lovers of Africa and new visitors alike.

We specialize in East African travel destinations, especifiially; Kenya, Uganda, Tanzanian and Zanzibar. We also bring 15 years of experience to

bear upon offering you the breadth of choice, cost-effective options, tailor-made schedules, and guaranteed professional and personal attention that we are confident will make your African experience the best it can possibly be.....

We look forward to meeting you... and making this happen .

Welcome to East Africa, or as they say in Africa ... 'Karibu', 'step into the light'. (<http://www.african-horizons.com/>)

- *Welcome/Karibu Tanzania*

Arunga Expeditions & safaris is a tours and safaris operating company based in Arusha, Tanzania, established 1999. We operate Safaris to all Tourist destinations in Tanzania and Kenya. We specialize in Airport transfers, car rental, camping Safaris, luxury lodge Safaris, mountain climbing, hotels and lodges bookings, International and domestic air Tickets....(<http://www.aruexpedition.com/>)

- *Karibu Tanzania !..... Welcome to Tanzania*

Welcome to Tanzania, a land blessed with sun, sea and the greatest wildlife on earth. At Fay Safaris we like to treat our guests like our family. Our services are personalized and you can expect nothing but the best from us. Our trips are very private and you will have your own 4x4 and a personal guide who will escort you through your Safari in Tanzania. Glimpse into Masai culture, see the greatest show on earth in the Serengeti and the magic of the Ngorongoro Crater the largest wildlife crater in the world. (<http://www.faysafaris.com/>)

Лексична одиниця *karibu* не тільки використовується в текстах реклам туристичних компаній. Лексична одиниця *karibu* також може використовуватися в назвах туристичних компаній. Наприклад, назва угандійської туристичної компанії:

Karibuni Safaris – Uganda

Karibuni Safaris is premier tour operator incorporated in Ugandan, knowing this land we offer the ultimate Uganda Safari adventure. Whether you prefer Gorilla tours in Uganda or Gorilla Safari in Rwanda look no further, our Uganda Safaris are next to none. We give unrivaled service and take you to any wildlife destinations in East Africa. (<http://www.karibusafari.co.ug/>)

Таким чином, переключення англомовного коду на код мови кісуахілі в рекламному дискурсі туристичних компаній, якій є спрямованим не тільки на місцевого споживача туристичних послуг, але здебільшого на туристів інших країн, надає рекламному дискурсу місцевого колориту, та слово *karibu* стає *візитною карткою* країн Східної Африки.

Результати дослідження свідчать, що хоча переключення кодів відбувається в мультілінгвальному контексті та мови, які використовується в рекламі, широко використовуються в повсякденному спілкуванні, проте в мультілінгвальному рекламному дискурсі певна мова має певне концептуальне навантаження. Англійська мова як мова освіти, мова зв'язку з глобальним світом, має концептуальне значення презентації потенціалу брендів, як таких, що претендують на глобальну

універсальність та загальну прийнятність. Мова кісуахілі слугує засобом апелювання до особистісних почуттів, до національної свідомості мешканців країн Східної Африки. Мовні контакти у рекламному дискурсі свідчать про полілінгвокультурну ідентичність брендів.

Проведене дослідження дозволяє поглибити вивчення особливостей англомовної картини світу народів Східної Африки. Перспективи дослідження полягають у необхідності подальшого дослідження особливостей англомовного дискурсу в зіставному, міжваріантному плані для подальшого розкриття лінгвістичного феномену полілінгвокультурної моделі мовної картини світу.

Література

1. Семене О. Е. Социальный контекст и языковое развитие: [монографія] / Олег Евгеньевич Семенец – Київ : Вища школа, 1985. – 173 с. **2. Skandera P.** Drawing a Map of Africa: Idioms in Kenyan English: [монографія] / P. Skandera – Tübingen : Narr, 2003. – 225 p. **3. Buregeya A.** Aspects of the Vocabulary of Kenyan English: an Overview / A. Buregeya // Occasional Papers in Language and Linguistics / Editor Alfred Buregeya. – Kenya : University of Nairobi. – 2007. – Volum 3. – P. 1 – 32. **4. Rosendal T.** Linguistic markets in Rwanda: language use in advertisements and on signs / Tove Rosendal // Journal of Multilingual and Multicultural Development / Editor John Edwards. – London: Routledge publisher. – 2009. – Volume 30 (1). – P. 19 – 39. **5. Mutonya M.** Swahili advertising in Nairobi: innovation and language shift / Mungai Mutonya // Journal of African Cultural Studies / Editor Chege Githiora. – London : Routledge publisher. – 2008. – Volume 20 (1). – P. 3 – 14. **6. Piller I.** Adverising as a Site of Language Contact / Ingrid Piller // Annual Review of Applied Linguistics / Editor Chege Githiora. – Cambridge : Cambridge University Press. – 2003. – Volume 23. – P. 170 – 183. **7. Aaker D.** Building Strong Brands: [монографія] / David Aaker – New York : Free Press, 1995. – 400 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

The Standard. – Newspaper.

The Citizen. – Newspaper.

Buganda Post. – Newspaper.

Моїсеєнко О. Ю. Концептуальне значення англійської мови в структуралізації ідентичності брендів у мультілінгвальному рекламному дискурсі Східної Африки

Стаття присвячена розгляду концептуального значення англійської мови в структуралізації ідентичності брендів у мультілінгвальному рекламному дискурсі Східної Африки. Концептуальне значення англійської мови полягає в презентації потенціалу брендів.

Ключові слова: мультілінгвальний рекламний дискурс, англійська мова, Східна Африка.

Моисеенко Е. Ю. Концептуальное значение английского языка в структурализации идентичности брендов в мультилингвальном рекламном дискурсе Восточной Африки

Статья посвящена рассмотрению концептуального значения английского языка в структурализации идентичности брендов в мультилингвальном рекламном дискурсе Восточной Африки. Концептуальное значение английского языка заключается в презентации потенциала брендов.

Ключевые слова: мультилингвальная реклама, английский язык, Восточная Африка.

Moiseyenko O. Yu. The conceptual role of the English language in the structuralization of the brand identity in the multilingual advertisement discourse of East Africa

This paper considers the conceptual role of the English language in the structuralization of the brand identity in the multilingual advertisement discourse of East Africa. The conceptual role of the English language is in the presentation of the brand potential.

Key words: multilingual advertisement discourse, English language, East Africa.

УДК: 811.115

Л. С. Нагнибіда

**ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ ТИПОЛОГІЇ ТЕКСТІВ
МИСТЕЦТВОЗНАВЧОЇ ТЕМАТИКИ**

Дослідження текстових систем і самих текстів необхідно провадити із урахуванням кута зору, під яким розглядаються питання текстової специфіки та типології текстів, оскільки власне текстова специфіка зумовлює системно-структурну організацію, склад категорій, їх функціональне навантаження, трансформаційні зміни, що виникають у процесі сприйняття загальнотекстової інформації.

Класифікація текстів у сучасному мовознавстві входить у коло наукових проблем Н. Б. Зиновьевої, Ю. Н. Столярова, А. А. Туровської [1; 2; 3]. Дослідженню текстів про мистецтво приділяли увагу переважно із позицій наділення їх знаковою сутністю й співставлення із семіотичними системами (М. Ю. Лотман, Б. А. Кац, Б. А. Успенський, С. М. Даніель) [4; 5; 6; 7]. Деякі роботи присвячені окремим видам текстів мистецтвознавчої тематики, таким як театральна рецензія [8], мистецтвознавча рецензія [9]. Проте, до цього часу в лінгвістиці немає класифікації текстів з мистецтвознавства в структурно-композиційному та комунікативно-когнітивному аспектах.

Метою статті є віднесення мистецтвознавчих текстів до певних типів, враховуючи їх основні ознаки та належність до мистецтвознавчого дискурсу.

Тексти про мистецтво охоплюють усю жанрову різноманітність літератури про мистецтво, мистецтвознавчої критики, публіцистики, науково-довідкової літератури. У мистецтвознавчих текстах особливого значення набуває форма викладу. Оскільки тексти з мистецтвознавства є різними за змістом та стильовим оформленням, їх видів може бути велика кількість у залежності від інформаційного навантаження, ступеня впливу, рівня зрілості адресата, усної чи писемної форми мовлення.

У мовознавстві говорять про функціональне призначення тексту [10, 11] як основу його належності до відповідного стилю [12], жанру [13], типу [14, 15].

В основі класифікації текстів з мистецтвознавства покладено основні ознаки тексту: інформаційні, функціональні, структурно-композиційні, комунікативні. При чому кожна із ознак тексту може бути взята за основу відповідної класифікації, що породжує неоднозначність у типологізації кожного окремого тексту, який за одними ознаками може бути віднесений до однієї групи, а за іншими – до іншої.

На основі спільності композиційних характеристик В.В. Кухаренко розподіляє тексти на жанри [16, с. 89], яким згодом почали надавати ознак комунікативності [17, с. 108]. Іншою є класифікація типів текстів за граматичними ознаками, відповідно до якої тексти розглядаються як когерентна послідовність речень, пов'язана структурною зв'язністю його елементів [15, с. 183]. Ці ознаки не є основними при розподілі текстів на види. Найбільш прийнятною у сучасній германістиці є класифікація текстів за функціональною приналежністю, відповідно до функцій текстів [18, с. 6], які можна взяти за основу при розподілі типів текстів з мистецтвознавства. Інші ознаки, такі як інформаційні, структурні, композиційні, комунікативні є важливими, проте, другорядними по відношенню до функціональних.

Серед **функцій мистецтвознавчих текстів**, які покладено в основу їх класифікації пропонуємо виділяти інформативну (повідомлення необхідної інформації, просвітництво у сфері мистецтва), пізнавальну (вплив на формування мистецтвознавчої і художньої картин світу), комунікативну (усна форма текстів, спілкування), експресивно-оціночну (аналіз і оцінка творів мистецтва), естетичну (цілісність, краса, смак), функцію впливу (прагматика, спонукання, апеляція до почуттів та емоцій), культурологічну (розвиток та культурний вплив), когнітивну (залучення когнітивних процесів до сприйняття, обробки інформації в текстах та інтерпретації творів мистецтва).

Усі ці функції важко підпорядкувати якомусь єдино правильному систематичному обліку, проте, їх наявність у більшій чи меншій мірі у відповідному тексті про мистецтво свідчить про належність текстів до окремих видів та про їх слугування відповідним

цілям мистецтвознавчої літератури: опису, аналізу, інтерпретації, систематизації тощо.

Залежно від свого призначення та місця в дискурсі тексти бувають різних видів залежно від їх функцій: описові, аналітичні, інтерпретуючі, довідково-бібліографічні, термінологічні тощо. Від того як і в якій формі матеріалізується зміст того чи іншого тексту про мистецтво, залежить ступінь сприйняття твору мистецтва, пізнання дійсності через певний варіант інтерпретації окремого твору а також естетична цінність твору мистецтва та рівень емоційно-експресивного впливу на учасника мистецтвознавчого дискурсу.

Відповідно до функціонального розподілу текстів з мистецтвознавства пропонуємо поділяти їх на дві великі групи: публіцистичні та науково-довідкові, які в свою чергу діляться на підвиди.

До основних **типів публіцистичних** текстів, доповнюючи класифікацію Л.Ф. Ваховської [19] відносимо: анотації; інформаційні замітки, рецензії, коментарі, інтерв'ю, інформаційні випуски, репортажі, статті, звіти, нариси, есе. Публіцистичні тексти з мистецтвознавства характеризуються високою ступінню інформативності, комунікативності, експресивності. Виступаючи формою репрезентації знань митців, журналістів, критиків мистецтва про реалії світу мистецтва, тексти виконують функцію впливу та культурного розвитку.

Їхню семантичну основу становлять ключові концепти сучасного мистецтвознавчого дискурсу, які вербалізуються в текстах про мистецтво. Одним із засобів втілення сучасних концептів мистецтва в текстах, які наявні в публіцистичних текстах у великій кількості є концептуальні метафори: *reject the art market and high art; art is a power; potential of art; art transforms life; triumph of humanity over nature; new plastic art; information on the canvas; to communicate meaning.*

Іншою групою текстів про мистецтво є **науково-довідкові**, які є важливим джерелом інформації про мистецтво. В межах науково-довідкових текстів виділяємо наукові і довідкові.

Текстами про мистецтво наукового спрямування є монографія, наукова стаття, дисертація. За А. А. Туровською до найбільш розповсюджених типів довідкової літератури відносяться: галузеві енциклопедичні видання, термінологічні і біографічні словники, довідники по окремим жанрам, літописи життя і творчості майстрів мистецтва, хроніки художнього життя, каталоги й путівники, календарі, фотографічні довідники [20, с. 27].

Основними функціями науково-довідкових текстів є інформаційна та пізнавальна. Меншої значимості тут набувають емоційна, комунікативна, експресивно-оціночна. Інформація у науковому тексті повинна бути організована відповідно до схеми, у якій представлені: область дослідження, визначення, попередні результати дослідження, тема, мета дослідження, об'єкт і предмет дослідження,

методологія, гіпотеза, аналіз, результати, висновки [21, с. 153]. Ці елементи є основними у інформаційній структурі наукового тексту.

Мова наукових текстів з мистецтвознавства характеризується меншою кількістю художніх елементів порівняно із публіцистичними текстами, проте, посередником у вираженні концептів мистецтва, об'єднаних у концептосфери, які складають структуру аналізу твору мистецтва тут виступає **концептуальна метафора**:

– **назва твору** (автору, періоду, течії): *the picture belongs to the brush of...; to be a celebrated/ eminent/ illustrious/ renowned representative of;*

– **зміст твору**: *to convey an idea, a key to an idea, to tackle new subjects; to keep returning to the same subjects; to be detached from life;*

– **композиція та елементи**: *to view composition as a key to an idea; to seek new/ surprising angles of; in the way that draws the attention;*

– **візуальні (зорові, слухові) ефекти**: *rendering of perspective, space, motion and character, to have a fine eye for colours (and effects);*

– **власні враження**: *to be greatly/ vehemently/ deeply impressed/ moved/ stirred/ touched/ excited by; to stand/ be overwhelmed/ entranced/ spellbound before this wonderful creation; to come on smb like a revelation.*

Наведені вище метафори функціонують як в наукових так і в публіцистичних текстах мистецтвознавчої тематики.

Мова текстів науково-довідкової мистецтвознавчої літератури характеризується чіткістю, стислістю, наявністю великої кількості термінів, відсутністю великої кількості художніх засобів мови, зокрема, метафор. Проте, метафори тут наявні у вигляді **термінів-метафор**, зафіксованих в словниках та довідниках: **foreshortening, complementary colors, intermediate colors, underpainting, watercolour, exaggerated color, loose strokes, a color bounce, finished color, loose drawing, vine charcoal, sand-colored sheet, warm the greens, strong colors.**

Мистецтвознавча науково-довідкова література відіграє значну роль в інформаційному забезпеченні мистецтвознавців, цінителів мистецтва та широкого загалу.

Мистецтвознавчі тексти як елементи мистецтвознавчого дискурсу характеризуються неоднорідністю із притаманними кожному типу текстів функціями, які обумовлюють структурно-композиційні особливості тексту, змістову насиченість, ступінь інформативності, вибір мовних засобів.

Перспективним вважаємо дослідження мовних засобів, які є найбільш уживаними в текстах різних видів та слугують інтенсифікаторами виконання функцій тексту в мистецтвознавчому дискурсі.

Література

1. Зиновьева Н. Б. Документоведение / Н. Б. Зиновьева. – М. : Профиздат, 2001. – 207 с. **2. Столяров Ю. Н.** Классификация документа:

решения и проблемы / Ю. Н. Столяров // Книга: исследования и материалы. – 1995. – С. 24 – 40. **3. Туровская А. А.** Библиография литературы по искусству: [учеб. пособие] / А. А. Туровская. – Л. : Ленингр. гос. ин-т культуры, 1973. – 342 с. **4. Лотман Ю. М.** Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю. М. Лотман. – Таллин : Ээсти раамат, 1973. – 140 с. **5. Кац Б. А.** Времена - люди - музыка: документальные повести о музыке и музыкантах / Б. А. Кац. - Л. : Музыка, 1988. – 143 с. **6. Успенский Б. А.** Семиотика искусства / Б. А. Успенский. – М. : Школа „Языки русской культуры”, 1995. – 360 с. **7. Даниэль С. М.** Термин и метафора в интерпретации живописного произведения / С. М. Даниэль // Советское искусствознание. – 1986. – Вып. 20. – С. 255 – 269. **8. Кашковская Е. В.** Текстология театральной рецензии (на материале англ. языка): Автореф. Дис. канд филол. наук: 10. 02.04. – М., 1988. – 24 с. **9. Ляшенко Т. С.** Структурно-композиційні, лінгвостилістичні та прагматичні особливості тексту мистецтвознавчої рецензії (на матеріалі німецьких газет) / Т. С. Ляшенко. 10.02.04. канд. філ. Львів, 2004. – 185 с. **10. Азнаурова Э. С.** Прагматика текстов различных функциональных стилей / Э. С. Азнаурова // Общественно-политический и научный текст как предмет обучения иностранным языкам. – 1987. – С. 3 – 20. **11. Разинкина Н. М.** Функциональная стилистика английского языка / Н. М. Разинкина. – М. : Высшая школа, 1989. – 182 с. **12. Хэллiday М. А. К.** Лингвистическая функция и литературный стиль / М. А. К. Хэллiday // Новое в зарубежной лингвистике. – 1979. – Вып. IX.– С. 116 – 147. **13. Попов М. Н.** К вопросу о жанровой организации текста в свете его прагматики / М. Н. Попов // Сб. научн. тр. МГПИИЯ им. М.Тореза. –1981. – Вып. 178. – С. 174 – 178. **14. Кожин А. Н.** Функциональные типы русской речи / А. Н. Кожин, О. А. Крылова, В. В. Одинцов. – М. : Высшая школа, 1982. – 223 с. **15. Глушко Х. М.** Проблема дефініції поняття тип тексту в сучасній лінгвістиці / Х. М. Глушко // Філологічні науки. – 2010. – № 9. – С. 182 – 186. **16. Кухаренко В. А.** Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1988. – 188 с. **17. Яхонтова Т. В.** Лінгвістична генеалогія наукової комунікації: монографія / Т.В. Яхонтова. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І.Я. Франка, 2009. – 420 с **18. Науменко А.** Дискусії про текст у сучасній філології / А. Науменко // Наукові записки. Серія: Філологічні науки. – 2010. – Вип. 89 (5). – С. 3 – 14. **19. Каховська Л. Ф.** Лінгвокогнітивний та комунікативний аспекти англомовних текстів з кінематографічної проблематики (на матеріалі сучасної американської періодики): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л. Ф. Ваховська. – К., 2005. – 20 с. **20. Туровская А. А.** Библиография литературы по искусству: [учеб. пособие] / А. А. Туровская. – Л. : Ленингр. гос. ин-т культуры, 1973. – 342 с. **21. Школенко И. В.** Референты в концептуальной метафоре научного текста / И. В. Школенко // Вісник ХНУ. – 2003. – С. 151 – 154.

Нагнибіда Л. С. Функціональний аспект типології текстів мистецтвознавчої тематики

У статті йдеться про функціональний аспект у розподілі мистецтвознавчих текстів на типи. Особливе місце серед мовних засобів, що функціонують у різних типах текстів відводиться метафорі.

Ключові слова: публіцистичний текст, науково-довідковий текст, концептуальна метафора, термін-метафора.

Нагнибеда Л. С. Функциональный аспект типологии текстов искусствоведческой тематики

В статье речь идет о функциональном аспекте при разделении текстов об искусстве на типы. Особое место среди языковых средств, функционирующих в разных типах текстов принадлежит метафоре.

Ключевые слова: публицистический текст, научно-справочный текст, концептуальная метафора, термин-метафора.

Nagnybida L. S. Functional aspect of texts' about art typology

The article dwells on the functional aspect of distributing texts into types. A special role among the linguistic means functioning in different types of texts belongs to metaphors.

Key words: publicistic texts, scientific-reference texts, conceptual metaphor, term-metaphor.

УДК 413.13(43)

Т. С. Олійник

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГІЧНИХ І СТИЛІСТИЧНИХ ПАРАМЕТРІВ СЛОВА УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ І ЇХ ВІДОБРАЖЕННЯ У СЛОВНИКУ

Для сучасної лексикології й лексикографії аналіз лексики як системи традиційно є актуальною проблемою (О. М. Демська, Г. Голоскевич, А. Івченко, Є. А. Карпіловська, В. П. Берков, А. А. Бурячок, В. Г. Гак, П. Н. Денисов, В. А. Звєгінцев, Ю. Н. Караулов, Ю. С. Степанов, А. А. Уфимцева, Д. Н. Шмельов та ін.). Одним з найвиразніших репрезентантів системності лексики виступає лексикографічне тлумачення слова. Сформована лексикографічна практика характеристики слова в тлумачному словнику для різних мов має і подібності, і відмінності. Звертання до аналізу параметрів слова дозволяє витягти лексикографічну інформацію про слово, способи її відображення в словниковій статті, а також установити спільність і специфічність лексикографічної традиції в цілому. На думку

Ю. Д. Апресяна, «визначальною рисою сучасної лексикографії є синтез філології й культури в широкому значенні слова» [1, с. 6], чим багато в чому й пояснюється лексикографічна активність у сучасних описах лексико-семантичної системи мови і її підсистем.

Метою нашого дослідження є порівняння структурно-типологічних і стилістичних параметрів слова української та англійської мов і їх відображення у словнику.

Актуальність дослідження обумовлена не тільки наявністю різноманітних — граматичних і стилістичних позначок у словникових статтях, але й порівняльним аналізом комплексу позначок у тлумачних словниках української та англійської мов. Сконцентрована у вигляді позначок лексикографічна інформація дозволяє представити складну і багатогранну картинку слова-лексми не тільки в словнику, але й у мовленні.

Теоретична лексикографія останніх десятиліть має великий творчий доробок: виходять періодичні лексикографічні журнали, наприклад: *International Journal of Lexicography*, *Lexicographica*, *Dictionaries*, *Cahter de lexicologie* і ін.); величезну кількість теоретичних робіт узагальнено в бібліографії, наприклад: *L.Zgusta. Lexicography Today. An annotated Bibliography of the Theory of Lexicography (1988)*, у яку включено більше ніж 5000 найменувань і анотацій праць. Не слабшає інтерес і до створення історичних, діалектологічних словників, атласів у різних країнах, але особливого поширення й розвитку лексикографія набуває в сфері комп'ютерних досліджень, створення машинних фондів мови: в Інституті української мови НАН у машинну форму переводяться картотеки, діалектологічні карти, різноманітні тексти, матеріали академічних словників і граматик, складаються комп'ютерні коментарі до здобутків авторів — класиків художньої літератури. Аналогічні дослідження ведуться також у зарубіжній лінгвістиці. Так, у словниковому центрі Mac Quarie (Австралія) створені три найбільші бази даних, картотека, корпус словника — корпус цитат — корпус текстів австралійських письменників, що дозволяє представити комп'ютерні версії словників.

Збереження лінгвістичної й лексикографічної інформації на електронних носіях дає змогу не тільки створювати потужні машинні бази й надзвичайно розширювати корпус словника, але й надалі добувати інформацію про різні мовні і словникові параметри. Прикладом слугує база даних *Cobuild (COLLINS Birmingham University International Language Database)*.

Новації в лексикографії виникають і завдяки потребам навчання, які враховують нові словники.

До числа найбільш помітних загальних рис більшості нових (вітчизняних і зарубіжних) словників можна віднести:

— прагнення домогтися повноти характеристики слова, що дозволяє не тільки зрозуміти його в заданому контексті, але й ужити у

власному мовленні;

– прагнення перебороти традиційну відірваність лексикографії від теоретичної лінгвістики й семантики;

– перехід від суто філологічного опису слова до цільного філологічного й культурного опису слова-поняття;

– збагачення джерел лексикографічного матеріалу за рахунок включення в нього даних лінгвістичного експерименту й машинних баз даних;

– поновлення лексикографічних прийомів і засобів – введення «картинкових» визначень, путівників (змістів) по словниковій статті, перехресних посилань, оцінок коректності використання того чи іншого слова й т. ін.

Починаючи з першого періоду порівняльно-історичного методу – романтизму, в поле зору вчених (основоположники: Фр. Бопп, Р. Раск, Я. Гримм та ін.) потрапили такі класи слів, як іменники й дієслова, які у теорії А. А. Потебні становлять основу будь-якої мови і на рівні граматики, особливо у синтаксисі, і на рівні лексики, дозволяючи встановити подібності й відмінності між мовами.

З одного боку, англійська і українська мови є мовами родинними, і структурно ізоморфними вже тому, що належать до однієї мовної сім'ї й загального флективного типу. Але, будучи представниками різних груп, відповідно, германської і слов'янської, провідна типологічна тенденція – флективність – набуває додаткових характеристик, що особливо яскраво демонструють іменники й дієслова, насамперед у межах речення, де їхні функції – суб'єкта й предиката, підмета і присудка – протиставлені, хоча й взаємодіють.

Якщо українській мові притаманна така сукупна типологічна характеристика, як флективна, фузійна, синтетична, то англійська розглядається як мова флективна і аналітична, у якій, поряд з фузією, яскраво представлені й аглютинації, наприклад; *kind - unkind* (префіксація), *kind - kindness* (суфіксація) [2 – 5]. Особливо детально типологічні характеристики в порівняльному аспекті представлені в книзі А. В. Широкової «Порівняльна типологія різноструктурних мов» [5].

Принципові вімінності зводяться до таких положень:

1) українська мова послідовно демонструє синтетичну будову (розвинена система флексій на тлі розвиненої словозміни), а англійська мова – аналітичну будову (система складних форм, комплекс допоміжних дієслів, в основі якого *to be* і *to have*; безліч утворень (фразових дієслів) із прийменниками: *to take in, to fake to, to take off, to take over* і т.ін.);

2) англійська мова, виявляючи численні риси аналітизму на рівні слова, стає прикладом класичної аналітичної мови, що на рівні речення зумовлює фіксований порядок слів; українська мова, навпаки, забезпечує вільний порядок слів (за окремим винятком);

3) нарешті, «загальні типологічні риси виявляються в будові основи й оформленні її тими самими способами: афіксації, внутрішньої флексії, словоскладання та ін.» [5, с. 194].

Всі ці характеристики зумовлюють одну інтегральну рису – цілісність називного англійського й українського слова.

Таким чином, порівнювані мови є типологічними одноформами, але різноструктурними через відмінності у словозміні, словотворі, морфології й синтаксисі. У словниковому поданні їх типологічні й більшою мірою структурні, формально-граматичні характеристики фіксуються в системі граматичних позначок до заголовного слова.

«Теорія словника літературної мови як систематичне осмислення складного емпіричного об'єкта оформилася зовсім недавно», – стверджують А. Рей та З. Делесаль [6, с. 261]. Це положення є цілком зрозумілим, оскільки словник сприймався як довідник, як практичний мовний посібник – додаток до граматики. Саме такий прикладний характер властивий тлумачним одномовним словникам.

Відмінною рисою тлумачного словника є двоякість подання в ньому слова-лексеми:

по-перше, заголовне слово словникової статті або слово-лексема з'являється як лексичний компонент мовної системи, і тоді його необхідно описувати в рамках морфології й синтаксису, тобто через форми мови;

по-друге, це ж заголовне слово подає низку вживань слова-лексеми, і воно виступає як об'єкт культурний, історичний, соціальний і т. ін.

Практично всі наявні тлумачні словники прагнуть об'єднати обидві риси слова-лексеми у єдиній словниковій статті. Таким чином, тлумачний словник поєднує параметри лінгвістичного опису та опису понять, денотатів або енциклопедичного опису. Тому тлумачний словник важко піддається однозначній характеристиці: або лінгвістичній, або енциклопедичній, або ще якійсь іншій, однак реалізує дидактичну й метасеміотичну функції: навчає й дає визначення.

У найбільш стислому вигляді потенції тлумачного словника постають, з одного боку, як система граматичних позначок - і тоді «задається» мовний план опису, що виходить від слова-словоформи як структурної одиниці мови; з іншого боку – стилістичні позначки утворюють деякий перехід, «місток» від слова-словоформи до слова-лексеми, що реалізується в комплексі опису значення заголовного слова.

Очевидно, що різні призначення граматичних і стилістичних позначок несуть і різні типи лексикографічної інформації (за Ю.Д. Апресяном). Якщо розглядати інформацію словникової статті через призму семантики й семіотики, то необхідно виділити:

- 1) семантичну інформацію, або власне тлумачення значень;
- 2) морфологічну (граматичну) інформацію, що представлена граматичними позначками або мінімальними корелятами на кшталт:

foot – feet (однина-множина в англійській мові);

3) стилістичну інформацію, що відображена системою стилістичних позначок. Зауважимо, що окремі стилістичні позначки розміщені безпосередньо при тлумаченні слова [1, с. 487 – 488]. За межами нашого дослідження залишаються інші типи інформації в словниковій статті: просодична, прагматична й комунікативна.

Саме ці типи інформації визначають структуру словникової статті та її візуальні подання - використання різних шрифтів і виділень.

Отже, тлумачний одномовний словник, з'єднуючи властивості лінгвістичного й енциклопедичного словника, реалізує комплексну інформацію в словниковій статті. Заголовне слово – слово-лексема – і сукупність граматичних і стилістичних позначок формують універсальну структуру словникової статті й одночасно в стислій формі представляють слово в аспекті граматики й лексики.

Система стилістичних позначок у тлумачному словнику включає підсистеми експресивно-стилістичних, функціонально-стилістичних і оцінно-стилістичних явищ.

Таким чином, відображаючи стилістичну характеристику слова, словники повинні були б мінімально залучати три стилістичні позначки, наприклад: *високе, загалькнижкове, нейтральне*; або: *знижене, розмовне, жаргонне* й т. і. На практиці інтуїтивно або свідомо укладачі словників обмежуються однією, максимум двома позначками, що відображає відмінність стильового (функціонально-стилістичного) і стилістичного забарвлення (експресивно-стилістичного й оцінно-стилістичного забарвлення) [7].

Будучи нормативним, тлумачний словник проте включає позначки типу «просторічний», «розмовний», «грубий». На думку Т.Г. Винокур, ця позначка відображає мовленнєве вживання, що сприяє збереженню заголовним словам з такою позначкою нормованості, приналежності до кодифікованої літературної мови [8, с. 139 – 145].

Проаналізувавши систему стилістичних позначок у цілому, можна стверджувати, що вони утворюють складну, ієрархічно організовану систему, у якій за двома ознаками з урахуванням стильового й стилістичного забарвлення спостерігаються подібності і відмінності стилістичних позначок; можливі їхня взаємозамінність або комбінації. Крім того, не можна не зазначити, що до стилістичних відносять позначки «діалектне» і «архаїчне/застаріле», які вказують на відповідність/невідповідність нормі із точки зору територіальної або часової належності [9, с. 145 – 150].

На думку Т. Н. Складяревської, стилістична кваліфікація заголовного слова носить вищою мірою інтуїтивний характер, а тому стилістична характеристика слова в словнику потребує уніфікації й стандартизації [10, с. 154].

В англійській мові стилістичні позначки чітко орієнтовані на функціонально-стильове забарвлення, яке виявляється на тлі

загальнолітературної норми, але містять і емоційно-експресивну складову, особливо в сфері розмовної, нелітературної, некодифікованої лексики, серед окказіоналізмів, що носять яскраво виражений суб'єктивний характер. У цілому система стилістичних позначок в англійській мові максимально здетермінована письмовою або усною формою мовлення.

Таким чином, у лексикографічній практиці в сфері стилістичної кваліфікації заголовного слова в тлумачному словнику виявляється вибірковість і суб'єктивність, незважаючи на те, що система стилістичних позначок існує й відображає знання про його функціональну належність і емоційну оцінку. Стилістичні позначки в обох мовах більш суб'єктивні, ніж інші параметри лексичної одиниці, оскільки великою мірою визначаються мовним уживанням. Тому ця проблема потребує перманентних досліджень.

Література

1. Апресян Ю. Д. Интегральное описание языка и системная лексикография // Ю.Д. Апресян // Избранные труды. Т.2. – М. : Школа, «Языки русской культуры», 1995. – 767 с. **2. Реформатский А. А.** Агглютинация и фузия как две тенденции грамматического строения слова / А.А. Реформатский // Лингвистика и поэтика. – М., 1987. – 384 с. **3. Серебренников Б. А.** Причины устойчивости агглютинативного строя / Б. А. Серебренников // Морфологическая типология и проблемы классификации языков. – М.-Л., 1965. – 284 с. **4. Смирницкий А. И.** Морфология английского языка / А. И. Смирницкий // М., 1959. – 457 с. **5. Широкова А. В.** Сравнительная типология разноструктурных языков / А. В. Широкова. – М. : Добросвет, 2000. – 200 с. **6. Рей А.** Проблемы и антиномии лексикографии / А. Рей, З. Делесаль // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 14. – М., 1983. – С. 261 – 300. **7. Кожин А. Н.** Функциональные типы русской речи / А. Н. Кожин, О. А. Крилова, В. В. Одинцов – М. : Высшая школа, 1982. – 222 с. **8. Винокур Т. Г.** Нужна ли нормативному толковому словарю помета «просторечное» / Т. Г. Винокур // Словарные категории. – М. : Наука, 1988. – С. 139 – 145. **9. Медникова Э. М.** Адекватность лексикографических помет стилистическим характеристикам слова / Э. М. Медникова // Словарные категории. – М. : Наука, 1988. – С. 145 – 150. **10. Складаревская Г. Н.** Лексикографическая стилистика: состояние и проблемы / Г. Н. Складаревская // Словарные категории – М. : Наука, 1988. – С. 150 – 155.

Олійник Т. С. Порівняльний аналіз структурно-типологічних і стилістичних параметрів слова української та англійської мов і їх відображення у словнику

У статті проаналізовано структурно-типологічні і стилістичні параметри слова в українській та англійській мовах. Сконцентрована у

вигляді позначок лексикографічна інформація дає можливість уявити складну та багатогранну картину слова-лексеми не тільки у словнику, але і у мові.

Ключові слова: стилістичні параметри, структурно-типологічні параметри, лексикографічна інформація, порівняльний аналіз, слово-лексема, стилістичні позначки.

Олейник Т. С. Сопоставительный анализ структурно-типологические и стилистические параметры слова в украинском и английском языках и их отображения в словаре

В статье анализируются структурно-типологические и стилистические параметры слова в украинском и английском языках. Сконцентрированная в виде помет лексикографическая информация позволяет представить сложную и многогранную картинку слова-лексеми не только в словаре, но и в языке.

Ключевые слова: стилистические параметры, структурно-типологические параметры, лексикографическая информация, сравнительный анализ, слово-лексема, стилистические пометы.

Oliinyk T. S. The comparative analysis of structural, typological and stylistic word parameters in Ukrainian and English and reflection of them in the dictionary

The article deals with the analysis of structural, typological and stylistic word parameters in Ukrainian and English. Concentrated in the sign form lexicographical information gives the possibility of the determination of complex situation concerning word-lexeme not only in the dictionary but also in the language.

Key words: stylistic parameters, typological and stylistic parameters, lexicographical information, contrastive analysis, word-lexeme, stylistic sign form.

УДК 81'23:316.774

І. М. Осовська

ДИАЛОГІЧНІ ПОВТОРИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ СІМЕЙНОМУ ДИСКУРСІ

Сучасні лінгвістичні студії надають дискурсу широку палітру можливостей розгляду: від статусу процесу (інтенційно зумовленої реалізації тексту в мовленнєвій ситуації) до статусу результату продукування мовлення і процесуального явища (зв'язної послідовності мовних одиниць, створюваної мовцем для слухача в певний час в певному місці з певною метою). Остання «прагматична» концепція стала тлом для використанні його в значенні типу дискурсивної практики –

комунікативно-прагматичного зразку мовленнєвої поведінки, що відбувається в певній соціальній сфері і має певний набір змінних: соціальні норми, відношення, ролі, конвенції, показники інтерактивності тощо.

Одиницями дослідження структури дискурсу стають одиниці мовленнєвої діяльності (мовленнєві акти, висловлення), що володіють синтаксичними, семантичними та прагматичними характеристиками. Для структури усного дискурсу характерне функціонування як висловлень, побудованих за моделлю речення, так і конструктів, що, не маючи такої структури і не будучи висловленням, все ж виконують комунікативну функцію. Одним з типів висловлень, що конструюють дискурс, виступають діалогічні дискурсивні повтори, під якими в широкому значенні розуміють реактивні репліки діалогічної єдності, що повністю або частково відтворюють репліки-стимули.

Форму повтору визначає проспективна репліка або ж той її компонент, що став основою ретроспективної реакції. Дослідження з точки зору лексико-граматичного оформлення свідчать про те, що повтор може відтворювати всі типи одиниць усного дискурсу: як граматично членовані, так і нечленовані, як реченнєві, так і нереченнєві; повтор може ґрунтуватись і на мінімальному елементі репліки-стимулу (наприклад, частині слова):

Mutter: *Wann hast du denn diese Klausur?*

Tochter: *Anfang Juni.*

Mutter: *Anfang Ju-li?*

Tochter: *-ni.*

Mutter: *-ni. Und wann habt ihr dann Staatsprüfung?*

За твердженням дослідників, комунікативний смисл діалогічного повтору створюється не лексичними значеннями повторюваних слів, а інтонаційними особливостями, структурою діалогем, характером зв'язку повтору з попереднім та наступним висловленнями, пропозитивним змістом проспективної репліки [1; 3].

Діалогічний повтор виступав об'єктом уваги багатьох лінгвістів, однак залишаються відкритими як його комунікативні функції в різних типах дискурсів, так і статус в межах конструктивних дискурсивних одиниць.

Метою статті є дослідження функціональних характеристик діалогічних повторів у німецькомовному сімейному дискурсі.

Сімейний дискурс як невід'ємний елемент соціального життя визначається комунікацією споріднених сімейними зв'язками осіб, якій притаманні відсутність офіційної регламентації комунікативної поведінки, чіткого сценарію, протокольної регламентованості, порядку передачі комунікативних ходів, залежна від статі та віку статусно-рольова конфігурація. Основною формою реалізації міжособистісних сімейних стосунків є розмовне мовлення - безпосереднє персональне спілкування,

що передбачає ситуаційну зумовленість та спільність аперцепційної бази мовців.

Аналіз корпусу діалогів, отриманих з (сценаріїв) фільмів німецьких кіностудій, особистих записів автора, зібраних під час стажування в університеті м. Геттінгена, та сайту Інституту німецької мови м. Манхайма дозволив визначити кілька типів діалогічних повторів. Функціональні особливості першого типу полягають у подвійній спрямованості – як дискурсивно-структуруючій так і актантно-регулюючій. До них належать:

– повтор-ретроспектор [1, с. 357] відновлює логічну послідовність комунікативного процесу, підтримання зв'язку з темою розмови, зв'язок з якою втрачає співрозмовник:

Mann: *Du, stell dir vor, bei dem Gewitter am Wochenende hat es ins Schlafzimmer reingereget. Und noch etwas, sag mal, was soll ich Tante Eva zum Geburtstag kaufen?*

Frau: *Reingereget? Ins Schlafzimmer? Hast du denn das Fenster aufgelassen?*

або сам мовець:

Frau: *Frau Heidecke, die tut ... Man soll ja das nicht verraten, aber, du fährst doch nicht mit, ne?*

Mann: *Ich fahre nicht mit, ne. Die tut ... ?*

– асертивний повтор, який позначає спільність поглядів, стратегічну узгодженість реплік. Підхоплюючи висловлення партнера, комунікант продовжує його лінію, ніби створюючи певні спільні пресуппозиції:

Mann: *Hat sie auch das Recht, uns zu beleidigen? Das ist... Das ist...*

Frau: *... unser Dorf!*

Mann: *Unser Dorf, genau! Wir sind hier zuhause! Das müssen wir uns nicht gefallen lassen! Die soll ihren Mund halten! Was will die hier überhaupt? Die soll doch abhauen!*

Асертивний повтор може сигналізувати про загальнодискурсивну кооперативну тенденцію:

Schwiegermutter: *Ich mach alles mit Zetteln, was mir einfällt.*

Schwiegertochter: *Ich auch. Alles auf'n Zettel.*

Schwiegermutter: *Das vergesse ich sonst. Auch zuhause.*

Schwiegertochter: *Ja, zuhause auch. Ich weiß dann hinterher, zwei Teile wollste besorgen oder zwei fallen noch ein.*

– повтор-хезитатив використовується з метою заповнення пауз, що виникають через певні об'єктивні (відсутність інформації, своєрідність ситуативного контексту) або суб'єктивні (невпевненість, роздум, сумнів) причини. Хезитативи стримують змістовний розвиток інтеракції. Вони функціонують або паралельно з дією:

Frau: *Also das wär ne Sache, die mich sehr interessieren würde.*

Mann: *(liest die Zeitung) Interessieren würde... Ist die Frage eh eh... (hebt die Augen von der Zeitung) Also was möchtest du wissen?*

або ж їх супроводжує процес мислення:

Frau: *Was hast du mit Familientherapie entschieden*

Mann: *Was habe ich mit Familientherapie entschieden? Hm...*

Hatte keine Zeit.

Особливість описаної групи повторів полягає в подвійній функціональності: як регулятивній (створення кооперативної атмосфери спілкування), так і дискурсивно-конструюючій (забезпечення конструктивної цілісності діалогічної єдності). Доцільно позначити їх діалогічними повторами **регулятивно-дискурсивної спрямованості**.

Функціональні особливості другої групи полягають у вираженні регулятивних стратегій учасників інтеракції, до цієї групи відносимо, відповідно, повтори **актантно-регулятивної спрямованості**:

– повтор-перепитування спрямований на повторне отримання/підтвердження/спростування інформації або підтвердження/спростування вірності її декодування:

Sohn: *Mami, leider habe ich die Aufgabe nicht gemacht, da mir das Buch fehlt.*

Mutter: **Das Buch fehlt?** *Warum hast du denn daran nicht früher gedacht?*

– повтор-сигнал отримання інформації маркує повідомлення комунікативному партнеру про прийняття даних та їх декодування:

Mutter: *Was willst du jetzt machen?*

Tochter: *Ich fahre zu ihm nach Mainau und bitte um Verzeihung.*

Mutter: *Wohin?*

Tochter: *Nach Mainau.*

Mutter: **Ah, nach Mainau.** *Ich dachte, du wartest bis er nach Hause zurückkehrt.*

– повтор-зацікавлення маркує підтвердження уваги до комунікативного внеску співрозмовника, підтримку його мовленнєвої ініціативи:

Bruder 1: *Was machst du denn da?*

Bruder 2: *Nun ja, ich versuche einen Liebesbrief zu schreiben oder so etwas Ähnliches.*

Bruder 1: **Einen Liebesbrief?**

Bruder 2: *Ja, aber das ist nicht so einfach, weißt du. Ich bin nun mal kein Romantiker.*

– повтор-експресив маркує експресивну реакцію слухача на повідомлення, одночасно містячи певні кваліфікативно-інтелектуальні характеристики:

Mann: *Du bist so gereizt.*

Frau: **Ich? Gereizt?** *Das ich nicht lache! Du bist doch zum Kotzen drauf!*

Mann: *Hör bloß auf! Ich will nur meine Ruhen.*

Frau: **Seine Ruhen will er!** *Das ist ja zum Schreien!*

– повтор-дисонанс маркує невідповідність повідомлення уявленням слухача про предмет мовлення:

Frau: *Also, ein Viertel von einem Viertel, wieviel ist das denn?*

Mann: *Ein Achtel oder was?*

Frau: **Ein Achtel?** *Nee, ich meine ein Viertel von meiner Stelle. Ist 300 Euro.*

або ж незрозуміле оформлення висловлення:

Schwester 1: *Weisst du was, Tina? Sie passt mir genau.*

Schwester 2: **Sie?**

Schwester 1: *Ja, deine Hose. Ich habe sie angezogen.*

Актантно-регулятивні повтори регулюють участь комунікативних партнерів у діалозі та його структуруванні, маркують їх зацікавленість, гармонійний розвиток чи деструктивну налаштованість та негативну емоційну оцінку, отримання інформації або ж комунікативні ускладнення та девіації.

Завданням третьої групи діалогічних повторів є структурування дискурсу та організація діалогічної єдності. Конструктивним елементом діалогу є, в першу чергу, «ресорні репліки» [2, с. 54], які виступають «зв'язками» реплік комунікантів, а отже, виконують саме конструктивно-структуруючу роль в дискурсі:

Schwester 1: *Es wird in unserer Klasse viel gelästert, dass Lisa sich mit deinem Ex trifft.*

Schwester 2: **Mit meinem Ex trifft?** *Weißt du, das interessiert mich jetzt am wenigsten. Ich habe einen neuen Freund, und das ist für mich das Wichtigste jetzt.*

Оскільки представлені діалогічні повтори спрямовані на організацію як структурних одиниць так і дискурсу загалом, очевидно їх варто вважати діалогічними повторами **дискурсно-регулюючої спрямованості**.

Жодна з вказаних груп не включає т.н. ехолалічний повтор [4, с. 189], «заснований на автоматизмі та інформативній спустошеності» [1, с. 356] та не здатний сприяти реалізації певної прагматичної інформації:

Frau: ... *Und das war Margarine, und die war hart geworden. Ich dachte mir, heißes Wasser müßte denn doch auflösen? Ich hab dann heißes Wasser reinlaufen lassen und dann gleichzeitig noch so Cif reingekippt, weil gedacht habe, das neutralisiert, aber das hat nicht genutzt.*

Mann: *(wiederholt leise) Nicht genutzt.*

На думку Н. Д. Арутюнової, такі несвідомі дії «мають причину (мотив, стимул), але не мету» [2, с. 799]. С.В. Андреева вважає, що якщо даний тип повтору і не спрямований на гармонізацію спілкування, то, без сумніву, є ознакою діалогу, що гармонійно розвивається [1]. О.Р. Лурія стверджує, що висловлення, будучи лише ехолалічним чи імітаційним відтворенням попередньої репліки-стимулу, мають характер несвідомої мовленнєвої реакції і, відповідно, будучи не регульованими якимись пізнавальними мотивами, не можуть розглядатися як одиниці істинної мовленнєвої комунікації [4, с. 189].

Дослідження функціонально-прагматичних особливостей діалогічних повторів свідчить про можливість співпраці кількох комунікативних установок. В багатофункціональному повторі можуть зустрічатися різні стратегічні координації, як наприклад:

– експресив (вираження подиву стосовно сказаного) і гезитатив (заповнення паузи з метою пригадування):

Mutter: *Das Krankenhaus hat angerufen. Du warst nicht da.*

Sohn: *Ich hatte keine Zeit...*

Mutter: **Keine Zeit...** *Wenn dir dein Leben so egal ist, bitte. Aber denk' auch an uns.*

– зацікавлення (підтвердження уваги до комунікативного внеску співрозмовника) і ретроспектор (виявлення логічного розвитку події):

Schwiegermutter: *Na, seid ihr gut ins neue Jahr gekommen?*

Schwiegertochter: *Ja, wenn auch sehr naß.*

Schwiegermutter: **Naß?**

Schwiegertochter: *Ja, wir waren auf so einer Terrasse, wo ziemlich hoch das Wasser stand.*

Таким чином, можна стверджувати, що в усному сімейному дискурсі діалогічні повтори відіграють роль метакомунікативних сигналів слухача, здатних передавати множину комунікативних значень і намірів, що прямо або завуальовано маркують ставлення слухача до репліки мовця, а також є результатом пошуку можливостей співпраці для учасників комунікативної ситуації. Перспективним в плані дослідження дискурсивних повторів вважаємо розгляд їх специфіки в різних типах сімейного дискурсу: матримоніальному, парентальному та дискурсі сублінгвів.

Література

1. Андреева С. В. Дискурсивный повтор в системе средств устной коммуникации / С. В. Андреева, А. В. Плотникова // Русский язык и славистика в наши дни. Материалы Междун. науч. конф. – М. : Изд-во Моск. гос. областного ун-та, 2004. – С. 352 – 358. **2. Арутюнова Н. Д.** Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с. **3. Борисова И. Н.** Русский разговорный диалог: структура и динамика/ И. Н. Борисова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2001. – 408 с. **4. Лурия А. Р.** Язык и сознание / А. Р. Лурия. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. – 413 с.

Осовська І. М. Діалогічні повтори в німецькомовному сімейному дискурсі

Стаття присвячена дослідженню функціональних характеристик діалогічних повторів у німецькомовному сімейному дискурсі.

Ключові слова: сімейний дискурс, діалогічний повтор.

Осовская И. Н. Диалогические повторы в немецкоязычном семейном дискурсе

В статье исследуются функциональные характеристики диалогических повторов в немецкоязычном семейном дискурсе.

Ключевые слова: семейный дискурс, диалогический повтор.

Osovska I. M. Dialogic repetitions in the German family discourse

The functional features of discourse dialogic repetitions of the German family discourse are viewed in the article.

Key words: family discourse, dialogic repetitions.

УДК 811.111'42'27'

Є. О. Пімус

**СПЕЦИФІКА ВІДОБРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ ВЛАДА
В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА РОСІЙСЬКІЙ МОВАХ
(НА МАТЕРІАЛІ ПРИСЛІВ'ІВ ТА ПРИКАЗОК)**

Концептуалізація – один із процесів пізнавальної діяльності людини, що полягає в осмисленні й упорядкуванні результатів внутрішнього рефлексивного досвіду людини й уявлень про об'єкти, явища дійсності та їхні ознаки. Результатом концептуалізації є формування концептуальної системи, складниками якої є концепти [1, с. 258]. Ю. С. Степанов визначає концепт як «згусток культури в свідомості людини; те, у вигляді чого культура входить в ментальний світ людини та, з іншого боку, те, за допомогою чого людина – рядова, звичайна людина, не «творець культурних цінностей» – сама входить у культуру, а в деяких випадках впливає на неї» [2, с. 120]. У сучасних лінгвістичних дослідженнях визначена національна специфіка багатьох концептів, яка виявляється в наявності не співпадаючих когнітивних ознак, в різній яскравості тих або інших когнітивних ознак у національних концептах, в різній польовій організації однойменних концептів, у відмінностях образного компоненту, інтерпретаційного поля, та присутності різних когнітивних класифікаторів [3, с. 21].

Сьогодні приділяється багато уваги саме процесам свідомості людини під час декодування інформації. Кожна лінгвокультура своєрідна в сприйнятті того чи іншого концепту, що й зумовлює її унікальність. Століттями виробляється відношення до певного концепту під впливом оточуючого середовища та соціалізації людини. Цей факт характеризує та відокремлює одну лінгвокультуру від іншої. Недостатність розкриття цієї проблеми та унікальність кожної мовної культури й зумовила актуальність поданої статті.

Метою поданої статті є дослідження концепту ВЛАДА в російському та англійському фольклорі, беручи за основу прислів'я та приказки поданих мовних культур.

Дослідити концепт найширше можна на основі фольклору, що змальовує менталітет та картину світу, спираючись на її основу – простий народ. Фольклор – це надзвичайно важлива складова частина культури народу. Існування терміну *фольклор* нерозривно зв'язане з терміном *народна творчість* [4].

Невід'ємною рисою народної творчості є прислів'я та приказки. Чіткої різниці між прислів'ями та приказками не виділяють, тому їх розглядають як один жанр. Різниця між ними полягає тільки в тому, що приказки – це одночленні речення, а прислів'я характеризуються наявністю двох головних членів речення.

Тлумачний словник С. І. Ожегова доводить, що лексична одиниця ВЛАДА використовується в російській мові для позначення кількох різних, але взаємопов'язаних понять:

ВЛАСТЬ, -и, мн. -и, -ей, ж. **1.** Право и возможность распоряжаться кем-чем-н., подчинять своей воле. Родительская в. Превышение власти. Подчей-н. властью быть, находится. В. употребить (заставить подчиниться себе как имеющему власть). Терять в. над собой (терять самообладание). Во власти предрассудков (перен.: о том, кто полон предрассудков); **2.** Политическое господство, государственное управление и его органы. В. народа или народная в. Верховная в. Прийти к власти. Быть у власти; **3.** мн. Лица, облеченные правительственными, административными полномочиями. Местные власти. * Ваша власть (устар.) – как вам угодно, вам решать, дело ваше. Под властью чего, предлог с род. п. – под влиянием, под воздействием чего-н. Действовать под. властью обстоятельств. || прил. властный, -ая, -ое (к 1 знач.). Властные функции главы государства. Властная элита [5].

Умови домінації та субординації влади існували завжди в історії розвитку людських відносин та форм соціальних організацій. Ще в давньому світі були люди вищі за соціальним статусом та нижчі. Саме ступінь приниження та особливості стратифікації суспільства якоюсь мірою відображаються в сприйманні слова ВЛАДА та в формуванні даного концепту.

Елементи фольклору російської мовної культури на тему ВЛАДА яскраво відображують розуміння людьми поданого концепту, наприклад:

Красно поле снопами, а советская власть делами; И работа всласть, когда своя, советская, власть; Где сила, там и власть; Где власть народа, там победа и свобода; Власть Господня; Власть всякого ограничена законом; Что беснующемуся нож в руки, то лукавому власть; У кого сила – у того власть; Получивший власть на день – у ста человек головы снимет; Подумаешь – горе, а раздумаешь – власть Господня; Под Богом ходишь, и власть его; С сильным не борись, с богатым не судись;

Кто на свою страсть найдет власть, тот и будет владыка; Пока до начальника доберешься, раз десять споткнешься [6].

В англійській лінгвокультурі концепт ВЛАДА відображується наступним способом:

Knowledge is power; A powerful man has big ears; [7] Under a powerful general there are no feeble soldiers; Anger without power is folly; There is no flower that remains red for ten days, and no power that lasts for ten years; Never give a sword to a fool or power to an unjust man; Virtue subdues power; The great secret of power is never to will to do more than you can accomplish; Justice without force is powerless, force without justice is tyrannical; Power never takes a back step – only in the face of more power; Desire creates the power; Power is when you have every justification to kill someone, and then you don't; Do the thing you fear and you will have the power; When the power of love overcomes the love of power, the world will know peace [8].

Проаналізувавши подані елементи фольклору російською мовою, були зроблені наступні висновки: представники російської лінгвокультури націлені на розуміння концепту ВЛАДА переважно з політичної точки зору. «Радянська влада» став свого роду провідним концептом та поняттям, що пов'язаний із життям кожної російської людини зрілого віку. Яскравими прикладами вищезгаданого є такі прислів'я: *Красно поле снопами, а советская власть делами, И работа всласть, когда своя, советская, власть...*

Дослідивши другу половину отриманих прикладів, були сформульовані нижчезгадані логічні спостереження: високий ступінь релігійності знайшов своє відображення в прислів'ях російською мовою. (*Подумаешь – горе, а раздумаешь – власть Господня; Под Богом ходишь, и власть его...*).

Російські реципієнти сприймають владу переважно в фізичному розумінні, що підкріплюється негативністю особистості: *Где сила, там и власть* або *Получивший власть на день – у ста человек головы снимет, Что беснующемуся нож в руки, то лукавому власть*. Ці приклади доводять той факт, що російська мовна культура сприймає концепт ВЛАДА виключно з негативною конотацією.

З наведених прикладів елементів народної творчості найменший відсоток складають прислів'я з позитивним відтінком значення влади: *Где власть народа, там победа и свобода*.

Ставлення до ВЛАДИ в російськомовній культурі заслуговує особливої уваги. Ця або інша форма та структура державної влади виникла не випадково, а сформувалась відповідно до існуючих в цьому суспільстві культурними основами для формування саме такого, а не якогось іншого образу взаємодії народу з владою. Форма та структура влади завжди органічні до поданої культури. Вони відображують певні аспекти політичного світогляду населення. Монархія та демократія – це не тільки різні структури державних органів, але й ідеологічна підоснова,

яка сформувала діаметрально протилежні відношення народу до влади. Заміна структури влади органічно відбувається, якщо змінюється зміст базових цінностей, що господарюють в суспільстві. Домінуюча в суспільстві політична культура фактично визначає межі модернізації соціуму, ступінь втілення в життя запозичених федеративних зразків та інститутів. Сучасні соціологічні дослідження стверджують про наявність протиріч у сприйнятті демократичної структури влади населенням і тим образом влади, що має місце в традиційній російській культурі. Це протиріччя між відношенням населення до влади та формою влади, що пропонується народом. [9]

На відміну від російської лінгвокультури, англійська культура не сприймає владу виключно політично, що зумовлене полісемантикою слова «power», яке, як стверджує тлумачний словник англійської мови Longman, позначає:

Control – the ability or right to control people or events [powerful, powerless].

Government – the position of having political control of a country or government.

Influence – the ability to influence people or give them strong feelings.

Right/ authority – the right or authority to do something.

Ability – a natural or special ability to do something.

Energy – energy that can be used to make a machine work or to make electricity.

Strength – the physical strength or effect of something.

Electricity – TPE electricity that is used in houses, factories etc.

Strong country – a country that is strong and important and can influence events, or that has a lot of military strength [10].

В фольклорі англійської лінгвокультури засуджується негідний і слабкий духом та неймовірно сильний фізично правитель: *Never give a sword to a fool or power to an unjust man, Justice without force is powerless; force without justice is tyrannical.*

Влада для поданої вище мовної культури це переважно духовна сила, коли людина йде проти свого страху та переборює себе, коли до кінця вірний своїм переконанням та не здається: *Desire creates the power. Power is when you have every justification to kill someone, and then you don't. Do the thing you fear and you will have the power.*

Представники англійської культури впевнені в тому, що народ не буде слабким, якщо таким не буде його голова: *Under a powerful general there are no feeble soldiers.*

Вивчивши наведені приклади англійських прислів'їв, можна зробити наступні висновки: вищезгадана лінгвокультура характеризується тим фактом, що влада – це знання, той, хто все знає та чує – найсильніша людина: *Knowledge is power. A powerful man has big ears.*

Таким чином, результати дослідження свідчать, про те що розуміння концепту влада своєрідне для кожної з наведених лінгвокультур: англійської та російської. Історичний процес становлення держави та полісемантичність понять – найважливіші чинники розходження в сприйманні та тлумаченні концепту ВЛАДА.

Перспективи дослідження полягають у необхідності подальшого висвітлення національно маркованих концептів у зіставному плані для подальшого розкриття лінгвістичного феномену мовної картини світу.

Література

- 1. Селіванова О.** Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля – К. : 2006. – 716 с.
- 2. Степанов Ю. С.** Константы. Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М : „Языки русской культуры”, 1997. – 824 с.
- 3. Шашкевич А. Я.** Русская языковая картина мира в ряду других картинок / А. Я. Шайкевич // Московский лингвистический журнал. – 2005 – №2. – С. 5 – 21.
- 4. Фольклор України** [Електронне джерело] – <http://folk-pisnya.com.ua/>
- 5. Ожегов С. И.** Толковый словарь русского языка (А-Д)/ под. ред. С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой. – Изд.-во "Азъ", 1992.
- 6. Пословицы и Поговорки у Русского Народа** [Электронный источник] – http://x-vim.info/s_a8da65082.html.
- 7. Афоризмы** [Электронный источник] – http://letter.com.ua/proverb/proverb_eng01.php
- 8. Power Quotes and Sayings** [Electronic resource]. – Available from: http://www.coolnsmart.com/power_quotes/
- 9. Восприятие власти в России: релевантность отношения к власти социокультурным аспектам** [Электронный источник]. – <http://www.ksu.ru/uz/index.php?>
- 10. Longman Dictionary of contemporary English: POWER** [Electronic resource]. – Available from : www.ldoceonline.com/dictionary/power_1

Пімус Є. О. Специфіка відображення концепту ВЛАДА в англійській та російській мовах (на матеріалі прислів'їв та приказок)

Статтю присвячено відображенню концепту ВЛАДА в англомовній та російськомовній культурах на матеріалі прислів'їв та приказок. Результати дослідження свідчать про те, що розуміння концепту є своєрідним для кожної з наведених лінгвокультур. Історичний процес становлення держави та полісемантичність понять – найважливіші чинники розходження в сприйманні та тлумаченні концепту ВЛАДА.

Ключові слова: концепт, когнітивна лінгвістика, фольклор, прислів'я, приказка.

Пимус Е. А. Специфика отображения концепта ВЛАСТЬ в русском и английском языках (на материале пословиц и поговорок)

Стаття посвящена зображенню концепта ВЛАСТЬ в англоязычній і російськомовній культурах на основі прислів'їв і приказок. Результати дослідження свідчать про те, що розуміння концепта своєрідне для кожної з згаданих лінгвокультур. Історичний процес становлення держави і полісемантичність понять – найважливіші фактори розходження в сприйнятті і трактуванні концепта ВЛАСТЬ.

Ключові слова: концепт, когнітивна лінгвістика, фольклор, прислів'я, приказка.

Pimus Ye. O. Reflection specificity of POWER concept in Russian and English languages (on the basis of proverbs)

The paper considers reflection of POWER concept in English and Russian linguistic cultures on the basis of proverbs. The results of the research show that understanding of the concept is unique for each of the mentioned linguistic cultures. Historical process of the state formation and polysemantic notions are the most important factors of perception and interpretation divergence.

Key words: concept, cognitive linguistics, folklore, proverb.

УДК 811.111'272:32

К. С. Попова

**ПОЛІТИЧНА ПРОМОВА ЯК ТИП ПОЛІТИЧНОЇ
КОМУНІКАЦІЇ**

Політична діяльність завжди відігравала особливу роль у житті суспільства. Від певної політичної позиції або ситуації залежить місце країни на міжнародній арені, її взаємовідношення з іншими державами, її роль у діяльності світової спільноти. Однак важливу роль у визначенні іміджу країни відіграє спосіб її презентації політичними лідерами цієї держави. За допомогою виступів політики мають можливість звернутися як до міжнародного співтовариства, так і до громадян своєї країни.

Написання промов – досить складний процес, тому що в більшості випадків політики в процесі виступу повинні не тільки проінформувати аудиторію про аспекти суспільного життя, але, що важливіше, домогтися розташування аудиторії, переконати слухачів прийняти ту чи іншу позицію, а також заручитися підтримкою громадян.

Аналізуючи промови політичних діячів, можна виявити стратегії і тактики аргументації, що використовуються ними з метою переконання аудиторії. Дослідження виступів дозволяють, з одного боку, прогнозувати подальші дії й наміри політика, а з іншого – встановлювати найбільш ефективні способи впливу на слухачів.

Щоб стати шанованою людиною в своєму середовищі, політичний діяч повинен мати набір якостей, серед яких розум,

цілеспрямованість, вміння знаходити рішення складних проблем і ряд інших. Однак, для того, щоб придбати політичну вагу і популярність, він повинен досконало володіти навичками публічного виступу. Одна з головних завдань політика – переконати населення в правоті власних поглядів, будь-якої політичної концепції і т. п. Майстерний оратор здатний захопити слухачів, змусити їх відчувати, а часом і робити те, про що він говорить. Саме тому володіння мистецтвом публічного виступу настільки важливо для політичного діяча.

Це мистецтво зародилося ще в Стародавньому Світі. Такі відомі особистості, як Сократ, Демосфен, Платон увійшли в історію в основному завдяки віртуозному володінню риторикою, як називали ораторське мистецтво стародавні греки. Вони ж і заклали теоретичні положення публічного виступу. Грецькі мислителі усвідомили, що в слові криється величезна сила і, якщо навчитися керувати цією силою, то можна домогтися практично будь-якої мети. Це було успішно доведено представниками школи софістів, які за допомогою вербальних засобів з легкістю підміняли в своїх цілях, здавалося б, очевидні поняття. Їм вдавалося переконати людину, змусити її діяти так, як би вона не робила у будь-якій іншій ситуації, налаштувати її проти когось або ж навпаки – змусити відчувати симпатію тощо. З тих пір софістика і риторика постійно розвиваються, переосмислюються і удосконалюються.

Останнім часом велика увага стала приділятися методам навіювання і переконання. Це і визначає актуальність даної роботи. Сучасні засоби переконання і навіювання досягли дуже високого рівня. Кожній освіченій людині необхідно якщо не вміти використовувати всі їхні переваги, то хоча б бути знайомою зі способами маніпуляції людською свідомістю, вміти вчасно їх помітити і не піддатися їх впливу.

Однією з функцій публічного виступу є вплив на аудиторію за допомогою певних лексичних, граматичних та стилістичних прийомів. Таким чином, метою роботи стало визначення ролі мовностилістичних засобів, за рахунок яких реалізується даний вплив у кожному окремому випадку.

Красномовство, або ораторське мистецтво - продукт історичного розвитку. Громадська спрямованість, світоглядний характер і певні ідеали були завжди у всіх суспільствах вирішальними для ораторського мистецтва, що відрізняють різноманітність і багатогранність тематики, багатovidність та багатожанровість. Проблемами щодо політичного дискурсу займалися такі дослідники, як Г. З. Апресян, В. В. Одинцов, С. Ф. Іванова, Є. А. Ножін, В. Аксьонов, Е. А. Адамов П. Серіо, В. В. Богданов, Б. М. Гаспаров, М. Л. Макаров, В. И. Карасик, А. Г. Баранов, W. Dieckmann, W. Holly, M. Coulthard, R. Fowler, J. Gumperz, E. Chaika, D. Bolinger, R. Lakoff, G. Leech.

Загалом, політичні промови – це невід’ємна частина політичного дискурсу, тому дійсно цікавим є простежити, що таке політичний дискурс взагалі та які його характерні ознаки. Отож, у потенційному

вимірі дискурс являє собою семіотичний простір, що включає вербальні та невербальні знаки, орієнтовані на обслуговуванні даної комунікативної сфери, а також тезаурус прецедентних висловлювань і текстів. До потенційного виміру дискурсу також включаються уявлення про типові моделі мовної поведінки і набір мовних дій та жанрів, специфічних для даного типу комунікації. Стосовно семіотичного простору політичного дискурсу можна говорити про неоднорідність задіяних у ньому «мов»: крім вербальних знаків і паралінгвістики, істотно значення має політична символіка та емблематика, семіотика будівель або, ширше, семіотика простору (знакове використання простору). У політичному дискурсі знакового статус набуває сама фігура політика і певні поведінкові моменти (знакові дії) [1, с. 21 – 22].

Політичний дискурс по суті є вираженням всього комплексу взаємовідносин між людиною і суспільством, і, таким чином, це явище по суті функціонально спрямоване на формування у реципієнтів деякого фрагмента світосприйняття або картини світу. Використовуючи політичний дискурс як пробний камінь, можна зрозуміти, як в різних мовних колективах моделюються культурні цінності, як пропагується соціальний порядок, які елементи мовної картини світу залишаються за межами свідомих мовних стратегій мовців, як формується концептуальна картина світу, притаманна кожному мовному колективу [1, с. 26].

У політичному тексті міститься як екстралінгвістична інформація (картина світу), так і знакова інформація (картина світу, представлена через знак, номінацію). Політичний дискурс володіє не тільки змістом (співвіднесений з реальністю), але і суттєвою «прив'язкою» (співвіднесений суб'єктно з певною групою чи групами людей). Різні суб'єкти спілкування по-різному відображаються у дискурсі: комунікативні форми породжують свій зміст [2, с.49 – 50].

Аналіз суттєвої інформації політичного дискурсу є аналіз комунікативно-номінативний: хто спілкується і як спілкується. Політичний дискурс представлений в особах. Особа зливається з текстом, але водночас воно сама є текстом. Це «нашарування» або змішання змістів породжує новий зміст. У підсумку автор приходять до того, що один текст, який промовляють різні особи, «розпадається» на різні тексти: вони інакше декодуються аудиторією, інакше структуруються, класифікуються, ранжуються. Вони дають іншу картину соціальної взаємодії [2, с. 51].

На думку І. Ф. Ухвановой-Шмиговой, сенсо-суттєві дослідження політичного дискурсу можуть дати значущий матеріал як про сучасні дискурси загалом, так і про політичний дискурс зокрема. Необхідно виявити ті ознаки, які характерні для політичного дискурсу на даному етапі розвитку соціуму, а також визначити історичні та національно-специфічні риси політичного дискурсу, наступність тих чи інших стилів, типів, форм спілкування, композиційних рішень [2, с. 51].

В академічному і епістемологічному контекстах аналіз політичного дискурсу (політичний дискурс-аналіз) не є "суворо оформленою" дисципліною і швидше функціонує як міждисциплінарний методологічний напрям, що інтегрує теорії та практики аналізу політичних текстів (дискурсна прагматика, когнітивний дискурс-аналіз, конверсаційний аналіз, критичний дискурс-аналіз і т.д.).

Політичний дискурс – це сукупність політичних дискурсів соціуму: дискурсу влади, контрдискурсів, публічної риторики, що закріплюють сформовану систему суспільних відносин або дестабілізують її [1].

Сучасні дослідження промов політичних лідерів представлені двома методиками: дискурс-аналізом (максимально широка дослідницька парадигма) і семіотичним аналізом (більш вузький підхід, оскільки він не враховує у достатній мірі суспільно-історичних умов, в яких функціонує об'єкт аналізу, а сконцентрований лише на знаковій характеристиці дискурсу) [3, с. 164].

Політичний дискурс-аналіз являє собою складну систему роботи з текстом, що дозволяє препарувати дискурс на різних рівнях. Більше того, політичний дискурс може бути проаналізований, з точки зору різних підходів (дискурсна прагматика, гендерний підхід, конверсаційний аналіз, вивчення структури аргументації і т.д.).

Традиційно увагу дослідників привертає рівень змісту. У зв'язку з цим, аналіз ідеологій, систем включення / виключення і т.д. зводиться до виявлення домінуючих стереотипів уявлення про «своїх» і «чужих», вивченню кліширування, автоматизацій дискурсу і т.д., що на рівні вибору джерелознавчих методик означає додержання до частотного аналізу, аналізу тематичного ряду (переважно при роботі з джерелами масової комунікації) і, лише частково, дослідженню семантичних структур. Частково це означало б спробу відповісти на запитання: «Що Вони говорять про Нас?»

У зв'язку з цим, необхідно звернутися до граматики, локальної семантики (на рівні локальної семантики не просто досліджується "політичний словник", а приділяється увага імплікації, узгодженості змістів і т.д.), синтаксису, стилю, риториці, структурі аргументації і т.д. і в даному випадку необхідно відповісти на питання: «Як Вони говорять про Нас?».

У цьому контексті найбільший інтерес представляє (широко розроблена в лінгвістиці) система аналізу риторичних ходів, екземпліруючих стратегії позитивної саморепрезентації і негативного уявлення «іншого».

Згідно Є. І. Шейгал, з усіх видів комунікативних дій для «політичного» дискурсу найбільш характерна інтенційована дія «переконання», що виявляється у різних етноспецифічних модусах-вчинках. Ці етнокультурні модуси створюються складним переплетінням двох видів стереотипів: мовних, пов'язаних з семантичними

преференціями самої мови, і комунікативних, пов'язаних зі сформованими нормами поведінки і ціннісними критеріями у суспільстві. Переконавання ефективне в тому випадку, якщо воно здійснюється за принципами, що відображає усталені манери поведінки і взаємовідносини в колективі [1, с. 33].

Отже, інтерпретуючи політичний дискурс в його цілісності, не можна обмежуватися суто мовними моментами, інакше суть і мета політичного дискурсу пройдуть непоміченими. Розуміння політичного дискурсу передбачає знання фону, очікувань автора й аудиторії, прихованих мотивів, сюжетних схем і улюблених логічних переходів, що існують у конкретну епоху.

Таким чином, політичний дискурс складає значну частину нашого спілкування і має високий ступінь аргументації для відстоювання точки зору, виправдання або спростування думки чи для одержання схвалення аудиторією.

Аналізуючи промови можна зробити висновок, що вони поєднують в собі як аргументативні тактики, так і елементи логічної аргументації. Текст насичений аргументами, логічними доказами, перерахуваннями, міркуваннями з опорою на фактично-статистичну інформацію.

У політичному дискурсі часто використовуються лексичні, граматичні та стилістичні засоби, що може бути пояснено їх великим аргументативним потенціалом, великою образністю, що важливо, якщо враховувати, що ці тексти призначені для публічних виступів і повинні відразу оволодіти увагою слухача, вплинути на його почуття та емоції.

Отже, можна зрозуміти, що аргументація та переконання може реалізовуватися за допомогою різних вербальних стратегій. Для ефективності переконання політичні діячі вдаються до різних тактик. У процесі дослідження можна виявити такі тактики аргументації, присутні в політичному дискурсі:

- 1) стилістичні (пом'якшення, повтори, оціночні слова);
- 2) семантичні (явне заперечення, явна поступка, перенесення);
- 3) аргументативні (апеляція до авторитету, риторичні питання, міні-наративи, інтимізація, створення очевидності і загальновідомості фактів, обіцянки, посилення на традиційні цінності, опозиція, позитивна самопрезентація, дискредитація опонента). У цілому аналіз аргументативної комунікації дозволяє визначити позиції політичного діяча, встановити способи впливу на аудиторію і простежити структуру побудови аргументів, щоб певним чином впливати на свідомість слухачів.

Отже, політичні промови можуть мати великий вплив на суспільство, тому їх аналіз та вдосконалення є дуже важливим. Вивчення лінгвістичних та екстралінгвістичних особливостей промов політиків, порівняння політичних промов представників різних країн та політичних систем обумовлюють перспективи подальшого розвитку цієї тематики.

Література

1. Jensen J. V. Argumentation: Reasoning in Communication / J. V. Jensen— New York : Van Nostrand, 1981. — 311 p. **2. Ухванова-Шмыгова И. Ф.** Операционализация коммуникативных стратегий с позиций каузально-генетической теории / И. Ф. Ухванова // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Вып. 2. — Минск, 2000. — С. 198 – 202. **3. Aristotle** The “Art” of Rhetoric / Aristotle. — Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1967. — 342 p.

Попова К. С. Політична промова як тип політичної комунікації

В статті розглядаються політичні промови, які є невід’ємною частиною політичного дискурсу та аналізуються їх характерні ознаки.

Ключові слова: політичні промови, політичний дискурс, публічний виступ, політичний дискурс-аналіз.

Попова Е. С. Политическая речь как тип политической коммуникации

В статье рассматриваются политические речи, которые являются неотъемлемой частью политического дискурса и анализируются их характерные признаки.

Ключевые слова: политические речи, политический дискурс, публичное выступление, политический дискурс-анализ.

Popova K. S. Political speech as a type of political communication.

The article examines political speeches, which are an integral part of political discourse and provides a brief analysis of their characteristic features.

Keywords: political speeches, political discourse, public speech, political discourse-analysis.

УДК 81’42=111:659.131.2

Н. С. Рева

АРХИТЕКТОНІЧНІ АСПЕКТИ КОМПОЗИЦІЇ РЕКЛАМ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ

Актуальність дослідження зумовлена сучасною пріоритетною тенденцією до осмислення міждисциплінарного буття рекламних текстів, їх поліаспектності та поліфункціональності. Об’єктом дослідження

виступає архітектоніка рекламного тексту, предметом – статус та особливості її основних вербальних блоків. Мета дослідження – ідентифікувати функціональні та лінгвістичні риси архітектонічних елементів, осмислити їх поверхневе та глибинне буття. Текстам як двобічній структурі притаманна єдність змісту та форми, специфічні композиційні блоки [8, с. 5; 12, с. 189]. Композиція тексту – це співвіднесеність і розташування блоків, які препарують його цілісність, завершеність і єдність [11, с. 262]. Композиція обумовлена авторськими інтенціями, жанром та змістом твору [8, с. 45]. Питанням композиції тексту займались В.В. Виноградов, В.Е. Шевченко, В.В. Радченко [1; 8; 12]. У наукових працях виокремлюється внутрішня та зовнішня композиції [1, с. 105 – 211]. Перша представлена системою образів-характерів, особливостей конфлікту, своєрідність сюжету. Зовнішня композиція полягає у членуванні тексту на дискретні одиниці (глави, абзаци, строфи, та інші), їх послідовність та взаємозв'язок [9, с. 46]. Архітектоніка (від грецької *architekton* – “будівник”, “будівельне мистецтво”) – гармонічна єдність частин, їх співвідношення, взаємопідпорядкування розташування в єдиному цілому, логічно-смілова структура, яка має зовнішнє візуальне оформлення та надає тексту ритміко-просторової форми [9, с. 19]. Як засіб членування змісту тексту архітектоніка організує й направляє сприйняття читача, активує його увагу, допомагає зрозуміти авторське повідомлення та відшукати необхідну інформацію без втрати часу [7, с. 46].

Рекламний текст (РТ) – кінцевий результат/продукт однойменного дискурсу – процесу створення відповідного повідомлення з огляду на взаємозв'язок з соціальними і психологічними характеристиками учасників [6, с. 6]. РТ розкриває основний зміст оголошення, виконує наступні функції: комунікативну (передача інформації про товар чи послугу), регулятивну (апеляція до та вплив на адресата) та узагальнюючу (створення образів та уявлень у адресата). РТ є функціонально-семантичною структурою з певними правилами організації. Це складний семіотичний знак з притаманною йому семантикою, прагматикою та послідовністю елементів [6, с. 6].

Вербальний конститuent – обов'язковий репрезентант змістовно-композиційної структури РТ [5]. У вербальній парадигмі РТ виокремлюють основні та факультативні структурно-семантичні блоки. Останні подають додаткову інформацію про прагматичні інтенції автора, які гетерогенно представлені у таких блоках, як прескриптор та логотип [4]. Основними структурними компонентами РТ, що несуть головне інформаційне (змістовне і експресивно-емоційне) навантаження, є заголовок, підзаголовок, основний текст, слоган, ехо-фраза, які виділяються в архітектоніці рекламного тексту, виконують особливу функцію, несуть певне когнітивно-дискурсне навантаження [3]. Поділ рекламного тексту на архітектонічні вербальні блоки є умовним, неригористичним.

Валоративним компонентом РТ є заголовок – стержень реклами, атрактив наступних рекламних блоків [4]. Його сильна позиція актуалізує прагматичний аспект, настроює читача на отримання основної інформації [5]. Психологічні дослідження довели, що реципієнт затримує погляд на рекламному оголошенні десь на 1,5 секунди. За допомогою заголовка він визначає ступінь цікавості інформації реклами, тобто читає рекламний текст за умови, що його зацікавив заголовок [4]. Призначення заголовка – негайно передати ключову комерційну спонуку. Він володіє певним ступенем автосемантики, є своєрідним передтекстом, що активізує ментальний лексикон адресата. Заголовок пов'язаний з категорією перспективи, зумовлює прогнозування основного змісту всього тексту [3]. Є заголовки прямого впливу, що ідентифікують товар та заголовки непрямого впливу (сліпі), що не називають предмет рекламування та є провокаційними: *“The new mascara by Chanel INIMITABLE INTENSE”* – заголовок прямого впливу реклами туші для вій Chanel [13, с. 8 – 9]; *“Here’s me SWISSSH...And Here’s the secret to yours”* сліпий заголовок реклами засобів для догляду за волоссям Pantene [13, с. 36 – 37]. Заголовки прямого впливу, крім атрактивної, виконують інформативну функцію, що допомагає закріпити ім'я торгової марки у свідомості адресата [2, с. 146 – 149]. В таких заголовках використовують ключові слова, що вказують на предмет рекламування і цільову аудиторію споживачів товару. Наприклад, у наданому вище заголовку реклами Chanel ключові слова *mascara*, *Chanel* активізують увагу жіночої половини аудиторії, вказують на якісний косметичний засіб як предмет реклами. Так як заголовок сприймається першим, його звичайно і розташовують так, щоб привертати найбільше уваги, він часто представлений малою кількістю лексем і виділяється шрифтом крупнішого за основний текст кеглю. Об'єм заголовка відповідає архітектоніці всього рекламного оголошення.

Основний рекламний текст (ОРТ) – основна рекламна думка РТ, що реалізує та обумовлює в розгорнутому виді закладені заголовком авторські інтенції [4]. Основний текст реклами косметичних засобів реалізує інформуючу та регулюючу функції, які представлені трьома боками: вступ, основна частина, висновки [4]. У вступі рекламодавець вводить споживача в тему, якщо останній не знайомий з проблемою або не усвідомлює її [5]. Інтродуктивний абзац є адитивним до заголовка, зв'язуючи останній та ілюстрацію з наступною інформацією. Наприклад, вступ реклами косметичних засобів компанії Max Factor *“2 simple steps for a perfect smoky eye look”* конкретизує заголовок *“Smoky eye effect eyeshadow”*, конкретизує та деталізує дані про предмет рекламування, вводить адресата в основну частину ОРТ [13, с. 26 – 27]. Основна частина ОРТ відображає суть рекламної пропозиції, яку необхідно донести до реципієнта, – важливість та переваги товару. Релевантною є основна частини ОРТ тієї ж реклами Max Factor *“Our innovative product. Two professionally inspired tips and an inspirational range of expertly matched*

shades” – основна частина OPT [13, с. 26 – 27]. У висновках підводять підсумки запропонованого, закликають споживача до дії – купити.: “*The perfect smoky eye in 2 simple steps. All the drama without the drama*” – заключення OPT реклами Max Factor [13, с. 26 – 27]. В архітектоніці основного тексту реклами косметичних засобів спрацьовує аргументація: перелік вигод, характеристик, доводів. В OPT акумулюється блоки відомої та невідомої інформації. Аргументація подається у вигляді перевернутої піраміди: зверху – найважливіша інформація, основна вигода, знизу – вторинні характеристики, менш валоративні факти. Наприклад, в рекламі антивікового крему компанії L’oreal спочатку подається інформація стосовно наукових досліджень в області косметології та нової запатентованої формули крему, що активізує довіру адресата до предмета рекламування: “*10 years of gene research: as you age, skin takes longer to recover and responds more slowly. Innovation: enriched with patented Pro-Gene technology...*” З метою закріплення ефекту надійності, цінності, валідності товару в кінці OPT подаються статистичні дані: “*Proven and confirmed by women: Skin looks rejuvenated: 78% agree...*” [13, с. 50].

В архітектоніці тексту реклами косметичних засобів одне з центральних місць займає слоган, як сильнодіюча формою торгової пропозиції, короткий девіз, рекламний лозунг, заклик, афоризм [10, с. 343; 9]. Якщо в заголовку або підзаголовку відображається предмет рекламування, то слоган екстеріоризує його об’єкт, виконує функцію розгорнутого логотипа, актуалізує важливу рекламну концепцію – бренд компанії, привертає увагу широкого кола цільової аудиторії реклами, активує запам’ятовування всього вербального ряду тексту, підвищує високу оцінку всього торгового підприємства, інтенсифікуючи тим самими основну рекламну мету – продаж [5; 9]. Адресат помічає слоган в 4-5 разів частіше за інші рекламні блоки, адже він легко читається, запам’ятовується, пробуджує зацікавленість, містить унікальну торгову пропозицію, обіцяє вигоду та нагороду, володіє чітким внутрішнім ритмом, відповідає загальній рекламній концепції, є коротким, формулюється за допомогою гри слів. [5]. Омовлення слогану залежить від цільової аудиторії, якій він адресований [5]. В рекламних текстах журнальної реклами косметичних засобів слоган маніфестується коротко сформульованим образним висловом, що є ізольованим від інших композиційних елементів тексту як графічно так і в смисловому відношенні. Так, слоган компанії L’OREAL “*Because you’re worth it*” є короткою, чіткою, атрактивною, адресованою жіночій аудиторії фразою, що швидко запам’ятовується, апелює до почуття власної гідності жінки, підвищує її самооцінку [13, с. 232].

Рекламне оголошення є символічно організованим простором, архітектоніка якого акумулює знаки різних семіотичних систем, вербальні та невербальні конститuentи. Основні блоки вербального конститuentу реклам косметичних засобів представлені у заголовку,

який є основним атрактантом РТ; в ОРТ, як у носії головної рекламної інформації; у салогані, що екстеріоризує об'єкт рекламування. Значні перспекції подальшого дослідження мають опціональні вербальні та невербальні блоки архітекtonіки РТ зазначеної семантики, що детерміновані дією лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів.

Література

- 1. Виноградов В. В.** О теории художественной речи / В. В. Виноградов. – М. : Высш. шк., 1971. – 240 с.
- 2. Джулер Д.** Креативные стратегии в рекламе / Д. Джулер, А. Дрюниани, Л. Бонни; пер. с англ. Ю. Н. Каптуревского. – М. ; СПб. ; Нижний Новгород и др. : Питер, 2004. – 384 с.
- 3. Загайнова М. Н.** Особенности структурно-композиционной организации научного текста как отражение его функционально-прагматического назначения [Електронний ресурс] / М. Н. Загайнова // Режим доступу : http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Philologia/58383.doc.htm. – Дата доступу: 19.10.10.
- 4. Капуза Т. М.** Лингвистика рекламы [Електронний ресурс] / Т. М. Капуза // Режим доступу : <http://lingvoskop.iatp.by/index.htm>. – Дата доступу: 13.10.10
- 5. Клушина Н. И.** Язык рекламы. Композиция рекламного текста [Електронний ресурс] / Н. И. Клушина // Режим доступу: <http://dlib.eastview.com/browse/doc/1891487>. – Дата доступу: 08.10.10
- 6. Колтышева Е. Ю.** Манипулятивное воздействие в современном рекламном тексте (на материале англоязычных глянцевого журналов для женщин): автореф. дисс. на соиск. науч. степени канд. филол. наук : 10.02.04 “Германские языки” / Е. Ю. Колтышева. – Ярославль, 2008. – 24 с.
- 7. Николина Н. А.** Филологический анализ текста: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Н. А. Николина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 272с.
- 8. Радченко В. В.** Архитекtonика делового письма (Сопоставительный анализ английской, немецкой и русской деловой корреспонденции) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Радченко, Валерия Владимировна. – Пятигорск, 2005. – 206 с.
- 9. Романова Т. П.** Слоганы в языке современной рекламы // Вестник Самар. гос. ун-та. Языкознание. – 2000. – № 3. [Електронний ресурс] / Т. П. Романова. // Режим доступу: <http://volgadetisamara.ru/~vestnik/gum/2000web3/yaz/200031202.html>. – Дата доступу: 03.11.10
- 10. Ромат Е. В.** Реклама: История. Теория. Практика: Учебник для студ. экон. Вузов / Е. В. Ромат. — 5. изд. — СПб. ; М. ; Нижний Новгород ; Воронеж ; Ростов н/Д : Питер, 2002. – 544с.
- 11. Хализев В. Е.** Теория литературы: учебник / В. Е. Хализев. – М. : Высшая школа, 2000. – 398с.
- 12. Шевченко В. Е.** Складники мови архітекtonіки газетно-журнального видання // Стиль і текст / В. Е. Шевченко. – Вип. 1. – К. : Інститут журналістики. – 2000. – С. 188 – 193.
- 13. Cosmopolitan.** – 2010. – № 10. – 300 р.

Рева Н. С. Архітектонічні аспекти композиції реклам косметичних засобів на матеріалі англомовного дискурсу

У статті осмислюється композиція рекламного тексту косметичних засобів, фокусується увага на основних вербальних архітектонічних блоках, їх поліфункціональності на матеріалі англомовного дискурсу.

Ключові слова: композиція, архітектоніка, рекламний текст.

Рева Н. С. Архитектонические аспекты композиции реклам косметических средств на материале англоязычного дискурса

В статье осмысляется композиция рекламного текста косметических средств, фокусируется внимание на основных вербальных архитектурных блоках, их полифункциональности на материале англоязычного дискурса.

Ключевые слова: композиция, архитектоника, рекламный текст.

Reva N. S. The Architectonical Aspects of Cosmetics Advertisements Composition Based on the English Discourse

The article deals with the text composition of cosmetics advertisements. The architectural constituents are being classified; their polyfunctionality in ad texts is being analysed.

Key words: composition, architectonics, ad text.

УДК 811.111'373.7

К. Ю. Савчук

**КАРТИНА СВІТУ: ШЛЯХИ ВИНИКНЕННЯ ТА
ТЛУМАЧЕННЯ ТЕРМІНУ**

Протягом всього свого культурно-історичного розвитку людство освоювало навколишній світ – його будову, зв'язок між його складовими, оцінює актуальні для нього реалії та явища, осмислює місце людини у всесвіті, типи відношень людей один до одного. У результаті у свідомості людини виникає, так звана, «картина світу» (КС). Її можна визначити як закріплений у свідомості і, відповідно у мові, багатовіковий досвід когнітивно-оцінної діяльності людини.

Феномен «картина світу» є таким же давнім як і сама людина. Створення перших картин світу у людини співпадають по часу з процесом антропогенезу. Тим не менш реалія, яка називається терміном «картина світу», стала предметом науково-філософського розгляду нещодавно. Поняття «картина світу» знаходиться на даний момент у стадії свого формування: робляться перші спроби побудови його розгорнутого визначення і розкриття змісту; дискутуються питання про

те, як розумно теоретично відокремити «картину світу» від близьких до нього феноменів, як категоріально охарактеризувати і виявити властивості і форми її існування.

Поняття «картина світу» є центральним поняттям концепції людини. В антропологию і у семіотику термін «картина світу» був уведений німецьким вченим Лео Вайсгербером, що й послугувало розвитку антропологічної лінгвістики.

Одним із родоначальників антропологічної лінгвістики був відомий лінгвіст Е. Сепір. На початку минулого століття Е. Сепір писав: «Ми бачимо, чуємо і взагалі сприймаємо навколишній світ саме так, а не інакше, головним чином завдяки тому, що наш вибір за його інтерпретації зумовлюється мовними звичками нашого суспільства» [1, с. 261].

У різних дослідженнях час появи поняття «картина світу» датується по-різному і називаються різні вчені, які першими запропонували цей термін. Так, Л. І. Харченкова пише, що термін «картина світу» був запропонований фізиками Г. Герцем та А. Ейнштейном. Цей факт суперечить інформації, яка представлена в «Енциклопедичному словнику культури 20го століття» В. Руднева, де йде мова про те, що термін «картина світу» уперше був запропонований Людвігом Вітгенштейном у «Логіко-філософському трактаті» [2, с. 175].

У нашій статті ми ставимо за мету описати термін «картина світу» та розглянути шляхи його виникнення, також намагаємось розмежувати два синонімічні терміни «картина світу» та «модель світу».

Отже, згідно першої версії, яку підтримує Л. І. Харченкова термін «картина світу» вперше був створений у кінці ХІХ – на початку ХХ ст. у фізиці. Мова йшла про фізичну картину світу, як про сукупність внутрішніх образів зовнішніх предметів, із яких можна отримувати про них інформацію. У наукове середовище цей термін ввів Г. Герц. У свій час А. Ейнштейн писав: «Людина прагне якимось адекватним способом творити у собі просту та прозору картину світу для того, щоб у певній мірі спробувати замінити цей світ, створеною таким чином картиною». У цьому висловлюванні геніальний вчений визначив мету створення КС – «замінити цей світ, створеною картиною», її зміст – «духовне життя» і типологію КС – філософсько-наукова, природничо-наукова, художня.

Згідно другої версії, яка наводиться в «Енциклопедичному словнику культури 20го століття» В. Руднева, термін «картина світу» як лінгвістичний термін був введений Людвігом Вітгенштейном, хоча слід зазначити, що ця проблема не була для нього центральною, а сам термін не отримав чіткого визначення і сприймався, скоріше, як метафора образу дійсності, яка схожа на існуюче у психології метафоричне поняття «образ світу».

Проте, існує і третя версія, яка представлена у роботі Т. В. Євсюкової «Словник культури як проблема лінгвокультурології». Згідно цієї версії поняття «картина світу» з'являється уперше у Спінози у

«Compendium linguae hebrae». Джеймс Херріс у XVIII столітті у роботі «Hermes, or a philosophical inquiry concerning Universal Grammar» говорить про те, що кожна мова є особливою картиною світу (a kind of picture of universe), яка складається із універсальних, загальних ідей (general ideas) та ідіоетнічних, особливих ідей (peculiar ideas), які і є геній мови (the genius of the language) [3, с. 330]. До таких висновків Дж. Херріс прийшов, аналізуючи способи вираження одного й того ж універсального граматичного поняття різноманітними засобами. Оскільки ці засоби різняться від мови до мови, то і з'являється ідея «картини світу».

Можливо такі розбіжності зумовлені тим, що поняття «картина світу» ввійшло у наукову мову відносно нещодавно, тому і шляхи його виникнення недостатньо вивчені. До того ж його складові елементи – «картина» і «світ» – також мають неоднозначне трактування.

У науковій літературі використовується два терміни – «картина світу» та «модель світу». Одні вчені використовують їх як синоніми, а інші розрізняють, вважаючи під «моделлю» умовну схему, «матрицю» побудови об'єктів реального світу, які більш точно вказують на структурний опис світу, а під «картиною» – цілісне представлення про навколишню реальність. В.М. Мокієнко, наприклад, говорить про картину світу як про «моделі-опису», які відображають систему світобачення народу. Основними властивостями будь-якої картини світу, вважає Б.А. Серебренніков, є її космологічна орієнтованість (вона є глобальний образ світу) і одночасно антропоморфність.

Таким чином «картина світу» є відображення навколишнього світу у голові людини. Сучасні психолінгвісти вважають поняття «свідомість» і «картина світу» (модель світу, образ світу) близькими, якщо не синонімічними (А. А. Леонтьєва, Н. В. Уфимцева). Для багатьох дослідників «картина світу» є сумою ментальних значень, найбільш загальних уявлень про світ (Т. Г. Утробіна). Інші розглядають «модель (картину) світу» як результат обробки інформації про середовище і людину, як скорочене і спрощене відображення вказаної суми уявлень (Т. В. Цивьян).

«Картина світу», на думку Л. Н. Юсової, – це «образ світу, змінений у свідомості людини, тобто у світобаченні людини, яке утворилось у результаті його фізичного досвіду та духовної діяльності» [4, с. 315].

Як відзначає Р. Х. Хайрулліна «картина світу – це глибинний рівень світосприйняття людини, створений у результаті двох процесів: у результаті опредмечування, об'єктивації і осмислення образів світу, які лежать в основі життєдіяльності людини; у результаті розробки, створенні нових образів світу у наслідок рефлексії (відображення свідомості у мові) об'єктивної дійсності» [5, с. 56].

У концепції В. Шлюхтера «картина світу» є єдністю когнітивного (пізнавального) та нормативно-оцінного аспектів, оскільки

синтезована у ній дійсність тлумачиться під кутом бачення певної її оцінки та характер інтерпретації задає людині відповідний спосіб дій і поведінки. Людина формує образ світу як основу своєї життєдіяльності, створюючи певну репрезентацію реального світу, модель, якою вона користується як інструментом для орієнтації у навколишньому світі.

Поняття «картина світу» відноситься до числа фундаментальних понять, які виражають специфіку людини і його буття, його співвідношення зі світом, найважливіші умови його існування у світі, тобто термін «картина світу» визначається «як сукупність уявлень людини про його навколишню об'єктивну дійсність» [6, с. 60].

На думку М. Хайдеггера, «картина світу означає не картину, яка відображає світ, а світ, який розуміється як картина» [7, с. 45]. Як відображення «картина світу» передбачає не буквальну копію з оригіналу, а фіксацію рис, які людина вважає найбільш суттєвими та важливими.

У сучасній науці термін «картина світу» активно використовується вченими майже в усіх науках – в історії, етнографії, соціології, психології, літературознавстві і, звичайно, лінгвістиці.

Отже, поняття «картина світу» багатогранне. Цей феномен має довгу історію розвитку і є об'єктом вивчення філософії, логіки, культурології та інших наук. Образ «картини світу» базується на основі вивчення уявлень людини про світ. Якщо визнати, що світ – це взаємодія людини та його середовища, то відповідно «картина світу» – це результат опрацювання інформації про людину та його середовище.

На наш погляд, перспективним буде в подальшому продовжити роботу у напрямку типологізації поняття «картина світу», оскільки способи осмислення світу людиною отримували різноманітні вираження у залежності від того, у якій сфері пізнання формувалась «картина світу». Тому можна говорити про різні типи «картини світу», у яких зафіксовані різні форми людського пізнання.

Література

- 1. Сэпир Э.** Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сэпир. – М.: Прогресс, 1993. – 656 с.
- 2. Руднев В. П.** Словарь культуры XX века / В. П. Руднев. – М.: Аграф, 1997. – 384 с.
- 3. Harris J.** Hermes or a philosophical inquiry concerning universal grammar / J. Harris. – L.: Nourse Vaillan, 1971. – 442 p.
- 4. Юсова Л. Н.** Картина мира как субъективный образ объективной реальности / Л. Н. Юсова // Сфера языка и прагматика речевого общения: Сб. науч. трудов. – Краснодар, 2003. – С. 314 – 323.
- 5. Хайруллина Р. Х.** Лингвистика межкультурных коммуникаций: курс лекций / Р. Х. Хайруллина. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2005. – 138 с.
- 6. Харченкова Л. И.** Этнокультурные и социолингвистические факторы в обучении русскому языку как иностранному / Л. И. Харченкова. – Автореферат д.п.н. – СПб., 1997. –

32 с. 7. Хайдеггер А. М. Время картины мира / А. М. Хайдеггер // Время и бытие: Статьи и выступления. – М., 1993. – С. 41 – 62.

Савчук К. Ю. Картина світу: шляхи виникнення та тлумачення терміну

У нашій статті ми досліджуємо поняття «картина світу». Описуємо риси та шляхи виникнення «картини світу» та зосереджуємо нашу увагу на питанні виникнення цього терміну, його розвитку та тлумаченні.

Ключові слова: картина світу, модель світу, матриця світу.

Савчук К. Ю. Картина мира: пути возникновения и значение термина

В нашей статье мы исследуем понятие «картина мира. Делаем попытку описать пути возникновения термина «картина мира» и концентрируем наше внимание на вопросе возникновения этого термина, его развитии и значении.

Ключевые слова: картина мира, модель мира, матрица мира.

Savchuk K. Yu. World picture: ways of its origin and definition of the notion

In our article the notion “world picture” is under research. We try to describe the ways of origin of the term “world picture” and make an attempt to explain its development and meaning.

Key words: world picture, model of the world, matrix of the world.

УДК 811.111'01'366.52

Н. В. Садовник-Чучвага

**ПОХОДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ РОДУ ТА ШЛЯХИ ЙОГО
ВЕРБАЛІЗАЦІЇ У МОВНІЙ КАТЕГОРІЇ**

Реалії об'єктивної картини світу концептуалізуються у фрагменти мовної картини світу, що знаходять матеріальне відображення у відповідних мовних категоріях і виражаються засобами, характерними для певної мови чи групи мов. Зв'язок між пізнаваною реальністю та її фіксацією в мові можна схематично зобразити так:

РЕАЛІЯ \longleftrightarrow *КОНЦЕПТ* \longleftrightarrow *МОВНА КАТЕГОРІЯ* \longleftrightarrow *ЗАСОБИ
ВИРАЖЕННЯ*

Якщо концепти виступають універсаліями в когнітивній картині світу, то при їх вербалізації в мові вони будуть представлені домінантами різних рівнів, які виявлятимуть залежність від сприйняття певною особистістю чи етносом того або іншого концепту дійсності [1, с. 39].

Концептом, представленим практично в будь-якій культурі та відображеним її культурно-мовними одиницями, є концепт роду. Проблему категорії роду германських мов вивчають К. Бруннером та А. Смирницьким; сучасної англійської мови – М.Й. Блохом, Л.А. Тимпком, О.Б. Ханасом та ін. *Актуальність* нашого дослідження визначається необхідністю комплексного вивчення зв'язків між фрагментом концептуальної картини світу та його відображенням у мовній картині світу на різних рівнях мовної структури. *Метою* запропонованої статті є теоретичний огляд лінгвістичних поглядів на походження концепту роду, його місце в картині світу та шляхи його вербалізації в мовній категорії, що дасть змогу виокремити різні підходи до дослідження роду на різних етапах розвитку мови.

У сучасній лінгвістиці розглядають три основні концепції походження роду в германських мовах: *символіко-семантичну*, *морфологічну* та *синтаксичну*. Прихильники *символіко-семантичної* концепції (І. Гердер, Я. Грім, В. Гумбольдт, Т. Якобі) стверджують, що в основі виникнення роду лежало протиставлення за статтю, ознака роду переносилась індоєвропейцями на предмети неживої природи за принципом: все велике, швидке, активне відноситься до чоловічого роду; все мале, повільне, пасивне – до жіночого роду, а все штучне та колективне – до середнього роду [2, с. 110]. За час свого тривалого переважаючого у мовознавстві ця концепція призвела до „оцінювання” в інтерпретації категорії роду: чоловічий рід вважався „першочерговим”, імена жіночого роду, навпаки, характеризувалися „відхиленнями від правильного”. На думку О. Горошко, така концепція проіснувала довго в лінгвістиці ще й тому, що гіпотеза, яка лежить в її основі, була пов'язана з ідеєю статево-рольової традиції [3, с. 34]. Прихильники *морфологічної* концепції (К. Бруннер, Дж. Уілкок, В. Леман) трактують рід як формальну категорію, зміст якої полягає у класифікації субстантивів, а не відображення позамовної дійсності. Статева опозиція сприймається як результат пізнішої раціоналізації іменної морфології. Прихильники *синтаксичної* концепції (Г. Штейнталь, Дж. Фодор, В. Йоффе) вважають, що рід може існувати лише в тих мовах, які мають такий синтаксичний зв'язок, як узгодження, а зв'язок роду зі статтю є вторинним [4, с. 50]. Розглянемо детальніше деякі механізми оформлення концепту роду в мовну категорію.

На думку А. Мейє, спочатку існувала відмінність не за родами, а за категоріями „живий-неживий предмет”. Таким чином, іменники поділялися на два класи – живі й неживі [5, с. 129]. Оскільки індоєвропейська прामова була спочатку мовою активно-стативної будови, предмети та явища, що оточують людину, мислилися або як речі (артефакти), або як живі суб'єкти дії (факти). При цьому не обов'язково „істотами” могли бути тільки живі істоти (тварини, люди). Такі важливі у житті давньої людини „предмети”, як вогонь і вода, також могли розумітися як жива божественна сила. Зовнішні частини тіла людини

(наприклад, рука, нога, око, зуб) мислилися як живі (активні) предмети, а внутрішні органи (серце, печінка) – як неживі (інактивні) предмети. Живими (божественними) силами чоловічого й жіночого роду могли мислитися, як сказано вище, і такі предмети, як вогонь і вода. Іменники, що позначали дерева, мислилися активними предметами (істотами), тоді як плоди цих дерев – як неживі предмети (інактивні) (пор. укр. *Яблуня* – жін. Роду (як *дружина*), але *яблуко* – середнього роду).

З категорії „артефакт” пізніше розвинувся середній рід, а категорія істоти/неістоти була основою для виникнення чоловічого й жіночого роду. Вважається, що жіночий рід виділився з єдиної категорії „чоловічий/жіночий рід” під впливом займенників, що позначали осіб жіночої статі – іє. **sà i *sī*. Тому іменники жіночого роду одержали формальне (словотворче) позначення у вигляді закінчень *-à* і *-í*. Однак, іменники жіночого роду в парадигмі відмінювання виявляли помітну подібність з іменниками чоловічого роду – на противагу іменникам середнього роду [6, с. 58].

Карл Бруннер вважає, що спочатку граматичний рід не мав нічого спільного з поняттям статі, так само як ці поняття не є ідентичними в сучасних мовах (наприклад, у німецькій мові *das Mädchen, das Männchen, das Weib* – середнього роду). Наприклад, історично до чоловічого роду в основному належав найчисельніший клас індоєвропейських іменників з основою на *-o*. Однак спочатку такі іменники не позначали ні виключно людей чи тварин чоловічої статі, ні неживі об’єкти, що були „чоловічими” через метафоричну персоніфікацію (уособлення). Наприклад, **ekwos* „кінь” чи **wlqos* „вовк” не позначали самців, вони позначали певного *конкретного* вовка чи коня. Відповідні їм іменники з основою на *-ā* (**ekwā, *wlqā*) мали родове чи збірне значення, тобто позначали вид „кінь” та вид „вовк” чи групу цих тварин. Таким чином, клас був представлений жіночим родом, а окремі особини – чоловічим. Далі, наприклад, індоєвропейський іменник **gwōis* (латинське *bōs*) „худоба” етимологічно розвинувся в германських мовах в іменник на позначення жіночого роду тварин: німецьке *Kuh*, англійське *cow*. Відповідні форми на *-ā*, що позначали клас тварин, стали початковою точкою розвитку жіночого роду: **ekwā* набуло значення „кобила”. Збірне значення цих форм трансформувалося у форму множини середнього роду, що має таке ж закінчення, як і форма однини жіночого роду, наприклад, латинське *mēnsa* „стіл” (однина, жіночий рід) – *verba* „слова” (множина, середній рід) [7, с. 216].

Форма однини середнього роду спочатку не відрізнялася від форми чоловічого роду, тільки в іменників середнього роду була відсутня форма називного відмінку, яка замінювалася формою знахідного, порівняймо латинське *verbum* „слово” – форма і називного, і знахідного відмінків. Цю відсутність можна пояснити тим, що такі іменники зазвичай позначали неживі предмети, які рідко вживалися у функції активного підмета [8, с. 301].

Ці три категорії – конкретне, родове та збірне – згодом були узагальнені, і закінчення прикметників та займенників почали узгоджуватися з основою іменника. Так, на думку К. Бруннера, рід став одним із основних класифікаційних принципів у індоєвропейських мовах [7, с. 218].

У будь-якому випадку, у більшості мов, зокрема, у германських мовах, родові класи в багатьох випадках розподілялися формально і не відповідали біологічним ознаками. Причому, як і в інших індоєвропейських мовах, родова класифікація була вторинною, накладеною на більш ранню класифікацію за основами, семантика якої втрачена навіть у реконструйованих формах. У результаті за певною основою закріпилися імена різних родових класів.

Виходячи з вищесказаного, рід можна визначати та розглядати у його граматичному, семантичному, синтаксичному та соціальному проявах. Розглянемо найголовніші аспекти кожного з них.

Грамматичний рід. Більшість лінгвістів вважають, що за родовими ознаками іменники поділяють на ті, що означають жіночий, чоловічий і середній роди (іноді – в залежності від способу узгодження з ними прикметників, дієслів та інших частин мови). Вибір іменника певного класу синтаксично впливає на форму іншого слова чи елемента речення чи дискурсу. А. Пауелз зазначає, що мови, для яких характерною є система граматичного роду, поділяють іменники на роди, враховуючи їх морфологічні та фонологічні характеристики. Проте Дж. Корбет стверджує, що граматична родова система має також і семантичні основи, які стають очевидними тоді, коли є співвідношення роду з семантикою іменників [9, с. 168].

Семантичний рід. У той час, коли граматичний рід є категорією із синтаксичною значимістю для граматики, деяким мовам властивий семантичний рід. Це означає, що іменникам, які безпосередні носії мови визначають прийменником „вона”, притаманні біологічно чи соціально „жіночі” семантичні властивості у реальному світі. Відмінність між поняттями соціального гендеру та біологічної статі, як двох різних, проте взаємопов’язаними семантично рівнями, є одним із найголовніших факторів у вченні про рід [9, с. 169].

Синтаксичний (займенниковий) рід. У мовах, які мають займенникову родову систему, рід позначається лише займенниками (переважно особовими, але ними можуть виступати й інші класи) [9, с. 170].

Соціальний рід. Існує погляд, що рід, як і гендер, є соціальним явищем, суть якого може змінюватися у зв’язку із зміною цінностей, вірувань, способу життя певного суспільства. Дж. Вуд також стверджує, що рід можна розуміти та вивчати тільки через призму поглядів певного індивіда. Погляди на „чоловічність” та „жіночність”, які є „соціально схваленими”, доносяться до певної особистості через ряд культурних значень [10, с. 21].

На основі такого розподілу шляхів вираження роду ми розрізняємо „явні” та „приховані” способи вираження роду. Явними доцільно вважати морфологічний та семантичний (лексичний) типи вираження роду, тоді як до прихованих способів вираження належать референційні займенники (синтаксичний спосіб).

Крім того, при дослідженні роду виникає потреба розрізнити *внутрішній* та *референційний* рід. *Внутрішній рід* – це рід, притаманний лексичним одиницям в якості константної ознаки. В цьому випадку окремий рід розглядаються як невід’ємна складова поданих одиниць і виражаються різноманітними способами в іменникових виразах. *Референційний рід* – це рід, який виражається зовнішньо за допомогою займенників [11, с. 8].

Отже, можемо зробити висновок, що ступінь відповідності чи невідповідності семантичної характеристики іменника його роду не може визначати категорію роду як граматичну або неграматичну, оскільки сутність категорії роду становить вже саме парадигматичне співвідношення іменника з тим чи іншим родовим класом. Правомірно вважати, що рід іменника так само точно може позначатися шляхом заміщення останнього одним з родорозрізняючих займенників.

Перспективою подальшого дослідження бачимо використання розглянутих підходів для дослідження концептосфери роду в давньоанглійській мовній картині світу.

Література

- 1. Балашова С. С.** Сучасне розуміння концепту / С. С. Балашова // Актуальні проблеми германської філології в Україні та Болонський процес: Матеріали II Міжнародної наукової конференції (20 – 21 квітня 2007 року). – Чернівці : Книги – ХХІ, 2007. – С. 38 – 41.
- 2. Шовгель Е. Н.** Пол и его маркировка в речевой деятельности / Е. Н. Шовгель. – Кривой Рог : МИЦ ЧЯКП, 1996. – 197 с.
- 3. Горошко Е. И.** Языковое сознание: гендерная парадигма / Е. И. Горошко. – Москва; Харьков : ПД „ИНЖЕК”, 2003. – 437 с.
- 4. Зыкова И. В.** Гендер-конструкт фразеосферы русской и английской культур / И. В. Зыкова // Гендер: язык, культура, коммуникация: Материалы Третьей международной конференции (27 – 28 ноября 2003). – М. : МГЛУ, 2003. – С. 50 – 51.
- 5. Левицький В. В.** Основы германистики / В. В. Левицький. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2006. – 528 с.
- 6. Левицький В. В.** Основы сравнительной морфологии германских языков / В. В. Левицький. – Черновцы: Рута, 2004. – 127 с.
- 7. Бруннер К.** История английского языка / К. Бруннер – М. : Просвещение, 1995. – 392 с.
- 8. Смирницкий А. И.** Древнеанглийский язык / А. И. Смирницкий. – М. : Просвещение, 1985. – 520 с.
- 9. Гоца Н. М.** Гендер у перекладі: історичний розвиток та особливості вивчення / Н. М. Гоца // Вісник Житомирського державного університету. Серія : Філологічні науки, 2009. – Вип. 45. – С. 168 – 171.

10. Wood J. T. Gendered Lives: Communication, Gender and Culture / J. T. Wood – NY : International Thomson Publishing, 1994. – 359 p.

11. Тимпко Л. А. Род как историческая и социолінгвістическая категория, / Л. А. Тимпко – М. : Из-во Моск. Ун-та, 1985. – 46 с.

Садовник-Чучвага Н. В. Походження концепту роду та шляхи його вербалізації у мовній категорії

Стаття присвячена огляду лінгвістичних поглядів на походження концепту роду, його місце в картині світу та шляхи його вербалізації в мовній категорії.

Ключові слова: концепт, картина світу, мовна категорія, рід

Садовник-Чучвага Н. В. Происхождение концепта рода и способы его вербализации в языковой категории

Статья посвящена рассмотрению лингвистических взглядов на происхождение концепта рода, его место в картине мира и способы его вербализации в языковой категории.

Ключевые слова: концепт, картина мира, языковая категория, род

Sadovnyk-Chuchvaha N. V. The Origin of the Concept of Gender and the Ways of Its Verbalization in the Language Category

The article is focused on the outline of the linguistic views on the origin of the concept of gender, its place in the language worldview and the ways of its verbalization in the language category.

Key words: concept, worldview, language category, gender

УДК 821.111'373.23

А. А. Семенюк

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЦІННІСНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОМОВИ

На сучасному етапі розвитку суспільства, зокрема в умовах демократичного соціального устрою, значну роль відіграє політична комунікація, оскільки вирішення багатьох нагальних питань влади, політичних проблем залежить від адекватного їх висвітлення, сприйняття та інтерпретації. У цьому зв'язку інтерес до вивчення політичного дискурсу виявляють представники різних професій і різних наукових дисциплін – журналісти, політологи, філософи, соціологи, фахівці в галузі теорії комунікацій, а також лінгвісти.

Лінгвістичні праці сьогодення відзначені широким різноманіттям закордонних [1, 4, 6, 7] та вітчизняних [2, 3, 5] досліджень мови як інструменту соціальної влади, мовної упаковки соціальних

процесів у демократичному та тоталітарному суспільствах, ролі мови у створенні іміджу політика та жанрово-стилістичних особливостей текстів політичних промов видатних діячів, що й зумовлює актуальність дослідження вербальних засобів ефективного впливу політичної промови на свідомість широких мас.

Метою статті є мовні засоби вираження ціннісної орієнтації сучасної американської політичної промови. Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань:

- встановити характерні риси президентського політичного дискурсу;
- визначити мовні засоби впливу політичної промови на свідомість аудиторії;
- проаналізувати спільні та відмінні акценти у політичних промовах Барака Обама, Білла Клінтона та Джорджа Буша.

Ми розглядаємо політичний дискурс як опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, спрямований на переконання, спонукання до дії слухачів чи маніпулювання їхньою свідомістю, шляхом навіювання та пропаганди певних ідей, позицій та поглядів промовцем, задля досягнення політичних цілей, переважно пов'язаних з питаннями влади. Політична промова як усна форма політичного дискурсу – це єдність вербального, невербального та екстралінгвістичного факторів.

У ході аналізу промов Барака Обама, Білла Клінтона та Джорджа Буша було виявлено, що для президентської риторики США як складової політичного дискурсу характерна яскраво виражена ціннісна орієнтація й дотримання принципу політичної коректності.

Барак Обама, Білл Клінтон та Джордж Буш представляють сучасний американський політичний дискурс. Ціннісна орієнтація їхніх промов – наслідок ідеологічних переконань американського народу, сформованих під впливом історичних, соціальних та суспільних факторів. Насиченість президентської риторики домінантними лексемами визначає ключові вектори їхнього політичного курсу. З метою встановлення тіснішого контакту з аудиторією, оратор в політичних промовах намагається ідентифікувати свій образ через утотоження себе зі слухачами й удається до різних мовних засобів, що зумовлює виразність політичного дискурсу.

В інавгураційних промовах Барака Обама, Джорджа Буша та Білла Клінтона акцент припадає на проблему єдності нації, яка виражається за допомогою іменників, іменників з прикметниками, прийменників та словосполучень, наприклад: “*unity of purpose*”, “*earlier generations faced down fascism and communism ... with the sturdy alliances and enduring convictions*” [8], “*we can meet those new threats that demand even greater effort, even greater cooperation and understanding between nations*” [10], “*our common humanity shall reveal itself*”, “*... based on mutual interest and mutual respect*”, “*we pledge to work alongside you*” [9].

Об'єднання всього американського суспільства заради єдиної спільної мети, яка приведе народ до процвітання та добробуту під керівництвом політичного лідера – основна ідея політичних промов. Політики наголошують, що саме прагнення до свободи і незалежності є об'єднуючим фактором американського народу й головним пріоритетом їхньої політики не лише в Америці, а й в усьому світі, що у ході політичних виступів досягається шляхом актуалізації концептів на позначення вічних цінностей: “свобода”, “незалежність”, “мир”, “добробут” та ін., наприклад: “*towards prosperity and freedom*”, “*they are the guardians of our liberty*” [8]; “*society that became a servant of freedom*”, “*the enemies of liberty*” [10]; “*to keep America the world's strongest force for peace and freedom*”, “*a just, lasting, and comprehensive peace*” [9].

Ще одним важливим питанням, до якого звертається президент Клінтон у своїх виступах, є релігія. Білл Клінтон говорить про те, що Америка стала притулком для усіх людей, які не мали можливості сповідати обрану релігію у себе на батьківщині, що виражено частковим синтаксичним повтором з акцентом на прикметнику *religious*: “*Throughout our history, men and women have come to America to escape religious persecution elsewhere and secure religious freedom here; ...people coming together across the lines of faith and political conviction and race to protect the religious liberties we all cherish*” [9]. Промовець наголошує, що Америка є країною релігійної свободи, де громадяни поважають релігійні погляди один одного, незважаючи на віросповідання.

Президент Барак Обама також піднімає питання релігії у своїй інавгураційній промові: “*We are a nation of Christians and Muslims, Jews and Hindus — and non-believers. To the Muslim world, we seek a new way forward, based on mutual interest and mutual respect*” [8]. Таким чином, президент намагався послабити протистояння християнського та мусульманського світу. Він наголосив, що Америка стане притулком для представників всіх віросповідань, що Америка поважає кожну релігію (*mutual interest and mutual respect*) і толерантно ставиться до різних релігійних поглядів. Апеляція до релігійних вірувань людей виражена за допомогою концепту “*God*” (“*the God-given promise*”, “*God calls on us*”, “*God's grace upon us*”, “*God bless you. And God bless the United States of America*”) [8]. Заради політичної та релігійної коректності промовець використовує узагальнюючу лексему “*God*”, а не “*Jesus*”, адже звертається до людей, які сповідують різні релігії.

Абстрактні іменники *faith, hope, spirit* дуже часто з'являються в інавгураційних промовах американських президентів (Джордж Буш: “*we believe in ourselves*”, “*When the spirit of citizenship is missing, no government program can replace it. When this spirit is present, no wrong can stand against it*” [10]; Барак Обама: “*The time has come to reaffirm our enduring spirit*”) [8]. Саме в такий спосіб президенти наголошують на тому, що будь-яка політика при підтримці сили народного духу не зазнає поразки. Поки дух американського народу живий, живий і народ.

Характерним для політичного виступу Білла Клінтона є орієнтація на моральні й традиційні сімейні цінності, а саме: сім'я, здоров'я, безпека, освіта. Перемогу Білла Клінтона у президентських виборах 1996 року багато у чому пов'язують із розробкою стратегії цінностей (що свого часу допомогло стати президентом Рональду Рейгану) [3, с. 48].

Президент Клінтон зауважує, що однією з найдавніших та найголовніших американських цінностей, проголошених у Конституції, є рівні можливості для усіх громадян (*equal opportunity*), але в наш час це поняття має інше значення, ніж 220 років тому, що відкриває можливості для маніпулювання: “*First and foremost, we must press on to make opportunity available for all of our people. Equal opportunity is our central value, but the very meaning of that has fundamentally changed*” [9].

Порівнюючи можливості перших американців та сучасних громадян США, президент Клінтон акцентує увагу на тому величезному прогресі, якого досягло людство й, зокрема, Сполучені Штати: “*We have made enormous progress*” [9]. Так, говорячи про велику роль освіти у житті людей, яка також належить до системи цінностей, Білл Клінтон характеризує американську систему вищої освіти, так само як й економіку, вживаючи прикметник найвищого ступеня порівняння та дієслово *lead*: “*We know, for example, that America has the finest system of higher education in the world, and people come from all over the world to be a part of it*”. “*America leads the world. We are the most productive economy in the world*” [9].

Таким чином, Президент Клінтон акцентує увагу на ще одній важливій американській цінності, що втілена у номінації *leadership*. Він наголошує, що Америка завжди була світовим лідером у багатьох галузях, і всі громадяни повинні працювати для підтримання її високого авторитету серед інших країн.

У промові особливий статус США підкреслюють паралельні конструкції, які закріплюють за нею статус країни, в якій втілюються мрії, що в свою чергу сприяє зростанню патріотизму та гордості її громадян: “*America is, and must always be, a place where individual dreams can come true, where people who work hard succeed, where people of different points of view and different heritages can not only live together but prosper; a place where, by respecting our differences and working together to meet our responsibilities, we earn the gold medals of freedom and opportunity*” [9].

На відміну від інших, у своїй інавгураційній промові Барак Обама обіцяв відродити ту Америку, яку останніми роками вважали втраченою, вживаючи лексичні одиниці, що позначають зміни на краще та нову еру країни: *remaking, create, build, restore, transform* [8]. Разом з тим, він з допомогою акценту на іменниках *prosperity, ideal, peace, the People* (у значенні *Америка*), прикметнику *faithful*, виразу *this generation of Americans* створив образ Америки, яка є генерацією-

нащадком цінностей та ідеалів попередників (*We the People have remained faithful to the ideals of our forbearers*), що залишаються маяком для всього світу: “*The words have been spoken during rising tides of prosperity and the still waters of peace. At these moments, America has carried on not simply because of the skill or vision of those in high office, but because We the People have remained faithful to the ideals of our forbearers, and true to our founding documents. So it has been. So it must be with this generation of Americans*” [8].

Отже, політичний дискурс США характеризується орієнтацією на загальнолюдські та загальноамериканські цінності, домінуючими серед яких є патріотизм, єдність нації, мир і незалежність, свобода віросповідання. Шляхом вживання абстрактних іменників, прикметників вищого ступеня, паралельних конструкцій, лексичних повторів, словосполучень на позначення ціннісної орієнтації президентського політичного виступу промовець досягає образності та виразності й маніпулює свідомістю аудиторії, вселяючи ідею домінування американського народу над іншими як взірця прав і свобод для народів світу на чолі з політичними лідерами, які працюють задля добробуту та відродження країни.

Перспективу вбачаємо у подальшому дослідженні політичної комунікації, зокрема стилістичних прийомів, стратегій і тактик впливу на аудиторію політичних промов діючого президента Америки.

Література

- 1. Алтунян А. Г.** Анализ политических текстов: курс лекций / А. Г. Алтунян – М. : Логос, 2006. – 384 с.
- 2. Андрусак І. В.** Лексика політичної коректності: номінативний та прагматичний аспекти / І. В. Андрусак // Сучасні дослідження з іноземної філології: зб. наук. праць. Відп. ред. Фабіан М. П. – Ужгород : ТзОВ “Папірус-Ф”, 2008. – Вип. 6. – С. 41 – 46.
- 3. Гулей М. Д.** Лексико-граматичні особливості та композиційна структура французької політичної промови: дис ... канд. філол. наук: 10.02.04 / М. Д. Гулей. – К., 2004. – 202 с.
- 4. Переверзев Е. В.** Политический дискурс: многопараметральная модель / Е. В. Переверзев, Е. А. Кожемякин // Вестник ВГУ, Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – Белгород, 2008. – №2. – С. 76.
- 5. Павлуцька В. О.** Політичний дискурс: особливості та функції / В. О. Павлуцька // Вісник Житомирського державного університету. Випуск 39. Філологічні науки. – Житомир, 2008. – С. 218 – 221.
- 6. Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : Гнозис, 2004. – 328 с.
- 7. Mey J.** The Pragmatics of transition / J. Mey // Political discourse in transition in Europe. – Amsterdam; Philadelphia, 1998. – P. 25 – 34.
- 8. Barack Obama’s Inaugural Address** [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://millercenter.org/scripps/archive/speeches>.
- 9. Clinton’s Victory Speech** [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://millercenter.org/scripps/archive/speeches>.
- 10. George W. Bush’s 1st**

Inauguration [електронний ресурс] – Режим доступу : <http://millercenter.org/scripps/archive/speeches>.

Семенюк А. А. Вербалізація ціннісної орієнтації політичної промови

На матеріалі виступів американських президентів сучасності у статті досліджуються мовні засоби здійснення маніпулятивного впливу політичної промови на аудиторію.

Ключові слова: політична промова, промовець, аудиторія.

Семенюк А. А. Вербализация ценностной ориентации политической речи

На материале выступлений американских президентов современности в статье рассматриваются языковые средства манипулятивного воздействия политической речи на аудиторию.

Ключевые слова: политическая речь, оратор, аудитория.

Semenyuk A. A. Verbalization of the value-oriented political speech

This article deals with lingual means of manipulative impact of American Presidents' political speeches on the audience.

Key words: political speech, orator, audience.

УДК 811.161.1'373.611(045)

Е. В. Ситникова

СТЕПЕНЬ СЕМАНТИЧЕСКОЙ СВЯЗАННОСТИ МЕЖДУ ЧЛЕНАМИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ГНЕЗДА С ВЕРШИНОЙ В СЛОВЕ *ЕСТЬ*

Родство и формально-семантическая общность однокоренных слов объясняется, прежде всего, наличием у них конкретных лексических связей, тем, что производное слово усваивает вполне определенные значения производящего.

Производящее слово может иметь больший объем значений, чем производное слово, то есть по системе значений производящее слово богаче, чем производное. Присоединение аффикса к образующей основе ведет к модификации ее значения и делает это значение более конкретным, сужает его; естественно, у производной основы сокращается и круг сочетающихся с ней слов.

Производящее слово может иметь меньший объем значений, чем производное слово. В производном слове развиваются новые значения, отсутствующие в производящем.

Большинство производных слов семантически соотносятся лишь с каким-нибудь одним значением производящего слова. В этом случае наблюдается узкая смысловая связь производного слова с производящим, осуществляющаяся только по одной смысловой линии.

Производное слово может быть семантически связано не с одним, а с несколькими значениями производящего слова. В этом случае семантическая связь производного слова с производящим осуществляется по нескольким смысловым линиям, то есть является более обширной.

В процессе развития языка под влиянием различных факторов лексико-семантические связи между производящими и производными могут сильно затемняться или вообще утрачиваться. Тогда производное слово приобретает самостоятельное значение и является связанным с производящим лишь формально. Чаще всего ослабление или потеря семантической соотносительности между производными и производящими словами наблюдается тогда, когда производные слова возникают на базе метафорических значений производящих или подвергаются метафоризации в процессе словопроизводства (то есть при образовании производного слова одновременно происходит метафорическое переосмысление производящего слова). Все это происходит на фоне прочно установившихся и действующих с определенной последовательностью закономерностей семантического взаимодействия производных и производящих слов.

Формирование и развитие значений производных слов в словообразовательном гнезде происходит под непосредственным влиянием семантики производящих слов. «Семантические взаимоотношения производящих и производных слов характеризуются чрезвычайным многообразием, что, по-видимому, объясняется сложным механизмом морфологического словообразования в русском языке, тесным взаимодействием различных типов и моделей словообразования, сложными словообразовательными связями, существующими между частями речи, сильной подверженностью русского слова морфологическим изменениям и т.д.» [7].

Кеворкова З. Г. утверждала, что чем существеннее семантические изменения, тем меньше степень семантической связанности между производным словом и производящим [1, с. 77].

В данной статье делается попытка определить степень семантической связанности между членами словообразовательного гнезда с вершиной в слове *есть*.

Исходное слово исследуемого словообразовательного гнезда многозначно (в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой слово *есть* зафиксировано с четырьмя значениями [3, с. 188]), следовательно, в нем имеется несколько смысловых центров, каждый из которых может быть основой для производных слов. При этом семантическая характеристика производных слов определяется,

прежде всего, соответствием значению (или значениям) исходного слова [5, с. 180].

Степень семантической связанности в пределах словообразовательной пары устанавливается на основе лексических и грамматических соответствий – несоответствий входящих в нее слов, так как семантические изменения при словообразовательном процессе идут именно по линии лексических и грамматических значений. Семантическим выразителем отношений между производным словом и производящим является словообразовательное значение, которое включает в себя информацию о лексическом и грамматическом значениях производного слова. Поэтому словообразовательное значение может служить инструментом анализа при определении лексических и грамматических соответствий – несоответствий между производными словами и производящими. Объективным показателем лексической тождественности является возможность сходной лексической сочетаемости производного слова и производящего. Внутри каждой группы производных слов, лексически тождественных или лексически нетождественных со своими производящими, можно выделить производные слова с измененной или неизменной грамматической природой.

По степени семантической связанности с производящими наиболее близкими будут производные слова, дублирующие все лексические значения производящих слов и совпадающие с ними по грамматическим характеристикам. Сюда относятся видовые, залоговые пары и причастия, хотя в последнем случае часто происходит переход производного слова в другой морфологический разряд – прилагательное:

а) видовые пары: *вьесться* – *вьедаться*, *доесть* – *доедать*, *заесть* – *заедать* и др.;

б) залоговые пары: *есть* – *есться*, *выесть* – *выесться*, *доесть* – *доесться* и др.;

в) причастия: *выесть* – *выеденный*, *изьесть* – *изьеденный*, *разьесться* – *разьевшийся* и др.

Однако, говоря о лексической тождественности видовых (и залоговых) пар, не следует забывать о том, что закономерность эта, лежащая в основе категории вида и управляющая остальными семантическими процессами в системе глагола, не охватывает всех имеющихся в языке образований. Влияние лексики на виды настолько сильно, что грамматика не всегда преодолевает его: в языке то и дело появляются корреляции, члены которых соотносительны не во всех значениях. Например, в паре *съесть* – *съедать* глагол *съедать* отличается от *съесть* наличием у него еще одного значения. Несмотря на это, главным и определяющим в семантической характеристике видовых пар является исключительно активная тенденция к сохранению лексической тождественности.

Словообразовательный процесс может не изменить лексических

значений производящего, но изменить его часть речи. Таковы притяжательные и относительные прилагательные, образованные от имен существительных, наречия, образованные от качественных прилагательных, отадективные и отглагольные существительные:

а) относительные и притяжательные прилагательные: *едок* ('имеет место за столом') – *едоцкий, -ая, -ое (место), короед* ('жук') – *короедный, -ое (дерево), людоед* ('дикарь') – *людоедский, -ая, -ое (нора)*;

б) наречия: *едкий, -ая, -ое (раствор, запах, замечание)* – *едко (растворить, пахнуть, заметить)*;

в) отадективные существительные: *едкий, -ая, -ое (раствор, дым, замечание)* – *едкость (раствора, дыма, замечания), въедчивый, -ая, -ое (краска, человек)* – *въедчивость (краски, человека), съедобный, -ая, -ое (гриб)* – *съедобность (гриба)* и др.;

г) отглагольные существительные: *въедаться (в кожу)* – *въедание (в кожу), заедать (овцу, лекарство, канат, замечаниями)* – *заедание (овцы, лекарства, каната, замечаниями), недоедать (во время войны)* – *недоедание (во время войны)* и др. Тесная семантическая связь, которая свойственна глаголам и производным от них отглагольным существительным в подавляющем большинстве случаев дала повод некоторым лингвистам объединить их в одну лексему. Так, А. М. Пешковский склонен был рассматривать их как члены одного парадигматического ряда. По мнению же С. И. Ожегова, соотношения типа *устранить* – *устранение* входят в один ряд явлений вместе с залоговыми и видовыми корреляциями, которые он объединил под названием «лексико-грамматические категории» [2, с. 113], не обращая должного внимания на то, что производные члены залоговых и видовых корреляций могут дублировать (и в подавляющем большинстве дублируют) все лексические значения своих производящих. Кроме того, члены залоговых и видовых корреляций функционируют как формы одного слова, представляя в разных языковых ситуациях один и тот же глагол, характеризуются одной и той же категориальной отнесенностью. Что же касается отглагольных имен, то они не обладают этими свойствами и не имеют таких важнейших категорий глагола, как вид, время, залог, наклонение и т.п., которые только и делают те или иные образования глаголом, позволяют включать их в состав словоформ глагола.

Сходная лексическая сочетаемость, а также словообразовательная мотивированность служат достаточным основанием для того, чтобы считать производные слова перечисленных словообразовательных процессов лексически тождественными производящим, то есть сохранившими семантическую близость по линии основных лексических значений.

Словообразовательный процесс иного, более сложного порядка проявляется в лексически не тождественных словообразовательных парах. При этом возможно как сохранение части речи производным

словом, так и изменение ее. В этом случае производные слова, отличающиеся от производящих только по лексическому значению, представляются семантически ближе к производящим, чем производные слова, отличающиеся от производящих и лексически и грамматически.

При изменении лексического значения остается неизменной часть речи у приставочных глаголов, обозначающих обычно способ глагольного действия (с изменением несовершенного вида в совершенный): *есть* – *выесть* (‘съесть внутреннюю часть чего-нибудь’), *есть* – *доесть* (‘съесть до конца’), *есть* – *заесть* (‘съесть что-нибудь после чего-нибудь съеденного’) и др.

При изменении не только лексического значения, но и части речи словообразовательная производность представляет собой более сложный языковой процесс, заключающийся в изменении не только конкретных понятий, но и в изменении более сложного порядка семантических категорий: *есть* – *дармоед* (‘тот, кто живет на чужой счет’; глагол – существительное, процесс – предмет), *есть* – *сердцеед* (‘человек, который легко влюбляется в себя, покоритель сердец’; глагол – существительное, процесс – предмет), *есть* – *чужеядный* (‘о растениях и животных: паразитарный’; глагол – прилагательное, процесс – признак).

Анализ словообразовательного гнезда с вершиной в слове *есть* выявил следующие особенности семантической связанности производных слов с производящими. Наиболее близкими с производящими будут производные слова одного лексико-грамматического функционирования: производные и производящие слова характеризуются лексическим тождеством и общей грамматической категорией. Сюда относятся видовые, залоговые пары и причастия.

Следующими по степени семантической связанности производных слов с производящими являются притяжательные и относительные прилагательные, образованные от имен существительных, наречия, образованные от качественных прилагательных, отадективные и отглагольные существительные. В этом случае словообразовательный процесс не меняет лексических значений производящих, но изменяет их часть речи.

Словообразовательный процесс более сложного порядка проявляется в лексически не тождественных словообразовательных парах. При этом возможно как сохранение части речи производными словами, что наблюдается у приставочных глаголов, так и изменение ее.

Таким образом, способ семантизации производных слов диктуется степенью проявления семантической связанности производных слов со своими производящими: большая семантическая связанность предполагает для производных слов семантизацию меньшей сложности, и наоборот.

Литература

1. Кеворкова З. Г. О степени семантической связанности между членами словообразовательного гнезда / З. Г. Кеворкова // Русский язык в школе. – 1979. – № 6. – С. 76 – 80. **2. Ожегов С. И.** Вопросы лексикологии и лексикографии / С.И. Ожегов. – Рига, 1953. – 216 с. – (Труды Института языка и литературы АН Латв. ССРС). **3. Ожегов С. И.** Толковый словарь русского языка : 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1997. – 944 с. – (Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова). **4. Тихонов А. Н.** О семантической соотносительности производящих и производных слов / А. Н. Тихонов // Вопросы языкознания. – 1967. – № 1. – С. 112 – 120. **5. Тихонов А. Н.** Проблемы составления гнездового словообразовательного словаря / А.Н. Тихонов. – Самарканд, 1971. – 387 с. **6. Тихонов А. Н.** Словообразовательный словарь русского языка : в 2 т. : ок. 145 000 слов. – 2-е изд., стер. – М. : Русский язык, 1978. **7. Тихонов А. Н.** Формально-семантические отношения слов в словообразовательном гнезде : автореф. Дис. На соискание ученой степени д-ра филол. Наук / А. Н Тихонов. – М., 1974. – 35 с.

Ситникова О. В. Ступінь семантичної пов'язаності між членами словотвірного гнізда з центром у слові *їсти*

Семантичні зміни при словотворчому процесі відбуваються в межах лексичних і граматичних значень, і співвідношення їх у похідних словах порівняно з вихідними може бути різним. На основі лексичних і граматичних відповідностей-невідповідностей, які входять у словотвірну пару слів, можна визначити ступінь семантичної пов'язаності похідного слова з вихідним, що і здійснюється автором статті на матеріалі словотвірного гнізда з центром у слові *їсти*.

Ключові слова: словотвірне гніздо, словотвірна пара, похідне слово, вихідне слово.

Ситникова Е. В. Степень семантической связанности между членами словообразовательного гнезда с вершиной в слове *есть*

Семантические изменения при словообразовательном процессе происходят в пределах лексических и грамматических значений, и соотношение их в производных словах по сравнению с производящими может быть различным. На основе лексических и грамматических соответствий-несоответствий, входящих в словообразовательную пару слов, можно определить степень семантической связанности производного слова с производящим, что и осуществляется автором статьи на материале словообразовательного гнезда с вершиной в слове *есть*.

Ключевые слова: словообразовательное гнездо, словообразовательная пара, производное слово, производящее слово.

Sitnikova E. V. The degree of semantic coherence between the members of word-family “eat” as a center point

Semantic changes in the process of word formation are based on the lexical and grammatical meanings. Their correlation in the derivative words if compared with the words derived may vary. On the basis of lexical and grammatical similarities and differences in the word formation couple there can be determined the degree of semantic relations between the derivative word and the derived one. The author of the article proves it on the data of word family “eat” as a center point.

Key words: word family, word family pair, derivative word, derived word.

УДК 811.111'42

А. А. Слащук

**РОЗУМІННЯ КІНЕСИКИ ТА ЇЇ СТРУКТУРНОЇ ОДИНИЦІ
В КОНТЕКСТІ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Відомо, що у міжособистісному спілкуванні переплітається два види комунікації: вербальна (ґрунтується на словесних символах та знаках і реалізується в розмові, слуханні, читанні, письмі) та невербальна (подає позамовну комунікацію, що ґрунтується на позамовних знакових системах) [6, с. 2 – 8]. Природа невербальних засобів, їх місце та роль у комунікації почали досить широко досліджуватись у лінгвістичній літературі ще на початку ХХ століття й активізувалися у другій його половині (праці А. Хілла, Б. Успенського, Г. Колшанського, І. Горелова, С. Григор'євої, М. Григор'єва, А. Козиренко, Г. Крейдліна, Т. Черданцевої, Г. Уайнрайта, Ю. Фаста, Р. Бердвістела, А. Піза, Л. Солощук, О. Янової, І. Серякової, М. Аргайла, О. Кедрової, Є. Верещагіна, В. Костомарова та ін.).

Для позначення невербальної мовної взаємодії найчастіше використовуються терміни: мова тіла, рухи тіла, невербальна комунікація, невербальне спілкування, невербальна поведінка. У вузькому і правильнішому сенсі, «невербальна поведінка» відноситься до дій відмінних від мовлення і включає вирази обличчя, жести рук чи ніг, пози та різноманітні рухи тіла, іншими словами, кінесичні засоби (R. Birdwhistell, D. Efron, P. Ekman and A. Friesen, J. Hall, A. Mehrabian). Представники пострадянської науки, котрі використовували термін «паралінгвістика» для позначення усіх невербальних явищ (просодики, кінесики та ін.), у вузькому значенні, також відносять до неї тільки кінесичні явища. Послідовниками цього напряму є К. Леві-Строс, М. Аргайл, В. Стокое, а також М. Глаголев, А. Філіпов.

Однак відкритим залишається питання про сутність самого поняття кінесики, адже більшість вчених звертаються лише до виділення її складових частин. Не менш важливим завданням є виокремлення чітких критеріїв, які б дозволили послідовно і ґрунтовно класифікувати якийсь рух або положення тіла як одиницю кінесики – кінему. Саме ці фактори й зумовили вибір теми цієї статті. Таким чином, метою нашого дослідження є опис структурного плану кінесики, огляд її функціональної одиниці – кінему та виокремлення основних ознак останньої, що дозволить нам чітко визначити поняття «кінесика» як основного компоненту невербальної комунікації.

Одиницями кінесики (від грец. *kinesis* – рух) є значимі рухи тіла – кінему (жести, міміка, пози) – як центральні елементи невербальної семіотики, що відіграють одну з найважливіших ролей серед інших НЗ (невербальних засобів) у процесі усного спілкування.

М. В. Глаголев виділяє паралінгвістичну кінесику як особливу частину «кінесичної» поведінки людини і розглядає її як певну частину мовної комунікації, яка властива лише людині. Цю частину кінесики людини у її відношенні до мовної комунікації в межах паралінгвістичної функції і на відміну від біологічної кінесики, пов'язаної з фізичними та іншими функціями, він називає паракінесикою. В паракінесисі Глаголев виділяє три плани:

1) пластичний рух тіла як сукупність не залежних від мовної інформації цілеспрямованих переміщень і поз - інтеркінесичний інспіратор (загальний план кінесики);

2) жест – основний кінесичний актуалізатор (центральний план кінесики);

3) міміка як сукупність жестів обличчя - інтракінесичний коментатор мовної інформації (приватний план кінесики) [4, с. 65].

Є.М.Верещагін і В.Г.Костомаров говорять про невербальні мови, під якими вони мають на увазі а) соматичну або жестову мову і б) мову повсякденної поведінки. Перша з них – соматична мова – включає в себе:

1) жести – значущі рухи тіла, що виконуються свідомо і з розрахунку на спостерігача;

2) міміку – значущі рухи особи;

3) пози – значущі положення людського тіла, що зберігаються протягом певного часу (короткого або тривалого); статичний аналог жестів;

4) вирази обличчя – значущі фіксовані положення лицевих м'язів; статичний аналог міміки;

5) різноманітні симптоми душевних рухів і станів, зокрема, зміни кольору обличчя людини [3, с. 197-198].

Явища 1) – 4) об'єднуються, на думку авторів, такою важливою рисою, як навмисність, довільність, а явище 5) відмічене мимовільністю. Іншими словами, саме довільні рухи і положення тіла становлять кінесичну поведінку людини.

Мімічна, жестова комунікація – це справжня, хоча й беззвучна мова [1, с. 26]. Іншу невербальну мову, мову повсякденної, звичної поведінки, вони теж вважають справжньою мовою, тобто засобом передачі інформації від людини до людини, але інформативність цієї мови принципово відрізняється від способів передачі інформації вербальною і соматичною мовою: нова інформація передається тут не дотриманням прийнятих в даному суспільстві норм поведінки, а відхиленням від них або їх порушенням [2, с. 156; 3, с. 199].

Одиницею кінесики є комунікативний рух, який в паралінгвістиці отримав назву «кінема». Термін вперше був запропонований американським антропологом Р. Бердвістелом, який визначав кінеми як комплекси кінів («найдрібніших, неподільних, найменш помітних рухів»), за допомогою яких відбувається реальне спілкування людей [5]. Як випливає з даного визначення, кінема має рухову природу і бере участь у якості компонента в міжособовій комунікації разом з вербальною частиною. А отже кінемою може бути будь-який завершений (який має певну структуру, спосіб виконання, стійке значення) мімічний або жестовий рух.

У даному дослідженні ми вважаємо за доцільне виділити основні ознаки кінеми:

- 1) зміна або фіксоване положення тіла або його частин, доступні для візуального сприйняття адресатом; дану ознаку можна позначити як «архісема» для всіх проявів рухової активності людини;
- 2) виконання руху для передачі комунікативно значимої інформації;
- 3) довільність виконання, тобто можливість контрольованого виконання або стримування руху;
- 4) відтворюваність, тобто повторюваність у різних ситуаціях при передачі аналогічного значення;
- 5) притаманність більшості представникам єдиної культурної спільноти.

Таким чином, з огляду на виділені вище ознаки, доцільно буде вилучити зі складу кінесики наступні прояви рухової активності людини:

- 1) утилітарні дії, націлені на досягнення практичної (некомунікативної) мети;
- 2) рефлекторні рухи;
- 3) рухи і стани, характерні для хворобливого стану людини;
- 4) прояви емоційного стану людини, що має іншу, відмінну від рухової, природу (зміна температури тіла, кольору шкіри, серцебиття і т.д.).

Рухові прояви хворобливого стану і рухи, які фізіологічно обумовлені рефлекторними реакціями людини не можуть бути придушені зусиллям волі і характеризуються мимовільністю виконання, адже людина не може контролювати, наприклад, сіпання вік,

почервоніння шкіри або тремтіння пальців при прояві різних захворювань нервової системи і т.д.

Варто, проте, визнати, що в основі багатьох емоційних реакцій, в якості зовнішніх проявів яких часто виступають кінесичні засоби, лежать рефлекси. Це так звані природжені емоції, які неусвідомлено викликаються механізмами безумовного рефлексорного реагування.

Здатність приховувати переживання і почуття багато в чому залежить від психопатичного типу окремого індивідуума, проте в більшості випадків людина здатна приховати прояви емоцій: ми можемо зберегти непроникний погляд, якщо цього вимагає ситуація, утримати себе від емоційних рухів і т.д.

Таким чином, говорячи про довільність і мимовільність виконання руху, в першу чергу слід мати на увазі здатність людини контролювати прояви власного емоційного стану і усвідомлено підбирати засоби для реалізації того чи іншого комунікативного наміру.

Окрім комунікативно значимих рухів, людина використовує в своїй життєдіяльності й інші системи знакових рухів, багато з яких характеризуються обмеженою сферою використання. В першу чергу слід сказати про мову глухих, яка є системою жестових сигналів, які забезпечують комунікацію людям, котрі позбавлені слуху й голосу. Мова глухих не може бути віднесена до класу кінесики, оскільки значення її складових відомі лише обмеженому колу людей і не використовуються в умовах природної комунікації.

Різні кодифіковані жести, які відносяться до сфери професійної діяльності людини, як, наприклад, жести водолазів, спортсменів, мисливців і т.д., становлять особливу групу кінем, які, подібно до професійних жаргонізмів у мові, використовуються обмеженим колом людей. Проте є ряд жестів, які з професійної сфери перейшли в загальноживану і стали використовуватися не лише представниками певної професії, але й іншими людьми.

У рамках тієї чи іншої культурної традиції кінесичні рухи, які слугують для вираження інформації різного роду, мають фіксовану форму виконання і закріплене за цією формою значення, зрозуміле представникам єдиної культурної спільноти, унаслідок чого дані одиниці, які позначаються як стандартні кінеми, можуть використовуватися всіма членами даного соціуму в якості ефективного засобу спілкування.

Таким чином, виходячи з перерахованих вище ознак, визначимо «кінему» як одиницю спілкування і повідомлення, яка має рухову природу, характеризується наочністю (тобто можливістю зорового сприйняття), відтворюваністю (тобто повторюваністю при передачі однакового значення), довільністю виконання (тобто контрольованістю виконання або стримуванням) і семантичною визначеністю для представників більшості культур. Кінема є семіотичною одиницею, яка володіє формою (сам рух) і змістом (визначенням за цим

рухом комунікативним значенням). А це значить, що комунікативна функція кінесичного руху обумовлена його змістом – тим інформативним потенціалом, який кінема може реалізувати в процесі комунікації.

Усе вищесказане дозволяє нам визначити «кінесику» як сукупність рухів або положень тіла чи його частин, які сприймаються візуально, і таких, що несуть комунікативно значиму інформацію з точки зору принаймні одного з учасників процесу спілкування і які інтерпретуються згідно прийнятих в суспільстві умовних значень та норм поведінки.

Таким чином, виділені нами ознаки кінем та сформульовані на базі цих ознак визначення дають змогу зробити висновок, що кінема є комунікативно значимою одиницею спілкування, а кінесика є сукупністю таких кінем. Ці факти намічають ряд перспектив щодо подальших розвідок, котрі вбачаються, перш за все, в класифікації кінем, що, в свою чергу, дасть змогу дослідити співвідношення вербальної мови та невербальних жестів у лінгвістиці, а саме особливості вираження кінесичних елементів (жестових, мімічних кінем) вербальними засобами, зокрема фразеологічними одиницями як семантичними дериватами кінесичних компонентів комунікації. У майбутньому планується розгляд вербалізованих кінем через призму національно-культурного аспекту.

Література

- 1. Верещагін Е. М.** Язык и культура / Е. М. Верещагін, В. Г. Костомаров. – М. : МГУ, 1973. – Изд. 1-е. – 235 с.
- 2. Верещагін Е. М.** Язык и культура / Е. М. Верещагін, В. Г. Костомаров. – М. : Рус. яз., 1976. – Изд. 2-е. – 240 с.
- 3. Верещагін Е. М.** Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагін, В. Г. Костомаров. – М. : Рус. яз., 1983. – Изд. 3-е. – 269 с.
- 4. Глаголев Н. В.** Ситуация – фраза – жест / Н. В. Глаголев // Лингвистика и методика в высшей школе. – М. : МГПИИЯ, 1977. – Вып. VII. – С. 62 – 76.
- 5. Birdwhistell R.** Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication / R. Birdwhistell. – Philadelphia : University of Pensilvania Press, 1970. – 338 p.
- 6. Matterlart A.** Theories of Communication: A Short Introduction / A. Matterlart, M. Matterlart. – UK : Sage, 1998. – 192 p.

Слащук А. А. Розуміння кінесики та її структурної одиниці в контексті невербальної комунікації

Стаття висвітлює сутність поняття кінесики та виділяє чіткі критерії, які дозволяють послідовно і ґрунтовно класифікувати якийсь рух або положення тіла як одиницю кінесики – кінему.

Ключові слова: кінесика, кінема, значущий рух тіла, комунікація.

Слащук А. А. Понимание кинесики и ее структурной единицы в контексте невербальной коммуникации

Статья выясняет сущность понятия кинесики и выделяет чёткие критерии, которые разрешают последовательно и основательно классифицировать какое-то движение или положение тела как единицу кинесики – кинему.

Ключевые слова: кинесика, кинема, значимое движение тела, коммуникация.

Slashchuk A. A. The comprehension of kinesics and its structural unit within the context of nonverbal communication

The article reveals the essence of the concept of kinesics and sorts out accurate criteria which give the possibility to classify some motion or body position as a unit of kinesics, i.e., kineme, logically and thoroughly.

Key words: kinesics, kineme, meaningful body motion, communication.

УДК 811. 111'373.46:7

Т. В. Суродейкіна

**ЛІНГВОКОГНІТИВНА МОДЕЛЬ КОНЦЕПТУ
«МИСТЕЦТВО» В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТА
НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ**

Концепти мистецтва, як важливі культурні універсалії, представляють невід'ємний фрагмент будь-якої картини світу й об'єкт вивчення різних галузей знань: філософії, соціології, історії, етики, естетики тощо. Концепт «мистецтво» в англomовній картині світу ще не знайшов свого відображення, тому своєчасним є вивчення концептуалізації та категоризації саме мистецтва як з огляду на його належність до базових людських цінностей, так і на недостатність його вивчення. Дотепер увага вітчизняних і зарубіжних лінгвістів була переважно сконцентрована на розрізних типах аналізу мистецтвознавчої термінології, тоді як комплексно вона майже не вивчалася.

На сучасному етапі досліджувалася ЛСГ іменників зі значенням «мистецтво» у сучасній російській мові (Е. А. Акулова, 1998), проводився лінгвокогнітивний аналіз архітектурного та музичного дискурсів (А. П. Булатова, 1999), вивчалися стилістичні особливості англomовного мистецтвознавчого дискурсу ХХ ст. (М. В. Козловська, 2003), когнітивно-прагматичний аспект неологізмів мистецтвознавчої лексики в англійській мові (Ю. А. Воробйова, 2001), є поодинокі статті вітчизняних дослідників, присвячені вивченню семантичних і

структурних особливостей термінологічної лексики архітектури та дизайну (З. Корженко, В. Корженко, 2004), розроблено окремі теоретичні положення когнітивної термінології, проілюстровані на матеріалі українського науково-мистецького концепту «кобзар» і концептосфери «мистецтвознавство» (В. Л. Івашенко, 2006).

Метою дослідження є розробка лінгвокогнітивної моделі об'єктивованого в англomовному дискурсі концепту «мистецтво».

Основоположною теорією для проведення нами концептуального аналізу макрофрейму «мистецтво» слугувала теорія Р. Джекендоффа, сутність якої полягає в тому, що він ототожнює семантичну структуру з концептуальною, вроджені правила формування якої містять словник примітивних концептуальних категорій або «семантичних частин мови», до яких він відносить: РІЧ, ПОДІЯ, СТАН, ДІЯ, МІСЦЕ, ШЛЯХ, ВЛАСТИВІСТЬ і КІЛЬКІСТЬ [1].

Так, за О. С. Кубряковою, ми виокремлюємо кілька рівнів категоризації: супербазовий, базовий і суббазовий [2].

Супербазовий рівень представлений макрофреймом «art» [3]. На базовому рівні виділяються фрейми «fine arts», «music», «films», «theatre», «applied arts». Базовий та суббазовий рівні представлені набором як базових, так і суббазових концептів, які, у свою чергу, розподілені на субконцепти. Ми виділяємо такий набір базових концептів, що обумовлюють специфіку традиційного макрофрейму «мистецтво»: «напрямок», «активний діяч», та «техніка».

Макрофрейм «art» у фреймовій структурі художнього дискурсу представлений усіма його фреймами: «fine arts», «music», «films», «theatre», «applied arts», кожен із яких розподіляється на базові концепти «напрямок», «активний діяч», «техніка». За наповненістю слотів, безумовно, виокремлюється фрейм «fine arts», який є домінуючим майже в усіх досліджених дискурсах за умови його наявності в них. Найменш опрацьованими та розробленими авторами виявилися фрейми «films» та «theatre», часто просто не активовані у дискурсі.

Так, у романі О. Уайльда «Портрет Доріана Грея» фрейм «fine arts» представлений 537 одиницями з 618 зафіксованих у мистецькому фрагменті авторської картини світу письменника, 284 з яких заповнюють слоти суббазового концепту «painting», базовий концепт «напрямок» автором не активований, як і фрейми «music», «films» та «theatre».

У романі С. Моєма «Місяць і мідяк» фрейм «fine arts» ширший за своїм наповненням і охоплює 570 одиниць базового та суббазового рівня, серед яких знову на перший план висувається суббазовий концепт «painting», представлений 315 одиницями поряд зі значною кількістю одиниць базового концепту «техніка» (101 слововживання). Як і в попередньому проаналізованому нами романі, базовий концепт «напрямок» і фрейми «music», «films» і «theatre» не є для автора актуальними.

Найрозгалуженіша фреймова репрезентація макрофрейму «art» (687 одиниць) спостерігається у мистецькому фрагменті авторської

картини світу Дж. Джойса, яка містить як базові, так і суббазові концепти з найповнішим заповненням їх слотів порівняно із системою інших досліджених нами авторських дискурсів, однак і в ній пріоритети розставлені у подібний спосіб і першість віддана фрейму “*fine arts*” (288 одиниць із усіма його суббазовими концептами, серед яких суббазовий концепт “*painting*” описаний 105 одиницями, суббазовий концепт “*architecture*” – 48 одиницями, суббазовий концепт “*sculpture*” – 37 одиницями, “*graphic arts*” – 46 слововживаннями), на другу позицію за наповненістю компонентами виступає фрейм “*music*” (168 одиниць), в якому поряд із реалізацією базових концептів “*напрямок*”, “*активний діяч*”, і “*техніка*”, до останнього ввійшли такі субконцепти як “*instruments*” (62 одиниці), “*tempo*” (7 одиниць) та “*vocal*” (20 одиниць). Широко представлено також фрейм “*applied arts*” (110 одиниць) за допомогою його базових концептів. Розроблено також фрейм “*theatre*” (87 одиниць), який представлено на базовому рівні концептом “*активний діяч*” (21 одиниця), а на суббазовому – концептами “*staging*” (58 одиниць), “*scene*” та “*scenery*”. Фрейми “*films*” і “*theatre*” автором не розроблялися.

Отже, для досліджуваного нами художнього дискурсу характерна ієрархічна фреймова організація мистецького фрагменту із виділенням як базового, так і суббазового концептуального рівня, репрезентативна структура фрейму “*fine arts*” та неактуальність (на момент фіксації у тексті) фреймів “*films*” і “*theatre*”.

Базуючись на вищезгаданій теорії Р. Джекендоффа, ми дослідили концептуалізацію мистецтва у мистецтвознавчому дискурсі XIX – початку XX ст., де ми виділили концептосферу мистецтва, а в її середині, за Ч. Філмором і Г.П. Булатовою, «вузлові» (*movement, artist, objects of art, philosophy of art, artistic process, technique, material*) та «атомарні» концепти [4, с. 13]. Розглянемо ці складові елементи концепту «мистецтво» за допомогою такої таблиці (див.табл.1):

Таблиця 1

Концептуалізація мистецтва у мистецтвознавчому дискурсі XIX – початку XX ст.

Вузлові концепти Art	Атомарні концепти
Movement, stream	Italian Renaissance, English Renaissance, Egyptian art, Hellenistic art, Roman art, Greek art, medieval art, modern art, English art, Eastern art, American art, Western art, Christian art, decorative art, imaginative art, grotesque art, impressionism, artistic movement, fine arts, Italian school of painting, school of decoration, pre-Raphaelite school, school of design
Artist	Sculptor, painter, Italian master, musician, craftsman, artificer, potter, weaver, smith, wood-worker, glass-blower, art-worker, modeller, dramatist

Objects of art	Sculpture, painting, drawing, Greek statues, masterpiece, Venitian glass, pottery, embroidery, landscape, tapestry, carving, Doric column, bas-relief, pillar, canvas, portrait
Instruments	Pencil, brush, flute, viol, trumpet
Philosophy of art	Form of art, rule of art, spirit of art, discussion on art, self-consciousness in art, art for art's sake, social aim of art, commercial spirit
Artistic process	Painting, drawing, weaving, carving, staining of glass, working in clay, metal, wood
Technique	Craft, encaustic, effects of light, shadowing, foreshortening, bland of colours
Materials	Clay, china, metal, wood, colours, oils, water-colours

Як видно з таблиці 1, головним вузловим концептом виявився *Movement, stream*, що, власне, виправдано значною кількістю слововживань семи "art", ужитої як в якості термінологічної одиниці, так і складового компонента термінологічних словосполучень, які одночасно представляють атомарні концепти концептосфери «мистецтво». Решта виділених вузлових концептів доводить, що досліджуваний нами мистецтвознавчий дискурс XIX – початку XX ст. фокусується переважно на описі об'єкта мистецтва з наданням філософсько-соціального обґрунтування його існуванню.

Розглянемо концепти, які беруть участь у побудові сучасного мистецтвознавчого дискурсу. Ми вважаємо, що вузлові концепти, за винятком *Agent*, залишилися тими самими, що й у мистецтвознавчому дискурсі XIX – початку XX ст., хоча їхній склад і наповненість, безумовно, змінилися (див. табл. 2).

Таблиця 2

Концептуалізація мистецтва в мистецтвознавчому дискурсі XX – початку XXI ст.

Вузлові концепти Art	Атомарні концепти
Movement, stream	Impressionism, modern art, high art, art of Africa, visual art, Sudanic art, mud architecture, Central Guinea art, cave art, Paleolithic art, primitive art, realism, social realism, symbolism
Artist	Artist, sculptor, American painter, social realist
Agent	Art reviewer, art-lover
Objects of art	Sculpture, picture, statue, painting, artwork, scene, landscape, portrait, masterpiece, canvas, sculptured decoration, Egyptian and Mayan pyramids, art objects, chamber, temple, jewel, chest, jar, statuettes, decorative objects, beadwork, embroidered textile, metal jewellery, leather work, painted cave, engraving, etching, lithograph
Instruments	Brush, carved musical instruments

Philosophy of art	Subject matter, history of art, emotion of art, artistic creativity, legacy of art, appearance of art pattern, composition, placement of objects
Artistic process	Portrayal, paint, sculpt, carve out, portray, landscaping, depict, draw, singing, dancing, rock-painting, imprint, engraving, etching, print
Technique	Mosaic, encaustic, shades of gray, strokes, effects of light, blend of colours, terra-cotta, pottery, shading technique, cross-hatching, use of light and shadow, chiaroscuro, balance of lighting, foreshortening, linear perspective
Materials	Marble, pigment, jade, ivory, gold, precious stones, wood, metal, mud, red ochre, charcoal, wooden mold

Як видно з таблиці 2, головним вузловим концептом виявився *Objects of art*, відповідно, друге місце за компонентною наповненістю атомарними концептами посідає вузловий концепт *Technique*, оскільки його конститuentи використовуються авторами для безпосереднього опису витворів мистецтва з деталізацією мистецьких прийомів і технік, застосованих для їхнього створення. Решта виділених вузлових концептів доводить, що досліджуваний нами мистецтвознавчий сучасний дискурс фокусується переважно на описі напрямків мистецтва завдяки процесам експериментування, які охопили мистецтво з появою комп'ютерних технологій.

Перспективним видається подальше дослідження семантики субконцептів мистецтва в історії англійської мови, розгляд порівняльної семантики лексем мистецтва у варіантологічному аспекті, поряд із виявленням особливостей функціонування домінант концептосфери мистецтва на матеріалі ширшого в жанровому плані спектру текстів.

Література

- 1. Jackendoff R.** *Semantics and Cognition* / R. Jackendoff. – Cambridge, MA: The MIT Press, 1983. – 283 p.
- 2. Краткий словарь когнитивных терминов** / Сост. Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкранц, Л. Г. Лузина; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М.: МГУ, 1996. – 245 с.
- 3. Воробьева Ю. А.** Когнитивно-прагматический анализ: На материале новой лексики искусствоведения / Ю. А. Воробьева // Когнитивно-прагматические аспекты лингвистических исследований: Сб. науч. тр. – Калининград, 2001. – С. 64 – 75.
- 4. Булатова А. П.** Лингво-когнитивный анализ искусствоведческого дискурса (музыка, архитектура) / А. П. Булатові : Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Моск. гос. пед. ун-т. – М., 1999. – 24 с.

Суродейкіна Т. В. Лінгвокогнітивна модель концепту «мистецтво» в англomовному художньому та науковому дискурсі

Стаття присвячена розробці лінгвокогнітивної моделі об'єктивованого в англomовному дискурсі концепту «мистецтво», для якого

характерна ієрархічна фреймова організація мистецького фрагменту із виділенням як базового, так і суббазового концептуального рівня.

Ключові слова: мистецтво, концепт, фрейм, дискурс.

Суродейкина Т. В. Лингвокогнитивная модель концепта «искусство» в англоязычном художественном и научном дискурсе

Статья посвящена разработке лингвокогнитивной модели концепта «искусство» в англоязычном дискурсе, для которого характерна иерархическая фреймовая организация искусствоведческого фрагмента с выделением как базового, так и суббазового концептуального уровня.

Ключевые слова: искусство, концепт, фрейм, дискурс.

Surodeikina T. V. Lingual-cognitive model of the concept “art” in the English belles-lettres and scientific discourse

The article deals with elaboration of the lingual-cognitive model of the concept “art” represented in the English discourse characterized by the hierarchical frame structure of the art fragment with its both basic and subbasic conceptual levels being singled out.

Key words: art, concept, frame, discourse.

УДК 81'371(045)

А. Ю. Тімоніна

**НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ
ЯК СКЛАДОВА ЗНАЧЕННЯ СЛІВ-СИМВОЛІВ
(на матеріалі українських рослинних символів)**

Останнім часом значну увагу лінгвісти приділяють виявленню етнокультурного компонента значення, що притаманний мовним одиницям. Вчені (А. Вежбицька, В. І. Кононенко, Т. А. Космеда, Н. І. Сукаленко, В. М. Телія, І. О. Голубовська, В. М. Русанівський, Л. В. Дробаха) розглядають особливості використання слів-концептів, тематичних груп слів, займаються визначенням національно-культурного компонента, що обумовлює актуальність написання даної статті.

Мета статті полягає у визначенні національно-культурного компоненту, що є складовою частиною значення слів-символів та надати характеристики щодо використання рослинних слів-символів в українському фольклорному дискурсі, встановлюючи в них національно-культурний компонент.

Термін *національно-культурний компонент* у працях філологів тлумачиться досить неодностайно. Розглянемо існуючі підходи щодо визначення цього поняття.

Деякі науковці (Г. Вежбицька, В. І. Кононенко, Н. І. Кушина, Н. О. Данилюк, О. М. Семенов) досліджують національно-культурний компонент в широкому значенні – як слова, що є визначальними для духовної та матеріальної культури народу. Лінгвоспецифічні одиниці, які мають найважливіше значення для певної культури, Г. Вежбицька називає *ключовими словами* – ‘...слова з національно-культурним компонентом, через значення яких відображається і передається спосіб життя та мислення, характерний для певного суспільства чи мовної спільноти, вони є безцінними ключами до розуміння культури’ [1, с. 17 – 18]. Н. І. Кушина розуміє національно-культурний компонент як сукупність етномовних одиниць чи мікрокомпонентів різних його рівнів, що надають йому яскраво вираженого національного характеру [2, с. 4]. Н. О. Данилюк вражає національно-культурний компонент номінаціями, які характеризують матеріальну та духовну культуру українців [3, с. 182]. В. І. Кононенко дає таке визначення національно-культурного мовного компонента: це слова-поняття, словосполуки, що визначають типові особливості українського народного життя, етнічної культури, народних традицій, звичаїв, а через них – відмінності психічного стану, поведінки людини як носія національного характеру, національної ментальності [4]. На думку О. М. Семенова, національно-культурний компонент – це так звана етнокультурознавча лексика, яка відображає національні особливості рідної мови [5, с. 34].

Інші вчені, такі як Є. М. Верещагін, А. В. Волошина, В. Г. Костомаров, М. Г. Комлев, П. А. Содомора вважають, що національно-культурний компонент є складовою частиною семантичної структури слова. У “Лінгвокраїнознавчому словнику” під редакцією Є. М. Верещагіна, М. Г. Костомарова подається наступне визначення культурного компонента семантики мовної одиниці – це та частина слова, яка відображає зв’язок мови і культури, і яка зумовлена національною культурою [6, с. 7 – 8]. Т. А. Космеда виділяє етнокультурний компонент лексичного значення слова, який в одних лексичних значеннях може займати місце безпосередньо у денотативно-сигніфікативному значенні, а в інших – характеризується як прагматичний компонент, етносемантичний фон лексичного значення слова [7, с. 62]. У роботі П. А. Содомори етномовний компонент визначено як сукупність денотативних і конотативних сем, що в загальному семантичному наповненні лексеми формують її національно-інформаційний пласт [8, с. 2]. М. Г. Комлев вважає, що в культурному компоненті слів виражається “залежність семантики мови від культурного середовища індивідуума” [9, с. 117].

Слід зазначити, що національно-культурний компонент реалізується в ознаках, зумовлених специфікою життя певного етносу, що є носієм мови, а підґрунтям національно-культурного компонента виступає національний менталітет.

Великої значущості для вивчення етнокультурної своєрідності кожного народу набувають **слова-символи**. Символічність є характерною ознакою української мови, як і будь-якої іншої мови в цілому. Своєрідність символіки народу виходить з конкретного і неповторного життєвого досвіду етносу. Символи основані на асоціаціях, які завжди супроводжують процеси мислення і нерозривно пов'язані з конотацією. Багато символічних значень сягають корінням у глибоку давнину і пов'язані з давно сформованими у народу уявленнями і віруваннями [10, с. 275].

Національна символіка втілює систему ідей, переконань та вірувань, які протягом століть виробив етнос, які становлять ідейну основу його життя, культури, духовності. Саме національні символи, на думку Н. Пастух, „створять таємничу мову смислів, незрозумілу для представників інших культур, саме вони найвиразніше передають особливості національного світосприйняття” [11, с. 1].

В. А. Маслово описує важливість символізації у житті етносу. На її думку, людина живе не просто у фізичному середовищі, вона живе у символічному всесвіті. „Людина як мікрокосм створює образ, картину, символ макрокосму-світу” [12, с. 95].

М. Костомаров висловлює погляди на народну символіку як на кодовий знак світосприйняття, світорозуміння і поетичного світовідображення українців, здійснено спробу з'ясування менталітету українського народу через систему його символіки. При цьому автор наголошує, що „народні символи, розташовані в системі, складають символіку народу, яка слугує нам важливим джерелом для розуміння його духовного життя” [14, с. 60].

Дійсно, „символи мають національний характер: вони творять мову смислів, незрозумілу для представників інших культур, передають особливості національного характеру, своєрідність світосприйняття, логіку національної естетики” [13, с. 351]. Національна специфіка мови українського фольклорного дискурсу виявляється через наявність великої кількості слів що мають в складі свого значення національно-культурний компонент, ці слова-символи репрезентують матеріальну та духовну культуру українського народу. Символічний зміст міститься у назвах природних явищ та предметів, що оточують людину. Розглянемо деякі рослинні слова-символи, що функціонують у фольклорному дискурсі на матеріалі української мови з точки зору наявності в них національно-культурного компоненту.

Символи дерев займають визначне місце серед символіки українського народу. До найбільш уживаних дендронімів належать *калина, верба, тополя, береза, дуб, явір, клен, терен* тощо. Всі назви дерев та кущів мають власне символічне значення, що містить в собі національно-культурний компонент. Дендроніми вживаються на позначення людей (різні для чоловіків та жінок). Так, наприклад, *калина*,

малина, вишня та береза уособлюють жіноче ество, а *явір, дуб та терен* – позначають чоловіка.

Ой, стану я під <i>дубочка</i> ,	Ой, стану я під <i>кленочка</i> ,
А <i>дубочок</i> та й не батечко.	А <i>кленочок</i> та й не братичок .
Ой стану я під <i>липочку</i> ,	Ой, стану я під <i>калину</i> ,
А <i>липочка</i> не матіночка.	А <i>калина</i> та й не сестричка.

Серед часто вживаних назв рослин-символів особливе місце займає *калина* або *малина*; зазвичай ці кущі вважають символом жіночої краси, дівчості та кохання.

<i>Калина - малина</i>	Не рви милий, не рви милий
Біленько зацвіла,	Солодкі <i>малини</i>
Молода дівчина	Та й не люби, та й не люби
Козака любила.	На раз дві дівчини.

Хоча, в той же самий час *калина* уособлює в собі не лише символ дівчини, але й виступає символом України, що має тяжку долю як кожна жінка.

Ой, у лузі червона *калина* похилилася,
Чогось наша славна Україна зажурилася...
А ми тую червону *калину* підіймемо,
А ми нашу славну Україну, гей, гей, розвеселимо.

Слова-символи *вишня, черешня, груша та яблуня* наділені силою плідності, родючості та здоров'ям. Дівчина, яка позначається цими символами – це вродлива, червонощока, мила, фізично і морально загартована особа.

Ой *вишенько-черешенько*,
Чом ягід не родиш?
Ой дівчино молоденька,
Чом гулять не ходиш?

Символ *берези* також використовується у фольклорних творах для позначення особи жіночої статі, але на відміну від *калини*, позначає заміжню жінку, підтвердження цьому знаходимо в українських народних піснях:

Було в тебе щастя, була в тебе рана,	Край воріт сумна і мила,
Весілля і зрада лягли на терези.	В білому вбранні
Щоб завжди дивись на тебе, кохана,	Жде мене <i>берізка</i> біла
Під вікнами виросла біла <i>береза</i> .	У самотині.

Береза, береза, береза, чому не калина?

Чом заміж ти вийшла, чому не дівчина?

Дуб сприймається як уособлення сили, міцності, твердості характеру, незламності духу та довголіття. *Дуб* або *молодий дубочок* символізує чоловіка, козака сильного та міцного.

Де моя обрана, любя і кохана	Розвивайся, сухий <i>дубе</i>
Ой приходь до гаю,	На чотири листки,
зелен <i>дуб</i> чекає	Любив козак три дівчини,
	Не мав з них користи.

Підводячи підсумки, зауважимо, що фольклорний дискурс насичений традиційними символами, які виступають основними засобами створення національного колориту, і є цікавим матеріалом для вивчення функціонування національно-культурного компонента. Словесна символіка етносу виступає важливим чинником творення національно-культурної картини світу.

Література

- 1. Вежбицкая А.** Понимание культуры через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
- 2. Кушина Н. І.** Відтворення етномовного компонента українських народних казок в англomовних перекладах: автореф. дис. ... канд. філол. наук / Н. І. Кушина – К., 1998. – 22 с.
- 3. Данилюк Н.** Номінації сучасної української мови з культурно-національним змістом / Н. Данилюк // Мовознавство. Доповіді та повідомлення на IV Міжнародному конгресі україністів. – К., 2002. – С. 180 – 184.
- 4. Кононенко В. І.** Українська етнолінгводидактика / В. І. Кононенко – Івано-Франківськ, 1995.
- 5. Семеног О.** Український фольклор: Навчальний посібник / О. Семеног. – Глухів, 2004.
- 6. Лингвострановедческий словарь** / Под ред. Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова. – М., 1978.
- 7. Космеда Т. А.** Денотат, конотація й аксіосемантика у проекції на лексико-семантичні відповідники російської та української мов / Т. А. Космеда // Мовознавство. – 1997. – № 4 – 5. – С. 58 – 63.
- 8. Содомора П. А.** Побутові реалії Гомерової „Одіссеї” у перекладі (на матеріалі українських перекладів поеми): автореф. дис. ... канд. філол. наук. – К., 2004. – 20 с.
- 9. Комлев Н. Г.** Компоненты содержательной структуры слова. – М.: УРСС, 2003. – 192 с.
- 10. Живіцька І.** Символ як стереотипизоване явище культури / І. Живіцька // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного інституту ім. В. Винниченка. – Серія: Філологічні науки (мовознавство) Вип. 81(3). – Кіровоград: КДПУ, 2009. – С. 271-275.
- 11. Пастух Н.** Зооморфні образи в українському фольклорі. Образ зозулі: автореф. дис. ... канд. філол. наук / Н. Пастух. – Л., 2001. – 18 с.
- 12. Маслова В. А.** Введение в лингвокультурологию / В. А. Маслова. М.: Наследие, 1997. – 208 с.
- 13. Українська фольклористика** [Текст]: словник-довідник / уклад., за заг. ред. М. Чернопиский. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2008. – 448 с.
- 14. Костомаров Н. И.** Об историческом значении русской народной поэзии / И. Н. Костомаров // Словянська міфологія. – К.: Либідь, 1994. – С. 44 – 201.

Тімоніна А. Ю. Національно-культурний компонент як складова значення слів-символів (на матеріалі українських рослинних символів)

В статті надається визначення терміну національно-культурний компонент, висвітлюється етно-культурологічна специфіка слів-

символів, наводяться приклади символічного значення рослин, що характерні для українського фольклорного дискурсу.

Ключові слова: значення слова, національно-культурний компонент, слово-символ, дендронім.

Тимонина А. Ю. Национально-культурный компонент как составляющая значения слов-символов (на материале украинских растительных символов)

В статье даётся определение национально-культурного компонента, освещается этно-культурологическая специфика слов-символов, приводятся примеры символического значения растений, которые характерны для украинского фольклорного дискурса.

Ключевые слова: значение слова, национально-культурный компонент, слово-символ, дендроним.

Timonina A. Yu. The national-cultural component as a part of meaning of word-symbol (on the material of Ukrainian symbols that denote trees)

The article deals with the problem of defining the national-cultural component, ethno-cultural specificity of word-symbols is studied, the examples of symbolic meaning of the words that are typical of the Ukrainian folklore discourse are given.

Key-words: meaning of the word, national-cultural component, word-symbol, symbols denoting trees.

УДК 811.111'42

І. Я. Федірчик

ОСОБЛИВОСТІ ІМЕННИКІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ОСІБ В РЕГІОНАЛЬНИХ ВАРІАНТАХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Німецька мова, так само як англійська, іспанська, французька тощо, сприймається як одна мова, але з різними національними варіантами та відхиленнями. Варіанти німецької мови, що зустрічаються в Австрії, називаються австріацизмами, в Швейцарії – гелветизмами, а типові мовні особливості Німеччини – тевтонізмами [5, с 6]. Так, австрійський або швейцарський варіанти німецької мови позначають головним чином літературні мови, які своєю термінологією та фіксацією в свідомості народу вкорінилися вже як літературна німецька мова. Наприклад, позначення професії, яка стосується управління державою, в Австрії позначається словом *Landeshauptmann*, в Швейцарії замість нього вживається *Landammann*, а в Німеччині – *Ministerpräsident*. Ці всі слова є рівноцінними елементами німецької літературної мови, навіть якщо

сфера їхнього вживання не збігається. Явище літературної мови, яке характеризується певними окремими варіантами, називається варіативністю мови. Варіативність мови – це процес видозміни якоїсь рівневої ознаки мовних одиниць, що призводить до існування їхніх паралельних форм і є виявом мовної надмірності чи економії, тенденцією розвитку мови, наслідком її функціонально-стилістичного й територіального розшарування. О. Селіванова виокремлює наступні варіанти мовних одиниць: фонетичні (фонологічні) із різним звуковим складом; акцентуаційні, які розрізняються наголосом; морфологічні, пов'язані зі специфікою морфологічних показників того самого слова (наприклад, родом, типом відмінкового закінчення чи формотворчого афікса); орфоепічні, що визначаються диференціацією вимови слова; семантичні, представлені різними значеннями полісемантів; орфографічні, що різняться написанням без відображення у мові; морфемні, зумовлені чергуванням аломорфів і варіантів морфеми; фразеологічні, що розрізняються лексичною повнотою складу фраземи (повний і компресивний) або за умови тотожності значення і структури варіюють один зі складників звороту; синтаксичні, представлені різною модифікацією структурних і позиційних схем речення або структур семантично тотожного словосполучення [7, с. 59]. Національні варіанти мов можуть набувати меншого чи більшого поширення залежно від окремої держави [5, с. 7]. Й. Ебнер, німецький мовознавець та лінгвіст, дає таке визначення австрійському варіанту німецької мови: «Єдиної австрійської мови немає. Те, що ми позначаємо як австрійське, є сукупністю мовних одиниць, які зустрічаються в Австрії чи в австрійській місцевості. Єдиною в Австрії є тільки мова уряду та мова преси, оскільки в цих двох сферах мовні відхилення трапляються рідко» [4, с. 215]. Автор застерігає тільки від того, щоб австрійський та швейцарський варіанти не стали залежними від німецької мови, оскільки є багато прикладів з мовних діалектів, які переповнюють мову, роблячи її неповноцінною з точки зору мовознавців [4, с. 215].

Як відомо, мовні та політичні межі є конгруентними, феномен національності, приналежності до певної держави та мовної належності збігаються не повністю, оскільки формування держави є результатом історично зумовлених процесів. Так, німецькою мовою розмовляли громадяни з австрійським, швейцарським, французьким, російським та іншим громадянством, при чому найбільшій увазі заслуговують особливості австрійської та швейцарської літературних мов. Сучасне мовознавство мало говорить про регіональні варіанти розвитку певної мови. Дані відмінності вважаються специфічними особливостями, але не віднесені до ряду відхилень. Так, в Австрії та Швейцарії розмовна мова ідіолекти набагато сильніше охоплені процесом ідентифікації та відмежування мови, ніж це відбувається в Німеччині, як зазначає П. Браун у своїй праці про іменники на позначення осіб [1, с. 38-39].

Метою нашої статті є детально проаналізувати семантичні особливості іменників на позначення осіб за професією в австрійському та швейцарському варіантах німецької літературної мови, простежити за їхньою зміною і варіативністю на території цих держав, а також встановити деякі відмінності у певних галузях їхнього вживання та поширення.

Матеріалом вибірки слугували слова з стилістичними примітками «австр.», «швейц.» і «регіональне». Німецький універсальний словник налічує близько 650 регіональних іменників на позначення осіб, серед них 168 слів австрійського та 124 слова швейцарського походження. Решта 130 лексем віднесено до регіоналізмів, як-от: *Hacker (Arbeiter in Weinberg)* [3, с. 45].

Група іменників на позначення осіб щодо професійної діяльності в австрійському варіанті німецької мови досить об'ємна, наприклад: *Agent* (auch: *Geschäftsvertreter*), *Baraber* (*Straßenarbeiter*), *Bedienerin* (*Aufwartefrau*), *Billeteur* (*Platzanweiser im Theater und Kino*), *Burgschauspieler* (*Schauspieler am Wiener Burgtheater*), *Exekutor* (*Gerichtsvollzieher*), *Finanzer* (*Zollbeamter*), *Fleischhacher* (*Fleischer*), *Frächter* (*Transportunternehmer*), *Greißler* (*Krämer*), *Gendarm* (*Polizist auf dem Land*), *Inkassant* (*Kassierer*), *Kaser* (*Käser*), *Maronibrater* (*Händler, der im Winter auf der Straße heiße Maronen verkauft*), *Mehlspeiskoch* (*Koch für Süßspeisen*) тощо. Більша частина специфічних іменників на позначення осіб спостерігається у сфері політики: *Bezirkshauptmann* (*Vorsteher eines politischen Bezirks*), *Landeshauptmann* (*Regierungschef eines Bundeslandes*), *Bezirksvortreter* (*Vorsteher eines Wiener Bezirks*), *Elektorat* (*Gesamtheit der Wahlberechtigten*), *Dienstgeber* (*Arbeitgeber*), *Dienstnehmer* (*Arbeitnehmer*), *Jungbürger* (*veraltend: Ertswähler*), *Jungmann* (*Soldat im Grundwehrdienst*), *Klubobmann* (*Fraktionsvorsitzender*), *Mandator* (*Abgeordneter*). Слід також згадати іменники на позначення осіб у сільському господарстві, як-от: *Halter* (auch *Viehhirt*), *Halterbub* (*Hirtenjunge*), *Hörndlbauer* (*Bauer, der überwiegend Viehzucht betreibt*), *Körndlbauer* (*Bauer, der vorwiegend Getreidebau betreibt*), *Kleinhäusler* (*Kleinbauer*). На завершення можна навести приклади із різних сфер вживання: *Diener* (*Amtspr.: Dienstleistender*, *Dienstpflichtiger: Wehrdiener, Zivildiener*), *Maturant* (*Abiturient*), *Handelsakademiker* (*Absolvent einer Handelsakademie*), *Biertippler* (*Biertrinker*), *Genußspecht* (*Genießer*), *Gewandlaus* (*lästiger, zudringlicher Mensch*), *Heugeige* (*langer, dünner Mensch*), *Beistand* (*veraltend: Trauzeuge*). Ці іменники характеризуються своєрідністю вживання в німецькій мові: якщо б їх можна було почути в Німеччині, то значення слова було б незрозумілим, а в Австрії вони є повсякденно вживаними та звичними словами.

У дослідженні ми також не оминаємо своєю увагою іменники на позначення осіб в швейцарському варіанті німецької мови, так звані гельветизми. Про стан німецької мови в швейцарському варіанті говорить автор «Словника швейцарських особливостей» К. Майер, який

зазначає: «В німецькомовній Швейцарії існує двомовність, яка складається із діалектної мови та справжньої німецької літературної мови. Проте кожен швейцарець розуміє обидві мови» [6, с. 13]. Хоча, звичайно, відмінності зустрічаються як на фонемному, так і на морфемному, орфографічному та граматичному рівнях. Оскільки найстаріша демократія почалась із Швейцарії, то найбільше відмінностей серед досліджуваних одиниць зустрічається в іменниках із області політики: *Aktivbürger* (jmd., der im Besitze des Wahlrechts und der Wählbarkeit ist), *Stimmbürger* (der über das Wahlrecht verfügende Bürger), *Eidgenosse* (geschichtliche Bezeichnung für den Schweizer), *Amtsstatthalter* (Untersuchungsrichter in Strafsachen), *Assisen* (Geschworene beim Bundesgericht), *Bundeskanzler* (Vorsteher der Bundeskanzlei, des Bundesrates), *Gemeindepräsident* (Bürgermeister), *Hauptmann* (Bürgermeister), *Landammann* (Präsident der Kantonsregierung), *Postulant* (jmd., der im Parlament ein Postulat einbringt), *Freisinnigen* (Mitglieder der Freisinnigen Partei), *Kurzaufenthalter* (jmd. mit Aufenthaltsbewilligung für neun bzw. drei Monate), *Papierschweizer* (abw: Ausländer, der sich in der Schweiz hat einbürgern lassen), *Tellensohn* (scherz. für Schweizer).

Серед швейцарських особливостей німецької мови зустрічається також значна кількість іменників на позначення осіб за професією: *Adjunkt* (höherer Beamter), *Aspirant* (Offizieranwärter), *Eisenbähnler*, *Bähnler* (ugs: Eisenbahner), *Bänk(e)ler* (ugs: Banker, Bankbeamter), *Bannwart* (Flur- und Waldhüter), *Bauer(n)same* (veraltend: Gesamtheit der Bauern), *Bijourtier* (veraltet: Schmuckhändler), *Bürolist* (veraltend: Büroangestellter), *Charcuterieverkäuferin* (Wurstwarenverkäuferin), *Concierge* (Hotelportier), *Diensten* (veraltet: Dienstboten), *Detallist* (Einzelhändler), *Dokumentalist* (Dokumentator), *Fabrikler* (mundartnah: Fabrikarbeiter), *Fleischschauer* (Fleischbeschauer), *Freierwerbende* (Selbständiger, Freiberufler), *Friedensrichter* (Laienrichter für kleine Streitfälle), *Funktionär* (Bamter), *Fürsprech(er)* (Rechtsanwalt), *Garagist* (Inhaber einer Autohandlung), *Glätterin* (Büglerin), *Kantonsarzt* (bei einem Kanton angestellter Arzt; ebenso: Kantonsbaumeister, Kantonsingenieur, Kantonsoberförster), *Kirchmeier* (Finanzverwalter einer Kirchengemeinde), *Kondukteur* (Schaffner), *Korber* (Korbmacher), *Magaziner* (Magazinverwalter), *Ladentochter* (veraltend: junge Verkäuferin), *Lehrtochter* (weiblicher Lehrling), *Mittelschullehrer* (Lehrer an einer höheren Schule), *Patron* (Gastgewerbe: Betriebsinhaber, Arbeitgeber).

Слід також згадати про іменники на позначення осіб, які широко представлені в сімейному колі: *Ätti* (Vater), *Großätti* (Großvater), *Großkind* (Enkelkind), *Gotte* (Patin, Koseformen: Gotti, Gotteli), *Göttibub* (Patensohn), *Gof* (sal.: Kind). Можна ще назвати низку іменників на позначення осіб за видом діяльності в швейцарському варіанті. Вони дещо відрізняються від німецьких слів: *Hausmeister* (veraltend: Hausbesitzer), *Initiant* (Initiator), *Maturand* (Abiturient), *Mesmer* (Kirchdiener), *Pfader* (Pfadfinder), *Plaggeist*

(Plagegeist), *Nachtbuben* (nachts herumlärschende Burschen), *Möst(e)ler* (Gewohnheitstrinker).

Отже питання регіональності німецької мови є важливим і складним, адже німецька мова, яка поширена на теренах Австрії і Швейцарії, значно відрізняється від німецької мови в самій Німеччині. Причинами цього є історичні, територіальні, суспільні та культурні передумови. Регіональні варіанти німецької мови в Австрії та Швейцарії утворюються внаслідок діалектів та словесної мови, а також під впливом інших мов: італійської, французької, англійської, латини, словенської, чеської та угорської. Проте найбільш відповідальними за виникнення та поширення змін в австрійському регіональному варіанті німецької мови є такі фактори: традиційність діалектизмів, мова канцелярії Габсбурзької імперії, яка поширювалася на території сучасної Австрії, конфесійна розшарованість, оскільки після Реформації Австрія стала католицькою і відхилила переклади Мартіна Лютера.

Що ж стосується швейцарського варіанту німецької мови, то мовний обмін між Німеччиною та Швейцарією на сучасному етапі є незначним. Можна говорити про інтенсивні контакти між Швейцарією та землею Форарльберг в Австрії. У той же час в Австрії, на відміну від Швейцарії, присутня так звана двомовність, що складається з літературної мови та діалекту, при чому останній починає набирати все більшого значення в засобах масової інформації та на телебаченні. Навіть австрійські письменники використовують у своїх творах діалект, свідомо уникаючи літературної німецької мови. А в Швейцарії такого чіткого поділу між літературною мовою та діалектом немає. Однак будь-яка мова – засіб мовлення і спосіб життя, а головне, вона є засобом порозуміння між людьми, які живуть на одній території певної держави.

Перспективним вважаємо дослідження іменників на позначення осіб у регіональних варіантах німецької мови з точки зору їх прагматичного потенціалу і когнітивної специфіки на основі суцільної вибірки з текстів сучасної німецькомовної літератури. Це послужить матеріалом наших подальших досліджень.

Література

- 1. Braun P.** Personenbezeichnungen (der Mensch in der deutschen Sprache) / P. Braun. – Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1997. – 157 S.
- 2. Bulitta E.** Wörterbuch der Synonyme und Antonyme / E. Bulitta, H. Bulitta. – Frankfurt am Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 2003. – 968 S.
- 3. Duden.** Deutsches Universalwörterbuch. – Mannheim [u.a.] : Duden-Verlag, 2007. – 216 S.
- 4. Duden.** Wie sagt man in Österreich? Wörterbuch der österreichischen Besonderheiten // J. Ebner. – Mannheim [u.a.] : Dudenverlag, 1980. – 215 S.
- 5. Ebner J.** Österreichisches Deutsch / J. Ebner. – Mannheim [u.a.] : Dudenverlag, 2008. – 48 S.
- 6. Meyer K.** Wie sagt man in der Schweiz? Wörterbuch der schweizerischen Besonderheiten / K. Meyer. – Mannheim [u.a.] : Dudenverlag,

1989. – 380 S. 7. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2010. – 844 с.

Федірчик І. Я. Особливості іменників на позначення осіб в регіональних варіантах німецької мови

Стаття присвячена особливостям іменників на позначення осіб в австрійському та швейцарському варіантах німецької мови. Досліджувані мовні одиниці аналізуються на матеріалі німецькомовних джерел та словників. До уваги беруться не лише іменники на позначення осіб за професією, але й іменники з області політики, повсякденного життя та лексика загального використання.

Ключові слова: австрійський та швейцарський варіант німецької мови, іменники, позначення осіб, мовна варіативність.

Федирчик И. Я. Особенности существительных на обозначение лиц в региональных вариантах немецкого языка

Статья посвящена особенностям существительных на обозначение лиц в двух региональных вариантах немецкого языка: австрийском и швейцарском. Исследуемые единицы анализируются на материале немецкоязычных источников и словарей. К сведению берутся не только существительные по профессии, но и существительные из области политики, повседневной жизни и лексика общего употребления.

Ключевые слова: австрийский и швейцарский вариант немецкого языка, существительные, обозначение лиц, языковая вариативность.

Fedirchuk I. Y. The peculiarities of nouns denoting persons in regional versions

The paper deals with the peculiarities of nouns for denotation of persons in two regional versions: Austrian and Swiss. The researched units have been analysed on the basis of German sources and dictionaries. The article dwells on the nouns denoting persons by profession, policy field, daily life and general usage.

Key words: Austrian and Swiss versions of German language, nouns, denotation of persons, language variance.

УДК 811.111'373

О. О. Хникіна

**ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ
ЗНАЧЕННЯ ОБВИНУВАЧЕННЯ**

Основною тезою сучасної лінгвістики є положення про те, що мова – це певним чином організована система, тобто органічне ціле,

елементи якого пов'язані закономірними відношеннями. Досліджуючи мовні засоби вираження конкретного значення в мові, лінгвісти вивчають синтагматичні характеристики мовних одиниць, описують закони їх комбінування з іншими мовними одиницями, особливості їхньої сполучуваності, синтаксичні зв'язки між ними (М. Е. Білинський [1], Б. Є. Зернов [2], Д. І. Квеселевич [3], М. М. Полюжин [4], Ч. Філлмор [5] та ін.).

Зовнішні валентності лексичних одиниць відображаються у словосполученнях. Для повного опису лексико-семантичних засобів вираження значення обвинувачення важливим є аналіз словосполучень обвинувачення (далі – СО, відібраних із висловлень обвинувачення), які досліджуються у двох сферах функціонування: офіційній (судовій) / неофіційній (побутовій). Комплексний аналіз цих словосполучень залишається за межами дослідження, що й зумовлює актуальність цього дослідження.

Метою статті є виявлення структурних та семантичних особливостей словосполучень зі значенням обвинувачення у двох сферах реалізації.

Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань:

- дослідити основні композиційні та семантичні особливості словосполучень обвинувачення;
- виявити базові класи словосполучень зі значенням обвинувачення на основі цих характеристик;
- проаналізувати вплив сфери функціонування на основні комбінаторні та семантичні особливості досліджуваних словосполучень.

Аналіз словосполучень обвинувачення дав змогу виявити їх комбінаторні, структурні, семантичні особливості та виокремити їх такі класи на основі:

I. Структурних характеристик:

1. За кількістю ад'юнктів:

1.1. Прості (бінарні) словосполучення (78 % – 2533): *to reprove kindly, mild reproof etc*, що є найчастотнішими.

1.2. Багаточленні словосполучення (22 % – 715), які поділяються на:

а) СО, структуровані за рахунок розширення ядра: *stupid and mean accusation; high-minded intellectual disapproval, etc.*;

б) СО, структуровані за рахунок розгортання ядра: *partly your fault; rather guilty person, etc.*

2. За належністю ядра словосполучення до певного граматичного класу:

2.1. Дієслівні СО, ядром яких є дієслово. Як показав кількісний аналіз, ця група словосполучень обвинувачення є найчастотнішою, оскільки складає 49,7 % із загальної кількості СО (абсолютна кількість – 1607).

Досліджуючи кожний тип СО, враховано участь компонентів СО у вираженні значення обвинувачення, тобто ядро (*capital charge; to accuse of burglary*) чи ад'юнкт (*guilty deed; idea of guilt*) виражають

значення обвинувачення. Саме ядерний елемент є яскравим виразником конкретного значення в мові, а ад'юнкт посилює чи послаблює його.

Виявлено такі типи дієслівних СО з ядерним компонентом обвинувачення:

2.1.1. Дієслівно-адвербіальні СО [V+Adv.] (27 % – 434): *to censure sharply; to charge sufficiently; to convict properly; to reproach mildly, etc.*

Ядро СО цієї групи – дієслова із семою обвинувачення. Прислівники є лексемами-інтенсифікаторами дієслів та відображають якісно-оцінну характеристику дії обвинувачення. Здебільшого це прислівники способу дії, які посилюють або пом'якшують обвинувачувальне значення, виражають його градуїований характер і різноманітні аспекти, надають досліджуваним структурам емотивності.

На основі різноманітних аспектів значення обвинувачення виокремлено такі семантичні типи дієслівно-адвербіальних СО:

а) за ступенем інтенсивності значення обвинувачення та злочину/правопорушення: *to accuse capitally; to convict properly (duly); to reproach sternly; to reproach mildly; to reprove kindly, etc.;*

б) за сферою функціонування (офіційною/неофіційною): *to accuse formally; to rebuke officially; to accuse openly; to charge judicially, etc.;*

в) за кількістю осіб, що скоїли злочин/правопорушення, поганій вчинок: *to charge jointly, to indict jointly, etc.;*

г) за ступенем правдивості (істинності) обвинувачення: *to accuse falsely, to accuse wrongly, etc.*

Дієслівно-адвербіальні словосполучення є постпозитивними, безприйменниковими структурами.

Дієслівні СО із семою обвинувачення є наступними:

2.1.2. Дієслівно-субстантивні СО [V+N] (61 % – 980): *to indict for murder; to accuse a man; to sentence to death, etc.*

Дієслова із семою обвинувачення є перехідними й характеризуються частим уживанням як в активному, так і пасивному станах. В активному стані дієслова здебільшого сполучаються з іменниками, які позначають об'єкт обвинувачення. Наприклад: *to accuse a man; to blame secretary, etc.*

Дієслова в пасивному стані характеризуються комбінаторністю з іменниками зі значенням “злочин”. Тут, на думку мовця, важливим є вказати на злочин, правопорушення: *to be accused of burglary; to be charged with raping; to be charged of espionage; to be indicted for murder.*

Дієслова характеризуються специфічністю комбінаторних властивостей, тобто здатністю сполучатися з іменниками, які позначають характер вироку. Наприклад: *to be sentenced to death; to be condemned to prison, etc.* Ці словосполучення є постпозитивними, приєменниковими структурами.

Друга група дієслівно-субстантивних СО включає словосполучення, де ад'юнкт містить сему обвинувачення (*to challenge the conviction; to establish guilt; to burden with guilt; to obtain culpability; to*

govern culpability, etc.). Ці структури репрезентовані кліше, котрі реалізуються в судовій мовленнєвій діяльності. Інколи ядро таких структур слугує для підсилення чи послаблення значення обвинувачення: *to aggravate culpability; to lessen culpability; to eliminate culpability, etc.* Ад'юнктами виступають віддієслівні іменники й іменники *culpability, fault, guilt*. Словосполучення цього типу зазвичай постпозитивні та безприйменникові.

Ще одним типом дієслівних словосполучень обвинувачення є:

2.1.3. Дієслівно-прономінальні СО [V+Pr.obj.] (12 % – 193): *to accuse me; to charge him; to blame us, etc.*

Ад'юнктом таких СО виступають особові займенники в об'єктному відмінку. Словосполучення цього типу – об'єктні, постпозитивні, безприйменникові.

У результаті аналізу об'єкта дослідження виявлено:

2.2. Іменні СО, ядром яких є іменник. Група іменних СО є частотною та складає 36,6 % з загальної кількості СО – 1189. Серед субстантивних СО виокремлюємо такі, у яких ядерний компонент містить сему обвинувачення. Віддієслівні іменники цих словосполучень (*accusation; charge; indictment; blame; reproof; etc.*), незважаючи на свою категоріальну ознаку предметності, виражають дію обвинувачення.

Іменні СО цього типу поділяємо на:

2.2.1. Субстантивно-ад'єктивні СО [Adj+N]: *real accusation; aggravating culpability; monotonous reprimand, etc.* Кількісний аналіз засвідчує частотність уживання цього класу словосполучень, який складає 33,4 % (абсолютна кількість – 397).

Ад'юнктами словосполучень цього класу є якісні прикметники. Ці словосполучення поділяються за такими параметрами:

- а) за параметром часу: *long charge; continuous conviction.*;
- б) за моральним (етичним) параметром: *unethical conviction; high-minded and intellectual disapproval; stupid and mean accusation*;
- в) за ступенем інтенсивності значення обвинувачення: *capital charge; soft accusation; mild reproach; complex charge; deep conviction.*;
- г) за параметром певності в провині об'єкта: *real accusation; shaken guilt; ambiguous conviction (reproach).*

У ході дослідження виявлено іменні-ад'єктивні СО, у яких ад'юнктом виражає значення обвинувачення: *guilty mind; guilty time; guilty deed; convicted man etc.* Ядро цих словосполучень зазвичай, виражає об'єкт обвинувачення або його характеристики. Зазвичай ад'юнктом словосполучень цієї групи репрезентується прикметником *guilty*. Цей тип СО представлений препозитивними, безприйменниковими структурами.

Серед іменних структур також були виявлені:

2.2.2. Субстантивно-субстантивні СО [Npos.+N] (12,4 % – 147), де ядерний елемент передає значення обвинувачення та виражається віддієслівним іменником. Ад'юнктом виступає іменник у присвійному відмінку: *children's condemnation; judge's conviction, etc.*

Іменні словосполучення цього типу також включають такі СО, у яких *ад'юнкт* містить сему обвинувачення [N+Prep.+N] (26,2 % – 312): *a feeling of guilt; a proof of guilt; a question of guilt; idea of guilt; sudden pang of guilt*. Ядром цих СО є абстрактні іменники (*idea, feeling, proof*), ад'юнктом – іменник *guilt*, який сполучається з ядром за допомогою прийменника *of*.

Наступним типом субстантивних СО є:

2.2.3. *Субстантивно-прономінальні СО [Pr.pos.+N]* (28 % – 333): *(all) your fault; (partly) your fault; his guilt etc.* Ад'юнкт цих словосполучень – присвійні займенники, які виражають об'єкт обвинувачення. Вони є розгорнутими за рахунок прислівників, що передають масштабність (ступінь) обвинувачення: *all; partly, etc.* За структурою ці СО – препозитивні та безприйменникові.

Аналіз фактичного матеріалу уможливив виокремлення *прикметникових* (ад'єктивних) СО, які не є регулярними, оскільки складають 13, 7 % з загальної кількості СО (абсолютна кількість – 445). Серед ад'єктивних СО виділяємо:

2.3.1. *Ад'єктивно-адвербіальні СО [Adv.+Adj.]*, де ядро – прикметник містить сему обвинувачення (зазвичай прикметник – *guilty*): *actually guilty; totally guilty; completely guilty, etc.* Словосполучення цього типу – препозитивні, безприйменникові структури.

Ад'юнкти таких СО виражають різні аспекти обвинувачення й поділяються за значенням:

а) *за масштабістю обвинувачення: totally and completely guilty; entirely guilty, etc.*;

б) *за параметром упевненості у винуватості (провині) об'єкта: really guilty; unquestionably guilty, etc.*

Окрім того, під час дослідження всіх вищенаведених словосполучень обвинувачення враховано деякі *семантичні* аспекти їх аналізу та виокремлено такі їх класи:

II. *На основі таких семантичних характеристик:*

1. *За способом реалізації значення обвинувачення СО* поділяються на:

1.1. *Словосполучення експліцитної реалізації значення обвинувачення;*

1.2. *Словосполучення імпліцитної реалізації значення обвинувачення.*

До першої групи належать такі СО, хоча б один з елементів яких містить у семантичній структурі сему обвинувачення (*to accuse, to charge, guilty etc.*). Другий елемент цих синтаксичних структур є лексемою-інтенсифікатором, що уточнює інтенсивність значення обвинувачення: *to reproach mildly, rather guilty, to censure sharply.*

Експліцитний спосіб реалізації обвинувачувального змісту є характерною особливістю словосполучень в офіційній сфері спілкування. В імпліцитних досліджуваних словосполученнях, що преферентні у неофіційній ситуації спілкування, значення обвинувачення є

контекстуально зумовленим. Такі СО не містять лексичних одиниць із семою обвинувачення, а є емоційно-забарвленими, де хоча б один з елементів виражає негативну оцінку, що зумовлює вживання негативної емотивної лексики: лайливих слів; прокльонів; зоонімів: *miserable animal, moral and mental coward, blood-sucking parasite*.

Отже, зовнішні валентності лексичних одиниць обвинувачення відображаються у словосполученнях, які виступають лексико-синтаксичними засобами реалізації цього значення. Сфера функціонування досліджуваних словосполучень зумовлює спосіб реалізації значення обвинувачення, добір лексичних засобів, їхні комбінаторні особливості. Словосполучення обвинувачення, класифіковано на основі *структурних* характеристик: (за кількістю ад'юнктів, за належністю ядра словосполучення до певного граматичного класу) й *семантичних* (за способом реалізації значення обвинувачення СО: експліцитний/імпліцитний й ін.).

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в системному описі когнітивного та національно-культурного аспектів реалізації мовних одиниць, що виражають значення обвинувачення.

Література

1. Билинский М. Э. Парадигматика и синтагматика глагольно-словообразовательных блоков залога в английском языке : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : 10.02.04 / М. Э. Билинский. – Л., 1985. – 24 с. **2. Зернов Б. Е.** Взаимодействие частей речи в английском языке (статико-динамический аспект) / Б. Е. Зернов – Л. : Изд-во ЛГУ, 1986. – 126 с. **3. Квеселевич Д. И.** Интеграция словосочетания в современном английском языке / Д. И. Квеселевич – К. : Вища школа, 1983. – 84 с. **4. Полюжин М. М.** Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення : монографія / Полюжин М. М. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 240 с. **5. Филлмор Ч.** Основные проблемы лексической семантики / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – Прикладная лингвистика. – М. : Радуга, 1983. – С. 74 – 122.

Хникіна О. О. Лексико-синтаксичні засоби вираження значення обвинувачення

У статті проаналізовано структурні та семантичні особливості словосполучень зі значенням обвинувачення, виокремлено їх базові класи на основі цих характеристик.

Ключові слова: словосполучення, ядро, ад'юнкт, імпліцитний, експліцитний.

Хныкина О. А. Лексико-синтаксические средства выражения значения обвинения

В статье анализируются структурные и семантические особенности словосочетаний со значением обвинения, выделяются их базовые классы на основе этих характеристик.

Ключевые слова: словосочетания, ядро, адъюнкт, имплицитный, эксплицитный.

Khnykina O. O. Lexico-syntactic means expressing accusation

The article deals with the analysis of the structural and semantic peculiarities of the word-combinations expressing accusation. Their main classes on the basis of these characteristics have been distinguished.

Key words: word-combination, kernel, adjunct, implicit, explicit.

УДК 81.111'37

С. Б. Шелудченко

**РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ СТРАХ СЛОВАМИ КАТЕГОРІЇ
СТАНУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Результати досліджень у сфері репрезентації знань привернули увагу багатьох лінгвістів до проблеми вдосконалення мовних засобів втілення інформації. Так, Дж. Лакофф вважав, що у структурі знань, які стоять за мовним вираженням, певною мірою відображено спосіб номінації, який зумовлює важливість когнітивних досліджень мовної номінації [5, с. 13 – 51]. Дослідження В. О. Маслової акцентують увагу на мотивації при називанні, яка виявляє погляд носіїв мови на певний фрагмент світу, що, як результат, дозволяє зрозуміти специфіку світобачення конкретного народу [2, с. 20 – 29].

Водночас виокремлення категорії стану як окремої частини мови, яка покликана вербалізувати власне стан як невід'ємний та важливий складник сприйняття та розуміння людиною навколишнього світу, потребує систематизації значень слів у мовній свідомості. Отже, мета нашого дослідження – на прикладі синонімічного ряду слів категорії стану *adread / affrighted / afraid / aghast / afear / affrait* проаналізувати можливі шляхи ментального конструювання концепту СТРАХ. Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати певні конкретні завдання, а саме: 1) проаналізувати синоніми *afraid / aghast / afear / affrait*; 2) обґрунтувати приналежність авторських неологізмів *adread / affrighted* до аналізованого ряду ментальних альтернатив і дослідити їх семантику; 3) окреслити корпус інтенсифікаторів, що сполучаються з досліджуваними словами та становлять допоміжний засіб конструювання концепту СТРАХ.

Семантичне значення висловлювання, за Р. У. Лангаккером, властиве не лише внутрішнім властивостям об'єкта чи ситуації, яку воно

змальовує, але також включає в себе і наші преференції, і наше ментальне відображення цього об'єкта [1, с. 10–11]. Висловлювання, які є істинними за однакових умов чи які мають одну й ту саму референцію, часто є протилежними за значенням через те, що вони є альтернативними засобами ментального конструювання одних і тих самих об'єктивних обставин [4, с. 29–41]. Ми аналізуємо це твердження на прикладах, побудованих зі словами категорії стану, що покликані реалізувати стан страху. Чотири лексеми, що об'єктивують психічний стан СТРАХ зареєстровані сучасними тлумачними словниками й мають спільне семантичне значення:

afraid / aghast / afeard / affrait “filled with fear, frightened”

Зафіксований ряд синонімів, із погляду когнітивної лінгвістики, лише слугує прикладом поняття „образності”, що запропонував Р. У. Лангаккер на позначення нашої здатності ментальної побудови уявної ситуації альтернативними засобами [3, с. 2 – 19]. Кожен конкретний мовець обере певне висловлювання чи конструкцію, що найбільш адекватно буде утілювати конвенційну образність цього мовця [1, с. 11 – 12]. Так, у наведених нижче парах прикладів синонімічні, з погляду традиційної семантики, слова категорії стану не є взаємозамінними еквівалентами, оскільки вони містять відтінки семантичних відмінностей, завдяки чому накладається ментальна образність мовця, наприклад: “*It only means the wind gets too strong and the storks are afraid their nests will be blown away.*” (Irving Stone “*The Greek Treasure*”, p. 251); *That personage stood aghast.* (Charlotte Bronte “*Shirley*”, p. 441).

Приклади засвідчують, що дві мовні одиниці можуть викликати один і той самий концептуальний зміст, хоч вони й семантично різняться через мотиви вибору, носіями яких виступають.

Комплексний характер поняття СТРАХ, що пояснюється його приналежністю до сфери психіки й ментальності, зумовлює появу авторських неологізмів у художньому тексті. Поряд із уже зареєстрованими одиницями категорії СТАН відзначено появу слів *adread* та *affrighted*: *But when so they have found respite, being gathered within the wall; for I am adread lest yon baneful man leap within the wall.* (Irving Stone “*The Greek Treasure*”, p.183); *Her little fingers fastened on his arm: she spoke and was affrighted.* (Charlotte Bronte “*Shirley*”, p. 593).

Так, слова категорії СТАН *adread* та *affrighted* виражають значення “filled with fear, frightened”, а відтак є новими представниками синонімічного ряду *afraid / aghast / afeard / affrait*. На основі аналізу словникових дефініцій припускаємо, що слово категорії стану *adread* є похідним від основи *dread* [6]:

dread, *v.t. and v.i.*; *dreaded, pt, pp*; *dreading, ppr.* [ME. *dreden*, to fear; AS *ondrædan*, *a-drædan*, to fear, to be afraid of.] 1. to fear intensely; to be in fearful apprehension or expectation of; 2. to regard with awe [Arch.]

dread, *n.* 1. great fear and continued alarm in anticipation of impending evil or danger; 2. an overpowering horror or fright; as, a dread of snakes; 3. fear mixed with respect and awe; 4. one who or that which is feared or revered; 5. doubt [Obs.]

dread, *adj.* 1. dreaded or dreadful; terrible; frightful; 2. solemn; awesome; inspiring awe or reverence; as, *dread* sovereign.

Інше слово із цього синонімічного ряду – це, за походженням, дієприкметник дієслова *affright*, що еволюціонував і набув ознак слова категорії стану [6]:

affright (- frit), *v., v.t.*; *affrighted*, *pt., pp.*; *affrighting*, *ptr.* [ME. *afrighten*; AS. *afyrhtan*, to terrify.] 1. to impress with sudden fear; to frighten; to terrify or alarm. [Arch.]

Як засвідчив аналіз вибірки текстових фрагментів художньої літератури (обсяг 6492 сторінки) абсолютною семантичною домінантою аналізованого ряду є слово категорії стану *afraid* (392 випадки вживання), далі за частотністю в порядку спадання розташувались *aghast* (9), *adread* (1), *affrighted* (1). Оскільки психічний стан характеризує психічну діяльність не загалом, а індивідуально, то стан страху в однієї людини може виявлятися у психічному збудженні, а в іншій – у психічному заціпенінні. Це пояснює множинність засобів об'єктивації психічного стану та мотивує варіативність властивих їм модифікаторів.

На прикладі слова категорії стану *afraid*, притаманні йому модифікатори можна розкласифікувати за ступенем інтенсивності: **IV ступінь**: *terribly, mortally, horribly* ← **III ступінь**: *too, more, very much* ← **II ступінь**: *so, really, truly, seemingly* ← **I ступінь**: *almost, half, practically, slightly*

Так, інтенсифікатори I ступеня лише підкреслюють основне значення *afraid*, наприклад: “*Ger moving,*” he said, **half afraid** the man might be crazy and make another rush. (Allan Sillitoe “Key To The Door”, p. 398).

Інтенсифікатори II ступеня надають, певною мірою, упевненості у висловленому твердженні, наприклад: “*Aren't you really afraid of blood?*” the other persisted, a sneer all over his face. (D.H. Lawrence “Women In Love”, p. 88).

Прислівники, які можна віднести до інтенсифікаторів III ступеня, дещо посилюють значення наляканості та страху, наприклад: ... *Relive scenes from a blood-soaked and glorious military career, usually to the acute embarrassment of friends and sycophants who were either too loyal or too afraid to tell him the truth.* (James McGee “Ratcatcher”, p. 273).

Інтенсифікатори IV ступеня перетворюють значення стану остраху в стан панічної нажаханості та смертельного страху й, відтак, є інтенсифікаторами посиленого твердження, наприклад: *Ruth, of course, had been in the offing all this time, when Phoebe, of whom she was mortally afraid, was out of the way.* (Monika Dickens “Thursday Afternoons”, p. 115).

Отже, підсумком нашого дослідження стало виявлення семантичного ряду слів категорії стану на позначення страху, який містить не лише традиційні, зареєстровані словниками одиниці, а й оновлений авторськими неологізмами, які виявлені в процесі аналізу текстових фрагментів художньої літератури. Аналіз прикладів, не зважаючи на семантичну синонімічність слів категорії стану стану *adread* / *affrighted* / *afraid* / *aghast* / *afear* / *affrait*, виявив їх відмінності, які проявляється в процесі ментального конструювання. Домінанта аналізованого семантичного ряду *afraid*, навіть будучи часто вживаною, щораз втілює поняття образності, послуговуючись набором модифікаторів різного ступеню інтенсифікації.

Література

1. **Лангаккер Р. У.** Когнитивная грамматика: РАН. Институт научной информации по общественным наукам / Р. У. Лангаккер – М. : [б. и.], 1992. – 56 с. 2. **Маслова В. А.** Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособ. / В. А. Маслова – М. : Флинта: Наука, 2004. – 296 с. 3. **Brugman С.** The story of “over”: Polysemy, Semantics and the Structure of the Lexicon / С. Brugman – NY : Garland, 1988. – 97 p. 4. **Goldberg А.** Constructions: A Construction Grammar Approach to Argument Structure / А. Goldberg – Chicago : Chicago University Press, 1995. – 96 p. 5. **Lakoff G.** Classifiers as a reflection of mind / G. Lakoff // Noun classes and categorization. – Amsterdam, 1986. – P.13 – 51. 6. **Webster** Universal Dictionary. Unabridged International Edition Colour Illustrated. – New York : Harver, 1993.

Шелудченко С. Б. Реалізація концепту СТРАХ словами категорії стану в англійській мові

У статті йдеться про вербалізацію концепту СТРАХ словами категорії стану та вибір найбільш доцільного засобу конструювання з набору альтернатив. Досліджується семантика авторських неологізмів та модифікатори.

Ключові слова: слово категорії стану, ментальне відображення, модифікатор.

Шелудченко С. Б. Реализация концепта СТРАХ словами категории состояния в английском языке

Статья посвящена вербализации концепта СТРАХ словами категории состояния и выбору наиболее удачного средства из набора альтернатив. Исследуется семантика авторских неологизмов и модификаторы.

Ключевые слова: слово категории состояния, ментальное отображение, модификатор.

Sheludchenko S. B. The Realization of Concept FEAR by the Words of the Category of State in English

The article deals with the verbalization of concept FEAR by the words of the category of state and the choice of the proper means. The semantics of author neologisms and modifiers are analyzed.

Key words: words of the category of state, mental reflexion, modifiers.

УДК 811.111:81'42

О. В. Шумейко

**МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ „СТРАХ” У
ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ
АМЕРИКАНСЬКОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)**

Сучасна парадигма мовознавчих досліджень характеризуються антропоцентричною спрямованістю та особливою увагою дослідників до емоційної сфери людини (Н. А. Красавський, В. І. Шаховський, В. Ю. Апресян та Ю. Д. Апресян, А. Вежбицька, О. О. Борисов та ін.).

Антропоцентризм полягає у розгляді людини як „центру та найвищої мети світобудови” [7, с. 32]. Відтак, вивчення наукових об’єктів здійснюється за їхньою роллю у розвитку людської особистості в умовах взаємовідносин зі світом.

Емоції, почуття, афекти, настрої утворюють емоційну сферу особистості, яка є одним з регуляторів поведінки людини та її пізнання навколишнього світу. У зв’язку з відсутністю чіткого розмежування зазначених категорій емоційної сфери людини лінгвісти-емоціологи використовують термін „емоція” як збірне поняття. Суть лінгвістичного підходу до вивчення емоцій полягає у наступному: людина відображає світ, де емоціям відводиться регулююча роль – роль посередників між світом та його відображенням у мові [8, с. 6].

Емоції відтворюють у свідомості людини її емоційне ставлення до світу у вигляді емоційних концептів. „Емоційний концепт” розуміється як „етнічно, культурно зумовлене, складне структурно-смісловне, як правило лексично та/або фразеологічно вербалізоване утворення, яке базується на понятійній основі, охоплює окрім поняття, образ та оцінку, та функціонально замінює людині в процесі рефлексії та комунікації безліч однопорядкових предметів (в широкому смислі слова), які викликають пристрасне відношення до них людини” [4, с. 49]. Відтак, відображення видового досвіду емоційного стану людини локалізується у смисловій структурі відповідних слів, співвіднесених з певними образами об’єктів у свідомості людини.

Метою дослідження даної статті є аналіз вербальних засобів експлікації концепту „страх” в американському варіанті англійської

мови. Для досягнення цієї мети у статті поставлено та послідовно вирішено такі завдання: описати психологічні особливості емоції страху та визначити корпус мовних одиниць, які реалізують значення страху в прозових творах сучасних американських письменників.

Страх є тією емоцією, до якої ставлення представників різних спільнот (зокрема, американської) є практично однозначним – люди думають про страх „із жахом” [2, с. 292]. Цим мотивована єдність думки у психології та лінгвістиці щодо аксіологічного знаку страху – негативна емоція [2, с. 34; 9, с. 139].

Переживання страху супроводжується блідістю обличчя, калатанням серця, пришвидшеним диханням. Людина часто ковтає, потіє, прагне зіщулитися або втекти. Спостерігається повна нездатність рухатися, тремтінням рук, ніг. Універсальними мімічними проявами страху є: насторожений та напружений погляд, припідняті та зсунуті до перенісся брови; широко відкриті очі [2, с. 309 – 311].

З точки зору впливу на діяльність людини страх може проявлятися як стенічна або астенічна емоція: збільшувати енергію людини, результатом чого є втеча та уникнення загрози або послаблювати діяльність людини, що призводить до скутості рухів, завмирання [3, с. 71]. Наприклад: *Heart pounding, he turned to run back to the office. As he turned, though, he stalled* (Dan Brown);

Причинно-наслідковий сценарій виникнення та розвитку емоції страху, який визначає структуру тлумачення даного концепту можна представити наступним чином: „Х мислить приблизно так: може статися щось погане; я не хочу цього; тому я б хотів щось зробити; я не знаю, що можу зробити; тому Х відчуває щось погане” [1, с. 342].

Тип концепту зумовлює способи його вербалізації. Способами мовної маніфестації емоційних концептів є: 1) номінація або позначення; 2) дескрипція або описування; 3) експлікація або вираження в мові [6, с. 560].

Номінантом емоції називають субстантивно оформлений вербальний знак (слово), яке позначає емоцію [5, с. 25]. У прозових творах сучасних американських письменників емоція страху представлена наступними лексемами: *fear* (130 слововживань), *dread* (19), *horror* (56), *terror* (45), *dismay* (6), *awe* (12), *apprehension* (3), *fright* (1), *consternation* (1), *angst* (3), *panic* (52), *(claustr)phobia* (2), *anxiety* (15), *trepidation* (2), *unease* (3), *uneasiness* (7), *foreboding* (7), *shock* (58), *discomfort* (6), *tension* (18), *concern* (22), *worry* (10), *distress* (7), *alarm* (13), *nightmare* (22), *veneration* (1), *nervousness* (3), *intimidation* (1), *timidity* (1), *cowardice* (2), *agitation* (1), *creeps* (2), *paranoia* (3). Відтак, номінація страху здійснюється переважно за допомогою лексем *fear*, *horror*, *terror*, *panic*, *shock*. При цьому, найбільшою частотою вживання характеризується лексична одиниця *fear*.

Дескрипція емоцій пов'язана зі смисловим підходом, згідно якого опис емоцій здійснюється через прототипові ситуації, в яких вони виникають (А. Вежбицька та Л.Н. Йорданська).

Аналіз мовних засобів, які використовують автори прозових текстів для опису емоції страху дозволив виявити 22 семантичні моделі (СМ). В основу всіх СМ лягли назви симптомів-ознак переживання страху, які складають зміст чуттєво-образного ядра даного емоційного концепту:

СМ 1 „Запаморочення свідомості” (14): *His mind was racing from the image on the fax* (Dan Brown).

СМ 2 „Відчуття втрати опори” (2): *The entire church seemed to sink beneath her feet as her eyes met the lifeless form on the floor* (Dan Brown).

СМ 3 „Передчуття небезпеки” (7): *Intense danger crackled through him. “Go!” he yelled, shoving Yael toward the door* (Jill Gregory).

СМ 4 „Симптом клаустрофобії” (3): *As the claustrophobic panic closed in, Langdon was overcome by images of the sarcophagus shrinking around him* (Dan Brown).

СМ 5 „Нерегулярна робота серця” (71): *Sounds like somebody did, Meredith thought, her heart pounding, but before she could answer, the clerk’s hoarse whisper reached them from the store* (Jill Gregory).

СМ 6 „Зміна циркуляції крові” (44): *Langdon paled. ‘But the guard will get Olivetti the second you pick up that phone...’* (Dan Brown).

СМ 7 „Секретування в організм адреналіну” (6): *With each memory, adrenaline screamed at her limp limbs to flee* (Jill Gregory).

СМ 8 „Порушення ритму дихання” (59): *And when he saw their bedroom, it took his breath away. She had died in his arms in their bed five months before, ...* (Danielle Steel).

СМ 9 „Відхилення у роботі органів травлення” (34): *The truth drilled into the camerlengo’s heart with such force that he staggered backward out of the Pope’s office and vomited in the hallway* (Dan Brown).

СМ 10 „Посилення секреції” (24): *Sweat dripped from his armpits. Dillon and the killer had probably been there within moments of each other* (Jill Gregory).

СМ 11 „Підняття волоссяного покриву” (5): *Now, squeezing her way down the tiny tunnel, the hairs on her neck suddenly stood on end as she heard the clang of alarm bells* (Jill Gregory).

СМ 12 „Зміни у діяльності м’язової системи” (2): *His muscles still felt hard from the thrill of his meeting* (Dan Brown).

СМ 13 „Зміни у нервовій системі” (5): *His nerves stretched taut as he wondered if the ticket agents up ahead were already on the lookout for him* (Jill Gregory).

СМ 14 „Відчуття холоду, поколювання шкіри” (29): *Langdon felt a sudden chill realizing that he was about to see a dead body* (Dan Brown).

СМ 15 „Порушення роботи органів мовлення” (138): *“Iran might be preparing to launch a nuclear attack.” Her voice was tinged with fear* (Jill Gregory).

СМ 16 „Мімічні прояви” (77): *‘My God,’ Vittoria said, looking spooked* (Dan Brown).

СМ 17 „Підняті зіщулені плечі” (3): *She exhaled heavily, as if coaxing Langdon to relax along with her. Langdon made the effort, lowering his shoulders and loosening his clenched jaw* (Dan Brown).

СМ 18 „Невпевнена хода” (24): *Langdon spun wildly in the cabin, trying to make sense of what he had just seen* (Dan Brown).

СМ 19 „Заціпеніння тіла та кінцівок” (87): *When Robert Langdon returned to the bedroom, the vision awaiting him stopped him in his tracks* (Dan Brown).

СМ 20 „Жести як реакція на стан страху” (23): *‘Look!’ Vittoria said suddenly, grabbing Langdon’s arm* (Dan Brown).

СМ 21 „Рух тіла вперед – назад” (55): *She couldn’t imagine what he was doing, and she had her head down in the wind and rain, when he reached out for her and she jumped away. It was a crazy hour of the day for someone to attack her* (Danielle Steel)

СМ 22 „Тремтіння тіла та кінцівок” (61): *“No – I won’t go without you,” Stacy cried, trembling uncontrollably* (Jill Gregory).

Відтак, дескрипція страху здійснюється в американських прозових творах переважно за допомогою семантичних моделей „Нерегулярна робота серця”, „Порушення роботи органів мовлення”, „Мімічні прояви”, „Заціпеніння тіла та кінцівок”. Серед них найбільшу частоту актуалізації має СМ 15 „Порушення роботи органів мовлення”. При цьому, сильна ступінь переживання страху суб’єктом може бути представлена послідовністю семантичних моделей зі суміжними симптомами переживання.

Експлікація або вираження емоцій у мові – це власне емотиви. Емотивність розуміється як „складник конотативного компонента у семантичній структурі мовної одиниці, який репрезентує емоційне ставлення носіїв мови до позначеного” [7, с. 142]. У вигляді особливого значення емотивність притаманна вигукам як емоційним сигналам.

В аналізованих прозових творах експлікація страху здійснюється за допомогою вигукових утворень, які виступають в текстах як словаречення або фрази-речення та пов’язані з релігійною тематикою: *‘My God,’ Vittoria said, looking spooked* (Dan brown); *‘Sweet Jesus!’ Langdon cried, stumbling back in horror* (Dan Brown).

Окрім вигукових утворень спостерігається використання авторами ненормативної (зниженої) лексики для вираження страху: *‘Bloody hell!’ he shouted, jumping backward* 302: *Dan Brown*]; *‘Figlio di puttana!’ Vittoria cursed under her breath* (Dan Brown).

Отже, лексичні засоби мови є важливим інструментом формування та розвитку феномену „емоційний концепт”, а також слугують основою для адекватного розуміння художнього тексту адресатами. Засоби мовної експлікації концепту „страх” в американських прозових творах представлені лексикою, яка називає, описує та виражає емоційний стан. Весь корпус лексики на позначення страху представлений переважно дескрипторами емоції.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у виявленні засобів мовного вираження емоційних концептів у художньому дискурсі та проведенні їх порівняльного аналізу.

Література

1. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с. **2. Изард К. Э.** Психология эмоций / К. Э. Изард. – СПб. : Питер, 2008. – 464 с. **3. Ильин Е. П.** Эмоции и чувства / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2007. – 783 с. **4. Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. **5. Красавский Н. А.** Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: монография / Н. А. Красавский. – М. : Гнозис, 2008. – 374 с. **6. Мокрова О.Р.** Полистатусная презентация категории эмотивности в эмотиологии / О. Р. Мокрова // Вестн. Башкирского ун-та. – 2008. – Т. 13, № 3. – С. 559 – 561. **7. Селіванова О. О.** Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с. **8. Шаховский В. И.** Лингвистическая теория эмоций: Монография / В. И. Шаховский. – М. : Гнозис, 2008. – 416 с. **9. Ungerer F.** An introduction to Cognitive Linguistics / F. Ungerer, H.-J. Schmid – UK : Pearson education, 2006. – 384 p.

Шумейко О. В. Мовна репрезентація концепту „Страх” у художньому дискурсі (на матеріалі сучасної американської англійської мови)

Стаття присвячена аналізу засобів мовної репрезентації емоційного концепту „страх” у прозових творах сучасних американських письменників.

Ключові слова: емоційний концепт, номінація, дескрипція, експлікація емоції

Шумейко О. В. Языковая репрезентация концепта „Страх” в художественном дискурсе (на материале современного американского английского языка)

Статья посвящена анализу средств языковой репрезентации концепта „страх” в прозаических произведениях современных американских писателей.

Ключевые слова: эмоциональный концепт, номинация, дескрипция, экспликация эмоций

Shumeiko O. V. Verbal Representation of the Concept “Fear” in Modern American Prose

The article is an analysis of means of verbal realization of the concept “fear” in modern American prose.

Key words: emotive concept, nomination, description, explication of the emotion

ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

УДК 82-2-792(470)

Е. А. Евдокименко

ОТОБРАЖЕНИЕ СПЕЦИФИКИ ДЕТСКОГО СОЗНАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ ДРАМАТУРГИИ

Русская драматургия рубежа XX-XXI веков привлекает внимание исследователей из разных областей науки (языковедов, искусствоведов, социологов, психологов). Все чаще темы литературоведческих диссертационных работ посвящаются «новой драме» и творчеству современных русских драматургов. Следует отметить, что в научных публикациях и исследованиях анализируется, главным образом, жанровое своеобразие «новейшей драмы» и особенности пьес отдельных взятых авторов в контексте русской драмы рубежа веков.

Современная драматургия поднимает самые разнообразные темы, среди них одну из центральных позиций занимает тема детства. Много пьес о детях у К. Драгунской, также о детях пишут В. Сигарев, В. Леванов, Е. Исаева, И. Вырыпаев, В. Шамиров, М. Арбатова, О. Мухина, М. Покрасс, И. Савельев, Е. Нарши и др. Вопреки такой популярности пьес о детях и подростках, данной теме не уделяется должного внимания исследователями.

Мир детства, мир ребенка сложен, многообразен, непредсказуем. Тема детства современными авторами рассматривается с разных позиций. В пьесах одних драматургов она несет позитивный характер, несмотря ни на что дети полны доброты, надежды, веры в прекрасное. В других доминирует негатив: дети, сталкиваясь с недетскими проблемами, рано взрослеют, их души деформируются, наполняются эгоизмом. Причина такого противоречивого отображения детского мира и характера современного ребенка заключается в многообразии и сложности современных социальных процессов, а также в особенностях подросткового и юношеского возраста. «Вопрос о художественном характере детской и подростково-юношеской прозы является вопросом повышенной сложности в силу того, что это – характер складывающийся, в котором важно не столько выявление достоинств и недостатков, сколько понимание тенденций внутреннего роста, направленности эволюции человеческой личности в самый динамический период ее развития» [1, с. 128]. Именно эти изменения характера, его формирование и развитие современные драматурги отображают в своих произведениях.

Каждому возрасту присущи определенные психологические и нравственные изменения и новообразования, влияющие на отношение ребенка к миру, к окружающим и к самому себе. Достаточно редко современный читатель сталкивается с героями в дошкольном возрасте, драматурги больше внимания уделяют подросткам и юношеству. Возможно, причина заключается в том, что «Психологи рассматривают весь подростковый возраст как критический» [2, с. 111], и на этом накале в понимании себя, своего места, в отношении к миру и окружающим строится конфликт многих пьес рубежа веков.

Сознание ребенка, подростка, юноши еще не выступает в качестве сформировавшегося явления. «Сознание – это не только знание о среде человека, но вместе с тем и отношение к ней» [3, с. 16]. На правильное развитие этого процесса влияет множество факторов. Современные драматурги указывают на то, что первый опыт общения мы получаем в кругу семьи, среди своих близких людей. От внутрисемейной атмосферы, отношения родителей не только к ребенку, но и друг к другу будет зависеть отношение ребенка к людям и окружающему миру.

В пьесе М. Арбатовой «Анкета для родителей» автор вырисовывает разные образы семей и системы воспитания детей. Главные герои – дети младшего школьного возраста и их одноклассники. Этот период является достаточно сложным для любого ребенка, поскольку происходит смена окружения, адаптация к новой школьной деятельности. Невозможно переоценить роль родителей в смягчении всех отрицательных воздействий и выработке правильного отношения как к учебной деятельности, новым друзьям, учителям, так и к миру в целом. На один из вопросов анкеты классного руководителя папа Алеши отвечает: «Чтобы всем во дворе бил морды, а не ходил бы вечно в соплях. Это не пиши. Пиши – хочу видеть своего ребенка добрым, умным, честным. Да, талантливым» [4, с. 270]. Безусловно, ребенок не может не заметить противоречие в мыслях и поступках отца. Мать стремится создать из ребенка «исключительную личность»: «Над ним дома с палкой стоят, когда ест, спит, уроки делает, играет. Им нужен феноменальный ребенок. Он из всех сил старается быть феноменальным. У него все время глаза виноватые, что он недостаточно феноменальный. Его садизм – просто неосознанный протест» [4, с. 297]. В этом наблюдении классного руководителя раскрывается система воспитания мальчика и результаты такого подхода. В семье Гремных мать наоборот – слишком опекает и балует дочь. Это приводит к развитию эгоизма у девочки.

Результаты «современного воспитания» детей раскрываются в пьесах конца XX – начала XXI веков. В большинстве пьес они неутешительны: дети закрываются в себе, отдаляются, становятся агрессивными. Один из взрослых персонажей констатирует причину: «Вы часто жалуетесь, что они (дети) лживы, недобросовестны, упрямые, агрессивны, уверяю вас, они просто мстят за неутоленную жажду любви»

[4, с. 298]. У Е. Нарши в пьесе «Двое поменьше» также представлены разные взаимоотношения детей и родителей. Манечка унаследовала от матери нейтральное, иногда даже холодное отношение к жизни, к людям, и к самой себе.

Отчужденность прослеживается и в семьях героев пьесы М. Покрасс «Не проговорённое».

Дочь. (Смотрит сверху вниз на маму) Я тебя люблю. Мам, я тебя люблю. Ма-ам...

Мама. Сейчас как дам тебе тряпкой по физиономии.

Эта семья полна взаимных упреков. Встречая дочь, поздно вернувшуюся неизвестно откуда, мать обеспокоена:

Мама. Тебе ведь все равно, да? Ты здесь, как в гостинице, живешь. А ты не думала, что мне, между прочим, тоже иногда спать надо.

Дочь. Могла лечь спать, у меня ключ есть.

Мама. А ты не знаешь, что я не могу спать, пока ты не придешь! А?!

Дочь. Знаю [5].

Психологи отмечают: «старший подросток может быть в одних отношениях уже взрослым, а в других – еще совершенно ребенком. Пласты детства в нем причудливо уживаются с пластами взрослости» [6, с. 364]. Родителям важно не только возлагать на подростка взрослые обязанности, но и наделять его взрослыми правами.

Заканчивая этот диалог, мать и дочь достаточно объективно высказывают свои претензии друг к другу. Однако самым удивительным является безразличие, непонимание уже открыто обозначенной проблемы, нежелание что-то менять в своем поведении и во внутрисемейных отношениях:

Мама. Просто слов нет, с тобой разговаривать. У всех дети, как дети, а у меня. У меня язык не поворачивается тебя назвать...

Дочь. Мама, что ты кричишь?!

Мама. Потому что ты нормального человеческого языка не понимаешь.

Дочь. А ты со мной когда-нибудь разговаривала?

Мама. Перестань хамить!!!

Дочь. Спокойной ночи [5].

Практически во всех пьесах рассматриваемого периода родительское отношение к детям – нейтральное, а иногда просто негативное. Взрослые заняты проблемой самореализации, решением супружеских конфликтов. Детям достается их внимание только когда они совершают какой-то проступок. Авторы вводят в пьесы героев, которые вопреки подобному отношению полны любви к своим родителям.

Главные и единственные действующие лица у В. Леванова в «Выглядках» – мальчишки четырех и пяти лет, ожидающие возвращения матери.

Никита. ОНА говорит всегда, когда добрая: “Простите меня, мои хорошие, пожалейте меня, мои кровинушки...” И еще говорит...

Денис. Я люблю, когда ОНА такая. Почему ОНА всегда так не говорит? И по голове не гладит, и не шепчет всегда? [7].

Делая прощальную видеозапись перед самоубийством за компанию со своими подругами, персонаж еще одной пьесы В. Леванова, Ира 12-13 лет, заканчивает свой монолог следующими словами: «Мама и папа! Я хочу передать вам привет! Чтоб вы не огорчились! Я вас люблю! А еще привет моей собаке Жакуле, я ее тоже люблю очень! Мне все в кайф!» [8, с. 81].

Интересно то, что во многих пьесах о детях и подростках для детей единственным значимым, любимым человеком представляется бабушка. Для героя поражающей своей жестокостью пьесы В. Сигарева «Пластин» бабушка является человеком, о котором он всегда помнит и заботится, которому он при необходимости и утку подаст, и за фаршем выстоит в огромной очереди. Только ее он старается уберечь, и именно беспокойство о ней одолевает его в последние мгновения перед смертью.

Бабушка была очень важным, близким человеком и для Манечки из пьесы «Двое поменьше».

Сложившиеся внутри семьи отношения между людьми дети переносят в окружающий мир, и прежде всего на своих сверстников. Дружба, общение со сверстниками или его отсутствие является еще одной важной проблемой современной драматургии.

Для одних дружба – ценна, другие же не придают ей особого значения. Скрипка из пьесы «Трепетные истории» К. Драгунской готова на многое ради своего друга: «Я пришла вместо Гриши, потому что он мой друг детства, и он тебя боится. А я не боюсь» [9, с. 55]. Когда Гриша не смог найти выход из сложившейся ситуации, а прийти к своему обидчику и договориться он просто побоялся, его подруга, девочка, пришла вместо него. Поскольку для нее друг – важный человек. А вот для Алисы из «Первого моря» В. Шамирова дружба не имеет четких форм и границ: «Мы в одном классе учились, так, дружили вроде. Мы и сейчас ничего. Я тут живу рядом от нее недалеко» [10]. Ведь для нее друг – это человек, который просто находится рядом: одноклассница, которая к тому же живет неподалеку. Доверие, надежность, взаимопомощь не являются для этих девочек синонимами дружбы.

Как отмечает в своей статье Л. В. Черниенко «Анализируя причины деформации личности современника, художники и ученые приходят к единому выводу: главное – в катастрофической разобщенности людей, их глобальном одиночестве. Одиночество стало привычным стабильным состоянием каждого» [11]. Это подтверждает Мальчик в пьесе М. Покрасс: «Все разговаривают сами с собой. Люди

перестали интересоваться друг другом», «Люди! ... Ходим вот так... мимо» [5]. Понимание детьми всеобщей разобщенности и ненужности, отсутствие чувства любви со стороны самых близких людей порождает в подростках подобное отношение к миру.

Одним из проявлений детского сознания выступает безграничное воображение. Благодаря ему дети находят выход из многих ситуаций, раскрашивают в яркие цвета повседневность, а иногда и вовсе убегают от реальности. Игра, как одна из граней воображения, характерная именно для детей и подростков, появляется во многих произведениях русских драматургов рубежа веков.

В пьесах о детях и подростках конца 20 – начала 21 веков перед читателем герой представляется в сложных взаимоотношениях со школой, друзьями, родителями, с самим собой. Именно в этих отношениях перед нами раскрывается сложный и бесконечно интересный мир детской души.

Литература

- 1. Мещерякова М. И.** Русская детская, подростковая и юношеская проза 2 половины XX века: проблемы поэтики / М. И. Мещерякова. – М., 1997. – 380с.
- 2. Бродская С. Л.** Возрастная психология в вопросах и ответах: учеб. пособие / С. Л. Бродская. – М. : КНОРУС, 2006 – 256 с.
- 3. Казакова В. Г.** Психология: Учебник для индустр.-пед. техникумов / В. Г. Казакова, Л. Л. Кондратьева. – М. : Вышш. шк., 1989. – 383 с.
- 4. Арбатова М. И.** Анкета для родителей / М. И. Арбатова // Арбатова М. И. Визит нестарой дамы. – М., 2003. – С. 257 – 306.
- 5. Покрасс М.** Не проговоренное [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.theatre-studio.ru/library/catalog.php?author=rokrass>
- 6. Хрестоматия по психологии:** учеб. пособие для студентов пед. ин-тов / сост. В. В. Мироненко; под ред. А. В. Петровского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Просвещение, 1987. – 447 с.
- 7. Леванов В.** Выглядки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.theatre-studio.ru/library/catalog.php?author=levanov_v
- 8. Леванов В.** Раз, два, три / В. Леванов // Современная драматургия. – 2001. – № 4. – С.80 – 83.
- 9. Драгунская К.** Трепетные истории / К. Драгунская // Современная драматургия. – 1998. – №1. – С.51 – 62.
- 10. Шамиров В.** Первое море [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.newdrama.ru/plays/?play=26>
- 11. Черниенко Л. В.** Особенности воплощения вечных нравственных проблем в современной русской литературе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11193

Євдокименко О. О. Відображення специфіки дитячої свідомості у сучасній російській драматургії

Російські драматурги межі XX – XXI сторіч у своїх творах приділяють увагу темі дітей та підлітків. У п'єсах розкривається

ставлення дитини до світу, оточуючих та до самого себе, а також умови формування дитячої свідомості.

Ключові слова: драматургія, дитинство, свідомість, конфлікт, персонаж.

Евдокименко Е. А. Отображение специфики детского сознания в современной русской драматургии

Русские драматурги рубежа XX – XXI веков в своих произведениях уделяют большое внимание теме детей и подростков. В пьесах раскрывается отношение ребенка к миру, к окружающим и к самому себе, а также условия формирования детского сознания.

Ключевые слова: драматургия, детство, сознание, конфликт, персонаж.

Yevdokymenko O. The presentation of child consciousness peculiarities in the modern Russian drama

Russian playwrights of XX – XXI centuries boundary give attention to the subject of children and teenagers. Child's attitudes to the world, surrounding people, and to himself/herself are depicted. Conditions of child consciousness formations are present.

Key words: drama, childhood, consciousness, conflict, character.

МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

УДК 378.091.33:811.111

О. І. Єфремова

ОСОБЛИВОСТІ ПЕДАГОГІЧНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ДІАЛОГУ КУЛЬТУР У ПОЗНАВЧАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТА

Останніми роками в суспільстві з'явився інтерес до інших культур і прагнення збагатити свою культуру досвідом і оригінальністю інших. Це знайшло своє відображення й у системі освіти. Перед університетською наукою постала проблема приведення теорії й практики навчання відповідно до потреб сучасності. Глибоке реформування, що відбувається в освіті, вимагає певних змін у змісті та організації системи позанавчального виховання у ВНЗ.

Багато наукових праць та досліджень приділялось питанню ведення плідного діалогу культур при вивченні іноземної мови, однак це стосується навчального процесу. Дослідники вважають, що культурний досвід студенти отримують здебільше у позанавчальній діяльності університету. Тому організація позанавчальної діяльності з отриманням міжкультурного досвіду є актуальною на сьогоднішній час.

Питання щодо організації позанавчальної діяльності були висвітлені у роботах: Т. Глотова, А. Мдрик, А.Рубанік, Г. Большакової та ін. Вчені Великобританії та США в останні десятиліття активно займаються вивченням проблем інтегрованого викладання мови та культури: М. Byram, С. Morgan, Н. N. Seelye, С. Kramsch, I. Krasner, D. Peck, R. Steele та ін.

Мета даної статті – розглянути поняття педагогічної технології діалогу культур, направленість якої має міжкультурний характер; запропонувати до розгляду різні психолого-педагогічні ситуації та інциденти, пов'язаних із міжкультурними явищами за кордоном.

У педагогічній літературі останніх років приділяється багато уваги розробці інноваційних технологій навчання і виховання.

Технологія навчання є послідовність процедур і операцій, котрі складають дидактичну систему, яка реалізовується в педагогічній практиці і призводить до досягнення конкретних цілей навчання і виховання за короткі терміни.

В рамках даного підходу педагогічна технологія навчання є «культурним поняттям, яке пов'язане з новим педагогічним мисленням, з однієї сторони, і інтелектуальною переробкою загальноосвітніх, культурних і соціально значущих якостей і здібностей підростаючого покоління, з іншої» [2, с. 170].

Вважаючи специфіку цієї статті, під педагогічною технологією навчання ми розуміємо проектування педагогічної діяльності керівника гуртка щодо відбору матеріалу міжкультурного контенту, приведення в систему форм і методів формування міжкультурної компетентності студентів у рамках позанавчальної діяльності і послідовної реалізації проекту майбутнього формування міжкультурної компетентності на практиці, який сприяє розвитку мислення студента як особливого міжкультурного феномену і формування його міжкультурної компетентності. Ключовим ядром даної статті є педагогічна технологія діалогу культур і її направленість має міжкультурний характер.

Ми вважаємо доречним розглянути само поняття "діалог культур". Воно має різну трактовку: соціальної групи, свідомо вибрана позиція індивіду, філософія життя, стиль життя (шлях виживання цивілізації у багатомовному плуралінгвальному світі), процес взаємодії двох індивідуальностей, двох ситуативних позицій, менталітетів [3, с. 43; 4, с. 56], порівняння взаємодії та розуміння інших культурних цінностей [1, с. 21]). Саме такий тип відносин, для якого характерним є відношення культур як рівноправних, рівноцінних в їх несхожості та унікальності, і визначається в дослідженнях як діалог культур.

Ю. Пасов виділив аспекти ведення плідного культур:

- соціологічний аспект – залежність однієї культури від іншої;
- соціокультурний аспект – набуття соціокультурного статусу суб'єкта обох культур;
- етнокультурний аспект – наявність обома сторонами етнокультурного статусу суб'єкта;
- аксіологічний аспект – взаєморозуміння та взаємоповага культур;
- психологічний аспект – поява стосунків співчуття, емпатії представниками двох культур [4, с. 112].

З цього можна зробити певні висновки: для успішного ведення діалогу культур його учасники повинні володіти соціокультурною інформацією один про одного, оскільки їх діалог культур є функціонально зумовленою, комунікативною взаємодією носіїв різних культурних спільнот.

Під час позанавчальної діяльності студентів, які вивчають іноземну мову, педагогічна технологія "діалог культур" може реалізуватися за допомогою розгляду різних психолого-педагогічних ситуацій та інцидентів (case studies, critical incidents), пов'язаних із міжкультурними явищами за кордоном.

У своїй роботі [6, с. 140] М.Байрам описує, що на думку Дж. Хьюзика, одним із найбільш ефективних методів формування міжкультурної компетентності, є метод «критичних інцидентів». Цей метод націлений на виявлення розрізень у вербальному та невербальному спілкуванні. Щодо цього методу, студентам пропонується опис інциденту в спілкуванні, в результаті якого взаємодія між

представниками різних культур була зупинена по причині непорозуміння ситуації одним із партнерів.

Можна сказати, що метод інцидентів сприяє розвитку:

- аналітичного й синтетичного мислення;
- готовності та вміння приймати рішення;
- уміння розв'язувати складні й нетипові проблеми, які можуть скластися серед носіїв різних культур;
- уміння застосовувати здобуті знання міжкультурного характеру на практиці.

Мета цього методу – навчити людину бачити ситуацію з погляду членів чужої групи, розуміти їхнє бачення світу. Ю. П. Платонов [5, с. 105] пропонує називати цей метод “технікою підвищення міжкультурної сенситивності” (Intercultural sensitizer).

Вважаємо доречним навести приклади ситуацій з відбором інформації, яка відображала б такі ситуації, в яких виявляються або значні, або найбільш значущі ключові відмінності між культурами. Ідеальною можна вважати ситуацію, яка, по-перше, описує найчастіший випадок взаємодії представників двох культур, по-друге, яка виявляється конфліктною або найчастіше неправильно інтерпретується, по-третє, дає змогу одержати важливі відомості про іншу культуру. Під час добору ситуацій бралися до уваги взаємні стереотипи, відмінності в рольових очікуваннях, звичаї, особливості невербальної поведінки тощо.

Приклади потенційно конфліктних ситуацій бралися з етнографічної та історичної літератури, преси, спостережень. Застосовувався метод незавершених пропозицій, коли студенти формулюють можливі причини і передбачають наслідки подій.

Приклади завдань:

1. Що, на Вашу думку, відбувається у такій ситуації:

Американець Паул спитав у свого друга Девіда – студента із Тайваня, чи не може він інвестувати усі свої кошти у фондову біржу. Девід сказав, що йому потрібен час подумати і він повернеться до Паула щойно знайде відповідь. Паулу це не сподобалось, адже він чекав на щойну відповідь.

2. Поясніть ситуацію.

Представники компаній з Великої Британії і Німеччини потрапили у складну ситуацію на переговорах. Представник з Німеччини (Йозеф Франц) сидить прямо і схвилювано, коли представник з Великої Британії (Джеймс Браун) почуває себе дуже спокійно і не показує жодних ознак хвилювання. Йозеф Франц відчуває, що Джеймс Браун не сприймає переговори серйозно. Джеймс відчуває, що Йозеф Франц стає дуже агресивним.

3. Розкрити різницю у жестах різних культур світу.

Так, студенти мають дізнатися, що різні жести мають свої культурні пояснення. Такі жести називаються символами (emblems). Однакові жести можуть бути знайдені у різних культурах, але мати інше

значення. У Північній Америці вказівний палець сполучений з мізинцем означає "ОК"; У Бразилії, це грубий та образливий сексуальний жест; у Японії, це означа гроші.

Студентів можна поділити на невеличкі групи, запропонувавши уявити ситуацію, ніби студента, який перебуває на стажуванні за кордоном, запросили на вечірку до одного з приятелів. Потрібно "програти" таку ситуацію із самого початку: прибуття, привітання, знайомство, жарти, компліменти, подарунки тощо. Групи демонструють по черзі свої варіанти, а потім обговорюють ситуації один одного.

Також можна провести тестові завдання з використанням методики «критичного інциденту» з подальшим поясненням кожної ситуації. Під час вибору правильної відповіді студенти повинні детально описати особливості культури: цінності, норми, звичаї, вірування.

Приклади тестових завдань з використанням методики «критичного інциденту»:

- | | | |
|---|------|-------|
| 1. Avoiding direct eye contact with the person with whom one is speaking is a sign of respect and deference | True | False |
| 2. Hand-holding between same-sex friends is common. | True | False |
| 3. It is important to stand an arm's length away from the person with whom you are speaking. | True | False |

Discussions:

1. In many cultures, avoiding direct eye contact is a way of showing respect and deference. In North America, however, eye contact indicates truthfulness and is a way to show a person is paying attention to the speaker.

2. While many cultures have taboos against members of the opposite sex touching one another, they often accept same-sex touching as merely a sign of friendship without sexual overtones. In some cultures, such as Russia, where members of the opposite sex engage freely in public displays of affection, same-sex hugging and even lip kissing are a perfectly acceptable means of greeting friends.

3. The amount of personal space that feels comfortable between speakers varies from culture to culture. In general, members of high-context cultures prefer less space, while speakers of low-context cultures prefer more. In Arabic, for instance, there is even a saying that encourages speakers to stand close enough to smell each other's breath. In general, speakers from North America, who prefer a greater distance, will continuously try to move away from an Arab speaker.

Також студентам можна запропонувати уявити наступну ситуацію. Після навчання і роботи зібрались студенти разом з представниками іншої країни (наприклад, Великої Британії) для спілкування. Які теми будуть обирати для розмови (надати варіанти, програти)? Як підтримувати бесіду? Як перевести бесіду на іншу тему? Як вийти на деякий час, якщо потрібно?

Ми вважаємо, що ефект від занять з використанням описаних ситуацій буде позитивним, адже це допоможе студентам у подальшій міжкультурній взаємодії.

Перспективним вважається вивчення методів роботи з культурознавчою інформацією у позанавчальній діяльності ВНЗ.

Література

- 1. Касюк А. Я.** Социокультурный аспект и его учет в процессе обучения языкам / А. Я. Касюк // Иностр. яз. в школе. – 1999. - №3. – С. 15 – 19.
- 2. Ломакина О. Е.** Формирования профессиональной компетентности будущего учителя: Дис. канд. пед. наук. – Волгоград, 1998. – 200 с.
- 3. Пассов Е. И.** Коммуникативное иноязычное образование. Концепция развития индивидуальности в диалоге культур / Е. И. Пассов.– Липець : Изд-во Липец. гос. пед. ин-та. 1998. – 199 с.
- 4. Пассов Е. И.** Коммуникативное иноязычное образование (концепция развития индивидуальности в диалоге культур) / Е. И. Пассов. – Липецк, 1998. – 158с.
- 5. Платонов Ю. П.** Этническая психология / Ю. П. Платонов – СПб., 2001. – 319 с.
- 6. Byram M.** Cultural studies in foreign language education / M. Byram // Clevedon, Avon. – 1989. – 160 p.

Єфремова О. І. Особливості педагогічної технології діалогу культур у позанавчальній діяльності студента

Стаття присвячена розгляду поняття педагогічної технології діалогу культур. Робота фокусує увагу на розгляді різних психолого-педагогічних ситуацій та інцидентів, пов'язаних із міжкультурними явищами за кордоном.

Ключові слова: педагогічна технологія, позанавчальна діяльність, діалог культур, психолого-педагогічних ситуації, інциденти.

Єфремова О. И. Особенности педагогической технологии диалога культур во внеучебной деятельности студента

Статья посвящена рассмотрению понятия педагогической технологии диалога культур. Работа акцентирует внимание на рассмотрении различных психолого-педагогических ситуаций и инцидентов, связанных с межкультурными явлениями за границей.

Ключевые слова: педагогическая технология, внеучебная деятельность, диалог культур, психолого-педагогические ситуации, инциденты.

Yefremova O. I. Peculiarities of pedagogical technology of cultures' dialogue during the extracurricular activities

In this article the pedagogical technology of cultures' dialogue during the extracurricular activities is considered. It focuses on consideration of different case studies and critical incidents, connected with the cross-cultural occurrences abroad.

Key words: pedagogical technology, extracurricular activities, dialogue of cultures, case studies, critical incidents.

УДК 811.112.2 373:378

Г. М. Курєнкова

АКТИВІЗАЦІЯ МОВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ

В останні десятиріччя роль та місце іноземної мови суттєво змінилися під впливом загальної тенденції до глобалізації, «...яка є об'єктивною реальністю для все більшої кількості країн та народів. Однією з причин цього процесу є використання міжнародних засобів комунікації для спілкування на різних рівнях і у різних форматах» [1, с.45]. Вивчення ж іноземної мови передбачає перш за все вільне володіння нею, що є беззаперечною умовою фахової компетенції сучасного спеціаліста.

Питанням опанування іноземної мови, засвоєння студентами не лише теоретичних знань з фонетики, лексики, граматики, але й формування практичних (мовних та мовленнєвих) навичок й комунікативних вмінь в тій чи іншій мірі приділяли увагу такі вчені як А. С. Єлізаров, О. І. Зимня, Б. П. Єсіпов, В. С. Красильникова та багато інших. Слід зауважити, що активізація навчання іноземної мови є тою проблемою, яка завжди буде турбувати не лише лінгвістів та філологів, але й також педагогів, психологів та інших вчених, які займаються питаннями мотивації навчання.

Серед методів практичного навчання мовленнєвій діяльності особливо виділені мовленнєві ситуативно-ігрові, а також проблемні й професійно орієнтовані умовно мовленнєві вправи, побудовані на основі навчальних мовленнєвих ситуацій. Також важливим чинником активізації знань студентів можна вважати врахування стосунків, які складаються між студентом та викладачем при навчальній діяльності.

На наш погляд, важливим та таким, що потребує постійної уваги вчених, є зв'язок різних методів активізації резервних можливостей особистості при вивченні іноземної мови та безпосереднього контролю навчальної діяльності студентів з боку викладача. Отже, метою нашого дослідження є аналіз методів активізації при вивченні іноземної мови на прикладі різних навчальних ситуацій та вплив на них контролю викладача.

Найбільш поширені мовленнєві ситуації – ті, що є максимально комунікативними. Будь-яке завдання вони повинні пропонувати так, щоб викликати в кожного студента адекватну й однозначну мовленнєву реакцію, яка відповідала б його особистим якостям - темпераменту, уяві, кмітливості тощо. Щодо рольових, проблемних, професійно орієнтованих

ігор у навчальній діяльності студентів, то, виходячи з відомих положень методу активізації резервних можливостей особистості (метод активізації навчальної діяльності), їх доцільно проводити в режимах: студент – студент, студент – мікрогрупа, мікрогрупа – мікрогрупа.

Найважливішим чинником активізації є, безумовно, контроль навчальної діяльності, що включає зовнішній і внутрішній самоконтроль студента і зовнішній контроль з боку викладача. Засобами зовнішнього контролю є правила, ключі й тести для самоперевірки, які разом з контролем з боку викладача сприяють розвитку внутрішнього довільного контролю студентів. Він формується спочатку в безпосередній (прямій) і повністю керованій аудиторній навчальній діяльності студентів завдяки свідомому виконанню операцій і дій з навчальним матеріалом у мовних вправах. На наступному етапі домашньої самостійної діяльності студентів забезпечується зворотний зв'язок під час виконання мовних вправ, забезпечених ключами, без контролю з боку викладача.

На цьому етапі роботи з лексико-граматичним матеріалом формуються конкретні мовленнєві навички, тому правильність усного мовлення контролює як сам студент на рівні мовних навичок, так і викладач. На етапі формування творчої усно-мовленнєвої діяльності іноземною мовою все більшу роль відіграє внутрішній контроль у вигляді фонетичного, лексичного, граматичного й стилістичного чуття мови.

Спілкування в мікрогрупах дає змогу його учасникам виконувати різні особисто значущі ролі і брати участь у груповому виконанні навчального завдання, висловлювати свою думку, узгоджувати її з думками членів мікрогрупи. Також воно дає можливість розвиватися особистим стосункам його учасників, адже кожен з них виконує різні функції – стимулюючу, регулюючу і оцінно-контролюючу.

Підготовка кожної рольової гри має відбуватися як в аудиторії, так і вдома. В аудиторії така підготовка має передбачати наступні етапи: ознайомлення з рольовою ситуацією, визначення мети, вибір мовного (лексико-граматичного) й мовленнєвого матеріалу, розроблення сценарію гри, розподіл ролей між учасниками гри з урахуванням інтересів, тренування мовних одиниць і граматичних структур в аудиторії. Домашня робота має залучати студентів до читання навчального тексту, додаткового й довідкового матеріалів, накопичення інформації з конкретної рольової ситуації, тренування мовного матеріалу. Завершенням рольової гри має бути певна творча робота – твір, стаття, лист до товариша тощо, а в аудиторії – усне обговорення.

В цій ситуації найактивніше виявляють свою позицію студенти, викладач же або виконує другорядну роль, або спостерігає за учасниками гри, фіксує помилки, підтримує атмосферу побутової комунікації, адже студенти не повинні відчувати остраху помилитися. По завершенні рольової гри викладач відзначає найтипівіші помилки її учасників, оцінює саму гру й навчально-комунікативну діяльність кожного студента, організовує роботу з виправлення помилок. На початковому етапі

навчання лише в кінці курсу студенти досягають самостійної невідповідної і адекватної поведінки в рольовій грі.

Отже, зробивши детальний аналіз окремих моделей педагогічної взаємодії в їх зв'язку з особливостями виявлення самостійності студента, відзначимо, що доцільною є система навчання змішаного характеру.

В ситуації, коли людина не має іншомовної підготовки чи не одержує її в навчальному закладі, виникає потреба в самостійній роботі. Але скеровувати таку роботу повинен викладач. Ця робота «передбачає виконання... цілої низки дій: усвідомлення мети своєї діяльності, прийняття навчального завдання, надання йому особистісного смислу...» [2, с.250].

Організація самостійної роботи передбачає велику мотивацію, організованість, цілеспрямованість і знання своїх психолого-педагогічних можливостей, готовність до численних труднощів. Саме тому самостійну роботу розглядають як вищий рівень навчальної діяльності. Таку думку висловив О. О. Леонтьєв: «Одне з завдань навчального курсу... опанування способів і прийомів самостійної навчально-пізнавальної діяльності з мови» [3, с.20].

Щодо аналізу готовності до такої самостійної роботи можна навести висновки І. О. Зимної, яка відмічає «...несформованість в учнів психічної готовності до самостійної роботи, незнання загальних правил її організації, невміння реалізувати передбачувані нею дії» [2, с. 255].

В такій роботі важливо знати, як враховувати в навчально-виховній діяльності особливості розвитку мотивації роботи над мовою, розвитку здібностей і вольових якостей. Без таких знань важко уявити досягнення високої дієвості виховної роботи, спрямованої на активізацію навчання студентів, які самостійно вивчають мову.

Варто проводити постійно у процесі поточних занять, використовуючи будь-яку сприятливу можливість, відповідні заходи мотиваційного й організаційного.

Звичайно, що основну свою увагу педагог має спрямовувати на активізацію роботи студентів з опанування основних видів мовної діяльності – аудіювання, читання, говоріння, письма, саме тому що мета самостійної роботи зводиться якраз до практичного опанування іншомовною комунікативною діяльністю.

Таким чином, активна навчально-мовленнєва робота як вищий рівень навчальної діяльності при вивченні іноземних мов вимагає від студентів великої мотивації, організованості, готовності до подолання численних труднощів. Саме від викладача залежить рівень такої мотивації. Тому вважається необхідною та перспективною подальша розробка нових підходів та методів навчання, більша конкретизація навчальної роботи студентів із застосуванням сучасних технологій (аудіо, відео, інтернету) на всіх етапах вивчення іноземних мов.

Література

1. Бортничук О. Міжкультурні компоненти у вивченні англійської мови / О. Бортничук, Л. Пастушенко // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка, Іноземна філологія. – 2006. – № 40. – С. 45 – 47. **2. Зимняя И. А.** Педагогическая психология: учебник для вузов / И. А. Зимняя – М.: Логос, 2001. – 384 с. **3. Леонтьев А. А.** Преподавание иностранных языков в школе: мнения о путях перестройки / А. А. Леонтьев // Ин. языки в школе. – 1988. – № 4.– С. 19 – 21.

Куренкова Г. М. Активізація мовної компетенції студентів при вивченні іноземних мов

В практичній навчальній діяльності особливе значення мають мовленнєві ситуативно-ігрові вправи. Спілкування розвиває особисті стосунки. Мовленнєва робота є вищим рівнем навчальної діяльності.

Ключові слова: професійна компетенція, мовленнєві вправи, виконання навчального завдання.

Куренкова Г. Н. Активизация языковой компетенции студентов при изучении иностранных языков

В учебной деятельности особое значение имеют речевые ситуативно-игровые упражнения. Активную учебно-речевую работу можно рассматривать как высший уровень учебной деятельности.

Ключевые слова: профессиональная компетенция, речевые упражнения, выполнение учебного задания.

Kurenkova G. N. Activation of the students speech competence when they learn foreign languages

Speech exercises in the form of playing, based on the training speech situations play an important role in the practical academic work. Active speech training work can be considered in the process of learning foreign language as the highest level of the educational activities.

Key words: professional competence, speech exercises, practical academic work.

УДК 811.111=0381'255.4:81'253+371/134

З. Ф. Підручна

**ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ
РОЗМОВНОЇ МОВИ: ПОДОЛАННЯ ТРУДНОЩІВ ЇХНЬОГО
СПРИЙНЯТТЯ НА СЛУХ**

У країнах Європи з початку 90-их років спостерігаються нові тенденції щодо навчання іноземних мов, значна увага звертається на розробку підходів, методик й умов використання сучасних технологій. Тому проблема навчання аудіювання та відтворення прослуханого, що є частиною загального питання розвитку мови, досить актуальна. Щоби познайомити студентів з іноземною мовою в природних ситуаціях спілкування, розглядаємо розмовну англійську мову, яка є економною, ситуативною та експресивною. На даному етапі розглянемо лінгвістичні особливості англійської розмовної мови на граматичному та лексичному рівнях і виявимо труднощі їхнього сприйняття на слух.

Питанням навчання аудіювання як одного з видів комунікативної діяльності та розроблення різних видів мовленнєвих вправ для навчання аудіювання займалось багато методистів, серед них: І. Арнольд [1], Г. Вейхман [2], А. Гордєєва [3], І. Гез, М. Ляховицький, А. Миролубов [4], Н. Скляренко [5] й ін. Вони відзначають, зокрема, що труднощі аудіювання можуть бути пов'язані з умовами пред'явлення, мовленнєвою формою і смисловим змістом повідомлення, з джерелами інформації.

Незважаючи на значні теоретичні доробки з цих проблем, ще не виявлені основні лінгвістичні особливості англійської розмовної мови на граматичному і лексичному рівнях та не визначені методичні прийоми, направлені на подолання труднощів сприймання англійської розмовної мови на слух, тому піднята нами проблема є актуальною і потребує свого розв'язання в сучасних умовах.

Мета статті – проаналізувати основні лінгвістичні особливості англійської розмовної мови на граматичному і лексичному рівнях та виявити труднощі їхнього сприймання на слух. Визначити методичні прийоми, спрямовані на їх подолання і формування на цій основі вмій і навиків, здатних успішно функціонувати в природних умовах.

Диференціація граматичних засобів, як відзначають дослідники [2], меншою мірою проявляється в області морфології. Проте, ряд явищ морфологічної структури характерні лише для розмовної мови. Стилистичне забарвлення мови на морфологічному рівні створюється частотою та особливостями вживання загальномовних морфологічних засобів. Наприклад, широке вживання займенників є в цілому спільним для всіх різновидностей сучасної англійської мови, але деякі випадки їхнього використання специфічні лише для розмовної. Так, характерною

особливістю діалогічного мовлення є чітка тенденція до ліквідації відмінкової диференціації в системі особових займенників. Це проявляється в заміні відмінкових форм займенників в називному відмінку відповідними формами об'єктного відмінка. Дуже часто в цій функції вживається форма *me* замість *I*:

No, don't go. *Me and Cokane* will be back in no time to see you home. /B. Shan/

Проте, заміна називного відмінка об'єктним характерна і для решти займенників, наприклад: *That must be him.* / W. Faulkner /

І навпаки, називний відмінок деколи вживається там, де раніше використано-вувався об'єктний, наприклад: *It's a wonderful moment for my husband and I.*

Руйнування формальної відмінності між називним і об'єктним відмінками особливо помітне при аналізі вживання питально-відносного займенника *who*. В цьому випадку форма об'єктного відмінка замінюється називним: *Who do you want to speak to?*

Специфіка англійської розмовної мови яскраво проявляється при аналізі вживання часових дієслівних форм. Дані сучасних лінгвістичних досліджень свідчать про те, що додаткове значення часових форм дієслів надає висловлюванню відтінок суб'єктивності, від чого мова стає динамічною та емоційною. Значення вищо-часових форм дієслова можуть звужуватися або розширюватися, що призводить до нейтралізації їхнього основного значення, появи ознак, не характерних для значення: *Mrs Bennet: Lizzy is not a bit better than the others, but you are always giving her the preference.* /J. Austen/.

При вираженні запланованої дії, що відноситься до недалекого майбутнього, форма Present Continuous витісняє форму Present Indefinite: *I'm meeting Jannet later this evening. We are having a meeting at ten o'clock about the tennis club dance in August.* /Situational Dialogues/.

Форми Continuous поширилися і на зразки мовного етикету. Замість виразу *See you soon* тепер кажуть *I shall be seeing you*. Останнє в розмовному стилі скоротилось до *Shall be seeing you; Be seeing you*. Вживаються також *I shall be going. I shall be getting along* і мовні зразки з ускладненням подібних дієслів модальним дієсловом *must* та його еквівалентом *have to*.

Специфічною особливістю граматичного рівня англійської розумової мови є стягнення її морфологічних структур як наслідок бажання співрозмовників передати максимум інформації за мінімальний період часу. В мовному потоці несвідомо випускаються ті елементи, які не мають суттєвого значення для комунікації в даний момент протікання мовного акту. Ця особливість є вираженням принципу економії. Широке використання скорочених форм службових слів можна назвати визначальною рисою морфології англійської розмовної мови. Їхнє утворення та вживання супроводжується збільшенням омонімів, що ускладнює сприйняття на слух. Так, форми *he'd, he's* можуть відповідати

he would і he had; he is і he has і т.д.

Розпізнавання службових слів на слух ускладнюється ще й тим, що багато з них можуть бути самостійними (наприклад, дієслова to be, to have), а в ролі службових слів вони мають різні значення (to be може бути і модальним дієсловом, і дієсловом-зв'язкою, і допоміжним дієсловом, що служить для утворення тривалих часів і пасивної форми).

Одиниці морфологічного рівня, спільні для обох різновидностей англійської мови, наявні в розмовній мові в дещо відмінній від літературно-книжного стилю якості. Це пов'язано з певними особливостями синтаксичного сполучення в англійській розмовній мові. Саме в синтаксисі найяскравіше проявляються її граматичні особливості. Специфіку синтаксису визначає, в першу чергу, діалогічна форма спілкування, безпосередність, невимушеність і спонтанність протікання розмови. До особливостей англійської розмовної мови на рівні синтаксису можна віднести переважне використання простих речень. Це пояснюється короткочасністю протікання розмови, бажанням співрозмовників виразити найбільшу кількість повідомлень за порівняно короткий проміжок часу.

Дослідники синтаксису підтверджують, що до розмовної мови входять структурно розгорнуті і скорочені висловлювання, поєднання імпліцитного з експліцитним [5, с. 230]. Імпліцитність в розмовній мові пов'язана зі спрощенням структури висловлювання, упуцненням деяких його елементів, з передачею значного об'єму інформації при мінімальній затраті мовних засобів. Експліцитність мови призводить до ускладнення її структури – надмірності морфеміки, лексики, синтаксичних засобів.

Проведений аналіз лінгвістичних особливостей англійської розумової мови на лексичному рівні свідчить про те, що вони досить суттєві. Без їхнього засвоєння та систематичного вивчення студенти не можуть успішно аудіювати іноземну мову. В зв'язку з цим необхідно розробити цілеспрямовані методичні прийоми, що забезпечують подолання труднощів англійської розмовної мови при сприйнятті на слух.

Методична система організації навчального процесу включає в себе такі компоненти: етапи становлення вмінь аудіювання (послідовність формування навиків аудіювання розмовної мови), форми занять, відповідні їм джерела інформації та серії вправ із вироблення вмінь аудіювання англійської розмовної мови. Отже, процес навчання аудіювання реалізується в певній системі занять, на яких студенти виконують різні вправи. Під системою вправ розуміємо організацію взаємопов'язаних навчальних дій, розташованих відповідно наростанню труднощів сприйняття і розуміння на слух англійської мови.

Питання класифікації вправ для навчання іншомовної діяльності завжди знаходились в центрі уваги методистів. Великий вклад у вирішення цієї проблеми внесли роботи Н. Гез, М. Ляховицького, А. Миролубова [4], а також розробки іноземних вчених, таких як Рік

Розенберг, Раймонд Райбе та Нурія Вайдал [7; 8]. Ті вправи, які направлені на формування навиків користування окремими мовними одиницями, були названі підготовчими, а вправи по використанню в мові всіх знань, умінь і навичок – мовленнєвими. Саме підготовчі вправи спрямовані на ознайомлення з лінгвістичними особливостями та труднощами аудіювання розмовної мови і на формування навиків її сприйняття на слух. Оволодіння вмінням аудіювання позитивно впливає на такі мовні характеристики студентів: набуття свободи сприйняття і розуміння на слух нової іноземної інформації; підвищення експресивності їхньої мови, яка стає більш стилістично забарвленою, виразнішою і природною.

Таким чином, досліджено лінгвістичні особливості англійської розмовної мови на граматичному та лексичному рівнях, встановлено труднощі їхнього сприйняття на слух. Визначена методична система для вироблення навиків і умінь аудіювання, як одного з видів мовленнєвої діяльності, що є основою для практичного оволодіння іноземною мовою. Значні зусилля необхідно направити на наукове обґрунтування принципів відбору мовленнєвого матеріалу для вироблення ціленаправленої системи вправ, спрямованих на подолання труднощів аудіювання з метою успішного розуміння іноземної мови на слух. Усебічний розгляд умов реалізації цього складного процесу і є перспективою подальших розвідок у даному напрямку.

Література

- 1. Арнольд И. В.** Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд. – Л. : Просвещение, 1981. – 295 с.
- 2. Вейхман Г. А.** Некоторые новые и менее известные явления английской грамматики (Морфология) / Г. А. Вейхман // Иностр. яз. в школе. – 1983. – №2. – С. 11 – 17.
- 3. Гордеева А. Й.** Навчання аудіювання англійськомовних автентичних текстів в умовах лінгафонно-акустичної лабораторії / А. Й. Гордеева // Іноземні мови: Науково-методичний журнал. – 2007. – №2. – С. 62 – 65.
- 4. Гез Н. И.** Методика обучения иностранным языкам в средней школе: Учебник / Н. И. Гез, М. В. Ляховицкий, А. А. Миролюбов. – М. : Высш. Школа, 1982. – 373 с.
- 5. Рослякова Е. Ф.** Лингвистическая характеристика некоторых особенностей синтаксиса английской разговорной речи / Е. Ф. Рослякова // В кн.: Вопросы обучения иностранным языкам в школе и в вузе. – М. : Высш. Школа, 1975. – С. 229 – 245.
- 6. Складенко Н. К.** Як навчати сьогодні іноземних мов / Н. К. Складенко // Іноземні мови. – 1995. – №1. – С. 5 – 8.
- 7. Rosenberg R.** Writing for Reason: Techniques for teaching writing for real purposes / R. Rosenberg. – Kyiv : America House Seminar, 1997. – 25 p.
- 8. R. Ramon.** Project Work. Step by Step./ R. Ribe, N. Vidal // Handbooks for the English Classroom. Heinemann International. – 1993. – 94 p.

Підручна З. Ф. Лінгвістичні особливості англійської розмовної мови: подолання труднощів їхнього сприйняття на слух

У статті проаналізовано лінгвістичні особливості англійської розмовної мови на граматичному та лексичному рівнях. Виявлено труднощі їхнього сприйняття на слух та визначені методичні прийоми, спрямовані на успішне розуміння англійської розмовної мови.

Ключові слова: лінгвістичні особливості, англійська розмовна мова, аудіювання, усне мовлення, функціональний відбір мовного матеріалу, мовленнєва діяльність.

Пидручна З. Ф. Лингвистические особенности английской разговорной речи: преодоление трудности их восприятия на слух

В статье проанализированы лингвистические особенности английской разговорной речи на грамматическом и лексическом уровнях. Выявлены трудности их восприятия на слух, определены методические приемы, направленные на успешное понимание английской разговорной речи.

Ключевые слова: лингвистические особенности, английский разговорный язык, аудирование, устная речь, функциональный отбор речевого материала, речевая деятельность.

Pidruchna Z. F. Linguistic peculiarities of conversational English: overcoming the difficulties of its auditory perception

Linguistic peculiarities of conversational English on the grammatical and lexical levels are analyzed here. The difficulties they entail and elaboration of the teaching audition methods including a system of exercises are determined in the article.

Key words: linguistic peculiarities, conversational English, audition, oral speech, functional selection of speech material, linguistic activity.

Відомості про авторів

Євдокименко Олена Олександрівна – викладач кафедри теорії та практики перекладу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Єфремова Оксана Ігорівна – викладач кафедри теорії та практики перекладу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Гльїнська Альона Ігорівна – магістрантка кафедри теорії та практики перекладу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Кійко Світлана Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германського, загального і порівняльного мовознавства Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Кійко Юрій Євгенович – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германського, загального і порівняльного мовознавства Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Коротка Світлана Григорівна – викладач кафедри іноземних мов Київського національного університету будівництва та архітектури.

Косенко Анна Володимирівна – аспірант кафедри англійської мови та літератури Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Кравченко Наталія Кимівна – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української та іноземних мов Державної академії житлово-комунального господарства.

Купінська Тетяна Олександрівна – викладач кафедри теорії та практики перекладу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Куренкова Галина Миколаївна – викладач кафедри іноземних мов Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля.

Леймонченко Ганна Олегівна – аспірант кафедри загального мовознавства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Матвєєва Світлана Анатоліївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Моїсєнко Олена Юріївна – кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри англійської філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Нагнибіда Любов Сергіївна – старший викладач Хмельницького національного університету.

Олійник Тетяна Сергіївна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри теорії і практики перекладу Тернопільського національного педагогічного університету імені В. Гнатюка.

Осовська Ірина Миколаївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германського, загального та порівняльного мовознавства Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Підручна Зінаїда Федорівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри гуманітарних дисциплін Чортківського інституту підприємств і бізнесу ТНЕУ.

Пімуc Євгенія Олександрівна – магістрантка кафедри теорії та практики перекладу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Попова Катерина Сергіївна – магістрантка кафедри теорії та практики перекладу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.

Рева Наталія Сергіївна – аспірант кафедри теорії та практики перекладу Сумського державного університету.

Савчук Крістіна Юрїївна – аспірант, асистент кафедри англійської мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Садовник-Чучвага Надія Василівна – асистент кафедри англійської мови, аспірант кафедри германського, загального і порівняльного мовознавства факультету іноземних мов Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Семенюк Антонїна Афанасїївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови Волинського національного університету ім. Лесі Українки.

Ситникова Олена Володимирівна – кандидат філологічних наук, доцент, докторант кафедри російської мови Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Слащук Алла Андрїївна – аспірантка спеціальності 10.02.04 „Германські мови” Волинського національного університету ім. Лесі Українки.

Суродейкіна Тетяна Валерїївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Тімоніна Анна Юріївна – аспірант, асистент кафедри англійської філології Маріупольського державного університету.

Фатєєва Наталія Володимирівна – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри мовної підготовки іноземних громадян Луганського національного аграрного університету.

Федірчик Інна Ярославівна – кафедра теорії і практики перекладу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Хникіна Оксана Олександрівна – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов природничо-математичних спеціальностей Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Шелудченко Світлана Богданівна – старший викладач кафедри практики англійської мови Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Шумейко Ольга Володимирівна – аспірант кафедри англійської мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Наукове видання

ВІСНИК
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(філологічні науки)

Відповідальний за випуск:
Зайцева І. П.

Коректор: **Кулікова А. Є.**

Здано до склад. 27.04.2010 р. Підп. до друку 27.05.2010 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсет. Гарнітура Times New Roman.
Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 20,69. Наклад 200 прим. Зам. № 99.

Видавець і виготовлювач
Видавництво Державного закладу
«Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
вул. Оборонна, 2, м. Луганськ, 91011. Тел./факс: (0642) 58-03-20.
e-mail: alma-mater@list.ru
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3459 від 09.04.2009 р.