

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КІРОВОГРАДСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА

НАУКОВІ ЗАПИСКИ

Серія:
Філологічні науки
(мовознавство)

Випуск 73

Частина 2

Кіровоград – 2007

ББК 83.34 УКР 6
Н 34

Наукові записки. – Випуск 73. – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2007. – Ч. 2. – 265 с.

ISBN 966-8089-24-3

До наукових записок увійшли статті, присвячені дослідженню актуальних питань різних галузей сучасного мовознавства – граматики, дериватології, ономастики, когнітивної літвістики, лінгвістики тексту, перекладу та ін.

Збірник розрахований на наукових працівників, викладачів, студентів філологічних факультетів, а також учителів-словесників.

Друкується за ухвалою вченої ради Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка
(протокол № 10 від 7.05.2007 року).

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1. Василь Ожоган | – доктор філологічних наук, професор
(відповідальний редактор). |
| 2. Григорій Клочек | – доктор філологічних наук, професор. |
| 3. Болеслав Кучинський | – кандидат філологічних наук, професор. |
| 4. Василь Лучик | – доктор філологічних наук, професор. |
| 5. Володимир Манакін | – доктор філологічних наук, професор. |
| 6. Василь Марко | – доктор філологічних наук, професор. |
| 7. Володимир Панченко | – доктор філологічних наук, професор. |
| 8. Валентина Паращук | – кандидат філологічних наук, професор. |
| 9. Олег Поляруш | – доктор філологічних наук, професор. |
| 10. Олена Семенець | – доктор філологічних наук, доцент. |
| 11. Олег Семенюк | – доктор філологічних наук, професор. |
| 12. Інна Демешко | – кандидат філологічних наук, доцент
(відповідальний секретар). |

ISBN 966-8089-24-3

© Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, 2007

РОЗДІЛ VII. КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ ЯВИЩ

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРУВАННЯ ЛЕКСИКО- СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ ДОБРО В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Надія ІВАНЕНКО (Кіровоград)

У статті аналізуються семантичні та структурні особливості лексико-семантичного поля *good/добро* в англійській мові, а саме його ядро. Використовується компонентний аналіз, метод семантичних опозицій з метою розгляду системності і взаємозв'язку лексичних одиниць поля.

The article analyzes lingual and structural representation of the lexical-semantic field *good* in English, in particular its nucleus. The componential analysis and the method of the semantic oppositions are used to investigate the interrelation of the lexemes in the field.

Вивченню питань взаємозв'язку мови і суспільства, мови і культури, мови та особистості присвячено велику кількість досліджень (В.Н. Комісаров, С.Є. Нікітіна, З.Д. Попова, М.А. Собуцький, І.А. Стернін, Н.С. Трубецької). Проблема розробки цих питань залишається актуальною в межах когнітивної парадигми на сучасному етапі розвитку лінгвістики. Досліджується взаємодія культури та мовної свідомості, здійснюється аналіз ключових понять мови і культури. Зіставний аналіз мовних явищ набуває особливої актуальності, оскільки міжмовні та міжкультурні контакти стають інтенсивнішими та більш масовими.

Загальнооцінне поняття добро має універсальний характер, оскільки є основним началом буття. Проте, поняття добро залежить і від індивідуальних людських цінностей, тому може бути позначене лінгвокультурним змістом. Когнітивні дослідження семантики мовних одиниць лексико-семантичного поля *good/добро* дають можливість розширити розуміння про його природу, визначити його місце у фрагменті картини світу, пов'язаному з системою людських цінностей. Когнітивний підхід до тлумачення семантичної структури оцінних мовних одиниць поля розкриває оцінку семантику його елементів, відображає культурно-історичний досвід, зафіксований у лексиці.

Отже, метою пропонованої статті є встановлення лексико-семантичної репрезентації поля *good/добро* в англійській мові, лінгвокогнітивний аналіз мовних засобів вираження ядра зазначеного поля.

Матеріал дослідження склали вибірки лексичних одиниць з тлумачних словників англійської мови, які містять загальнооцінний компонент 'добро',

віддзеркалюють уявлення носіїв мови про це поняття та його культурно-національну специфіку.

У досліджуваному матеріалі ядро поля представлене одиницями, об'єднаними навколо лексем, які входять до семного складу ядерної одиниці **добро**. Вона тлумачиться через ці лексичні одиниці, а, отже, між ними існують безпосередні семантичні зв'язки. Як свідчать результати дослідження 30 лексем (253 семи) мікрополя *benefit* складають ядро лексико-семантичного поля *good/добро*, аналіз якого і проводиться у поданій статті. Системний підхід до вивчення семантики лексичних одиниць поля базується на положенні, згідно якого досліджувані одиниці встановлюють тісні відношення між собою та з іншими одиницями, на основі чого відбувається їх аналіз одне через одне.

Ядерною лексемою лексико-семантичного поля *good/добро* у досліджуваному матеріалі виступає лексична одиниця **good** (n), яка маніфестує значення усього позитивного по своїй природі або корисного в результаті виконання дії: *A prayer meeting on Sunday evening has become a power for good in the College* (W. Tyler). Вона утворює парадигматичні зв'язки з мовними одиницями як ядра, так і периферійної зони різних мікрополів досліджуваної концептосфери. За електронним словником англійської мови ядерна одиниця **good** має такі дефініції: 1) *whatever is good in itself, or beneficial in effect (me, що є позитивним саме по собі або корисним у результаті)*; 2) *the well-being, profit, or benefit (благо, користь, добра справа, благодіяння, милість, перевага)* 3) *a good quality, virtue, grace (позитивна якість, добродієність, чеснота, моральність, перевага, прихильність)* 4) *a good action (добра справа)*. До ядра лексико-семантичного поля *good/добро* в англійській мові належать одиниці, що репрезентують поняття доброї справи або дії, блага, добродієності, моральності і всього позитивного. Вони об'єднуються у мікрополе, ядерна одиниця **benefit** якого входить до семного складу лексичної одиниці **good** (n). Одиниці навколоядерної зони пов'язані з нею опосередкованими зв'язками і виступають складниками семної структури лексем ядра, тобто мікрополя *benefit*.

В опозиції з ядерною одиницею **benefit** окресленого мікрополя лексема **profit** виступає гіпонімом, відбиваючи семантику вигоди, переваги, досягнення добра. Проте лексема **benefit** здатна позначати благодіяння, добру справу, те, що сприяє добробуту, процвітання, є благом. Напр.: *No voice is louder than that of business in affirming the benefits of political democracy* (Webster's, I, 204). Ця лексема тлумачить також поняття корисної допомоги. У цьому значенні близька до неї лексична одиниця **profitable**, яка семами *'helpful'*, *'useful'* позначає ознаку того, хто готовий допомогти, бути корисним.

Пошук абсолютного добра розкриває ідею досконалості Всесвіту. Поняття добра у свідомості англійського народу пов'язане з намаганнями

зрозуміти світ, побачити в ньому інших, відповісти їм моральними вчинками і чеснотами. Це неметафізичне розуміння ідеї трансцендентності, вищості, до якої часто звертаються філософи у поясненнях поняття добра. Тлумачення добра як вищої реальності означає, що „доброчесність, моральність – це спроба відкрити завісу власній свідомості і злитися зі світом, яким він є насправді” [1, 93]. Емпіричним фактом про людську природу є те, що така спроба не завжди може бути успішною. Отже, добро для англійців – це не просто позитивні дії та вчинки, а спроба досягти віддаленої вищої довершеності, джерела чистої енергії, джерела чогось нового, незнаної якості. У цьому ракурсі поведінка людини, її діяння набувають позитивної спрямованості.

Добро – це одна з найважливіших цінностей, а дії кваліфікуються як добрі чи злі залежно від того, чи мають вони благо своєю векторною величиною. На семантичному рівні лексична одиниця **good** (n) у значенні доброчесності, моральності, позитивної якості виступає гіперонімом у привативній опозиції з лексемою **virtue**. У семантиці останньої реалізується поняття чесноти, блага, доброчесності, моральної чистоти, благодійності властивості. Напр.: *Virtue is its own reward* (Webster’s, III, 2556). Таке поняття відповідає стандартам правильності, найвищого добра, моральних цінностей. Вони не виникають на тлі простої безневинності, а досягаються благодійними діями. Отже, „потрібно „надати форми”, певної гармонії і завершеності своєму життю” [3, 45]. Лише людині притаманно раціонально мислити і діяти, а добро – це „те, в чому реалізується раціональність у відповідності з моральними чеснотами” [2, 138].

Одиниці **virtue** та **excellence** є взаємними визначниками і в системі англійської мови функціонують як лексичні синоніми, репрезентуючи спільне уявлення про вищість, моральність, благо. Останнє є мудрістю, що ґрунтується на знанні добра і змушує діяти у відповідності з ним. Недарма у тлумаченні лексеми **virtue** міститься одиниця **wisdom**, у семантиці якої відображено уявлення про накопичені знання, досвід, здоровий глузд. Життєва мудрість допомагає визначити, зорієнтуватись, що для людини є добром і процвітанням. Напр.: *Wisdom grows out of the temper and heart of a man as well as out of his intellect* (Webster’s, III, 2624).

Ядерна одиниця **good** (n) об’єднана в еквіполентну опозицію інтегративними семами ‘*virtue*’, ‘*advantage*’, ‘*profit*’, ‘*benefit*’ з лексемою **goodness**, яка розкриває значення доброї справи, благодіяння, користі, переваги. Пор. їхнє вжив. у реченнях: *The Colonel laughed all the more. He was going to get all the good out of this* (W. Howells). *A matter which .should be great commodity and goodness to the opener and detector of the same* (E. Robinson).

Доброта людини визначається її високою моральністю, достойністю, доброчесністю, моральними чеснотами. На лексичному рівні це підтверджується тим, що одиниця **goodness** вступає у привативні опозиції з

лексемами **virtue** та **excellence** і виконує роль гіпоніма. Пор. їхнє ужив.: *Gifts of the intellect and imagination do not constitute moral goodness.* (J. Mozley). *The brightest examples have arisen of intellectual and moral excellence* (N. Arnott). Лексична одиниця **goodness** референціює також поняття щедрості, добротності, благодіяння. У системі мови вона утворює привативну опозицію з лексемою **charity**, де їй належить місце гіпероніма. Напр.: *I am one who requires to be treated with kindness and charity* (B. Lane). Еквіполентні опозиції лексеми **goodness** з одиницями **kindness** та **generosity** засвідчують їх синонімічні зв'язки та розкривають спільне семантичне значення милосердя, великодушності. Пор. ужив. лексем **goodness** та **kindness**.: *The indulgence, he said, was grossly abused:..his Majesty would soon have reason to repent his goodness* (Th. Macaulay). *Kindness does not consist in gifts, but in gentleness and generosity of spirit* (S. Smiles). Зазначені лексеми є також взаємними визначниками з елементами **benefit, benefaction**.

Мовна одиниця **good** (adj.) утворює привативну опозицію з лексемами **goodness, virtuous, worthy, sound**. Напр.: *A man may be counted a virtuous man, though he has made many slips in his life* (Bible, Translated Preface). *All the most passionate Graces used in this most worthy manner of singing* (J. Playford). Сема 'good' виступає інтегративною в еквіполентних опозиціях вище перелічених лексичних одиниць. Перші дві, крім згадуваної, мають ще одну спільну сему 'virtue'. Вона виступає інтегративною і в еквіполентних опозиціях лексеми **excellence** з одиницям **good** (n) та **virtuous**.

Одинці **good** (adj.) та **goodly** об'єднуються в еквіполентну опозицію інтегративними семантичними компонентами 'kind', 'gracious', 'proper', 'excellent', позначаючи такі риси характеру, як доброзичливість, пристойність, моральну досконалість. Важливо зазначити, що людина не може бути абсолютно доброю чи повністю злою. Називаючи її доброю, мається на увазі, що у неї більше позитивних рис характеру і благих намірів. Напр.: *Particular virtues, whether they are natural virtues or virtues of imitation, do not make the being good* (J. Mozley). *How goodly seems it, ever to employ Man's social days in union and in joy?* (A. Pope). Названі лексеми утворюють опозицію привативності з лексемами **kind** та **gracious**, яким тут належить місце гіперонімів. Диференційними семами 'good-looking', 'fair', 'handsome' лексема **goodly** референціює значення красивої зовнішності, миловидності, гарних пропорцій: *The next goodliest part of the college buildings, – the hall* (J. Ruskin).

Добрі наміри визначають позитивне значення дії. Така дія, виконана на основі добрих, благих намірів, уже сама по собі повинна розглядатись як добро. Так, лексема **to good** кваліфікує дії, вчинки, спрямовані на покращення, удосконалення самої людини та об'єктів навколишньої дійсності: *The end of divine reading is to good our knowledge* (A. Henshaw). Названа лексична одиниця семами 'to do good', 'to benefit' розкриває

значення дії творити добро, приносити користь: *God is readier to love than to hate and to good than to avenge* (J. Man).

Чотири одиниці зазначеного мікрополя **kindness**, **charity**, **generosity**, **benevolence** відбивають спільну семантику доброти, благодійності, щедрості, добрих намірів. Окрім спільних сем 'goodness', 'affection', вони є взаємними визначниками і виступають синонімами на лексичному рівні. Пор. ужив. одиниць **charity** та **benevolence** у таких реченнях: *We all want a little charity shown us sometimes* (T. Hood). *The poor and dependent.. exercise our active benevolence* (J. Mozley).

Зазначені елементи все ж відрізняються своєю семантикою, що виявляється у розбіжностях їхніх меліоративних значень. Так, на фоні спільної для зазначених одиниць семантики доброти, милосердя, щедрості, у лексеми **kindness** висвічується квант зі вказівкою на ніжні почуття, захоплення, прив'язаність, любов. Останнє відбивають її лексичні семи, що входять і до внутрішнього складу одиниць **love**, **affection**, **tenderness**, **fondness** мікрополя *love*, з якими вона утворює привативні опозиції, виконуючи в них функцію гіпоніма. Напр.: *A lady from whom he had once entertained a sneaking kindness* (W. Irving).

Благодійна діяльність, великодушність, добродійність породжують чуйність, співчуття, любов до ближнього, що спостерігається у значеннях одиниці **charity**: *Charity – the only thing that we can give away without losing it* (H. Smith). Лексична одиниця **generosity** характеризується дещо іншим меліоративним значенням, яке семами 'spirit', 'nobility' вказує на щедрість, благородство, велич душі: *Generosity is never a characteristic of political party warfare* (Sir T. Martin).

Останній із синонімів **benevolence** відрізняється поняттям добросердечності, людинолюбства, підтримки, пожертви, про що свідчить його сема 'support', яка виявляється інтегративною в еквіполентних опозиціях з периферійними одиницями **countenance** і **to support**. Ще одна з периферійних лексем **support** у значенні підтримки виконує роль гіпероніма у привативній опозиції з одиницею **benevolence**. Напр.: *The City of London gave first a great benevolence* (H. Milman). Остання об'єднана у привативну опозицію з одиницею **beneficence**, що, у свою чергу, співвідноситься з центральним словом **kindness** окресленого мікрополя, через яке і подається її семантика у тлумачному словнику англійської мови. Напр.: *It is an institution of beneficence; and law itself is only beneficence acting by a rule* (R. Burke).

Взаємне тлумачення лексем **beneficence** та **benefaction** у словникових дефініціях відображає їх здатність вступати у синонімічні відношення в системі англійської мови. Розкриваючи спільне поняття благодіяння, милості, вони утворюють еквіполентну опозицію, розрізняючись диференційними семами 'benevolence', 'kindness' (одиниця **beneficence**) та 'benefit', 'blessing', 'kindly', 'action' (лексема **benefaction**). Між лексичними

одинацями **benefaction** та **kindness** утворюється привативна опозиція, де перша з них виконує гіперонімічну функцію. У привативній опозиції **charity** – **beneficence** остання виступає гіперонімом. Напр.: *All that the political economist insists upon is that **charity** shall be really **charity**, and shall not injure those whom it is intended to aid* (W. Jevons).

Значення милосердя, співчуття, терпимості, прощення, а також поблажливого, милостивого ставлення супроводжують дві мовні одиниці досліджуваного мікрополя **clemency** та **mercy**, які об'єднані в еквіполентну опозицію і на лексичному рівні виступають синонімами. Пор. їхнє ужив.: ***Clemency** is an act of judgment, but pity disturbs the judgment* (W. Lecky). *His appeal against the death sentence is rejected. The request for **mercy** likewise* (B. Breitenbach).

Лексичні одиниці **generosity** та **munificence** теж виступають складниками опозиційної пари тотожності, відбиваючи спільне уявлення щедрості. Слід зазначити, що остання характеризується надзвичайною щедрістю, на що вказує її семантичний компонент 'generosity'. Тож вони є складниками формул тлумачення одна одної і в системі мови виступають синонімами. Напр.: *She bestowed upon him a smile which was obviously intended as a gift of some **munificence*** (P. Carey). Лексема **generosity** виявляє семантичну близькість з одиницею **excellence**, на що вказує привативна опозиція з нею, де остання виконує гіперонімічну функцію.

Самовизначення особистості, її творчі дії, відкриття в собі божественної природи, тобто унікальних здібностей і нових горизонтів за рутинною повсякденністю – в цьому і полягає ідея добра. Творча діяльність людини, яка прирівнює її до Бога, здатна вичленити благо навіть із її земного життя і звичних справ. Отже людей робить щасливими набуття божественності, наближення до Бога, а Бог і є добро.

Периферійна одиниця **excellent** досліджуваного мікрополя маніфестує значення неперевершеності, благородства, вищості позитивних якостей: *To consider which, upon the whole, is more **excellent** than the other two* (H. Three). Її семантичний компонент 'honourable' виступає інтегративним в еквіполентних опозиціях з лексемами **good** (adj.) та **worthy**, вказуючи на ознаку величчя, виключності, доброї репутації. Напр.: *God sent.. his Son, more **excellent** than the excellentest mere creature* (H. Gouge). *A man's right or interest in his **good**-name* (J. Austin). У привативній опозиції з одиницею **goodly** згадувана лексична одиниця **excellent** виступає гіперонімом, розкриваючи значення ознаки – відмінний, чудовий, гарної якості.

Семантичний аналіз мовних одиниць ядерного мікрополя *benefit* доводить їх складну систему, у якій вони пов'язані парадигматичними відношеннями. Зв'язки лексичних одиниць представлені в парадигматичних опозиціях лексем як зазначеного мікрополя, так і з елементами навколоядерної та периферійної зони. Це підкреслює системність як одну із основних ознак лексико-семантичного поля *good/добро* в англійській мові.

Найактивнішим виявився семантичний компонент *'good'* (*adj.*) (зустрічається у 35% лексем). Семантично активними виступають також семи *'good'*(*n*) та *'benefit'*, які поєднують мовні одиниці зазначеного мікрополя різними видами парадигматичних зв'язків. Особливістю мікрополя є велика кількість еквіполентних опозицій, а, отже, висока синонімічність. Так, до одного синонімічного ряду входять лексеми **goodness – kindness – generosity**. Синонімічні пари утворюють також **virtue – excellence, beneficence – benefaction, clemency – mercy, generosity – munificence**.

Проведене дослідження не є вичерпним. Перспективним напрямком дослідження лексико-семантичного поля *good/добро* вбачається вивчення мовних засобів вираження поняття на рівні фразеологічних одиниць як у зіставному аспекті, так і на матеріалі однієї мови, дослідження цього поля в діяхронії, а також аналіз мовного вираження лексико-семантичного поля *good/добро* у художніх творах української та англійської літератур.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Murdoch I. *The Sovereignty of Good*. – London: Routledge and Kegan Paul, 1970. – 106 p.
2. Young Ch. *Virtue and Flourishing in Aristotle's Ethics // The Greeks and the Good Life* / ed. by David J. Depew. – Fullerton: California State University, 1980. – P. 138 – 156.
3. White J. *The Aims of Education Restarted*. – London: Routledge and Kegan Paul, 1982. – 177 p.
4. *The Oxford English Dictionary*. – Oxford: Clarendon Press, 1961. – Vol. 1 – 12.
5. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* / ed. A. S. Hornby. – Vol. I, II. – Oxford: Oxford University Press, 1982. – 509 p. – 527 p.
6. *Oxford English Dictionary Online*. 2nd edition. 1989 / ed. J. Simpson and E. Weiner, Additions 1993 – 97 / ed. J. Simpson and E. Weiner; M. Proffitt), and 3rd edition, 2000 – 2004 / ed. J. Simpson. *OED Online*. – Oxford: Oxford University Press. – <<http://dictionary.oed.com>>
7. *Webster's Third New International Dictionary of the English Language*. Unabridged. – Vol. I, II, III. – Chicago, London: Encyclopedia Britannica. – 1976. – 1016 p. – 1993 p. – 3136 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Надія Іваненко – викладач кафедри практики германських мов КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: когнітивна лінгвістика, лексична семантика.

КОНЦЕПТ “ДОЛЯ” У НАЦІОНАЛЬНО-МОВНИХ КАРТИНАХ СВІТУ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ

Крістіна КИТАЙГОРОДСЬКА (Кіровоград)

Стаття присвячена вивченню концепту як одного з центральних понять термінологічної системи лінгвокультурології. На базі лексикографічних джерел та на матеріалі прислів'їв, приказок й фразеологізмів, які віддзеркалюють загальнолюдські пріоритети і водночас фіксують національно зумовлені ціннісні уявлення народу про світ і своє буття в ньому, визначаються та порівнюються специфічні риси лексичної семантики концепту ДОЛЯ в українській та британській мовних картинах світу.

The article is devoted to the analysis of the concept which is one of the central notions in the terminological system of lingvocultural study. On the basis of different types of English and Ukrainian dictionaries and on the material of proverbs, sayings and phraseological units, which reflect common to all mankind priorities and at the same time record peculiar national values, the specific features of lexical meaning of the concept FATE/FORTUNE in the Ukrainian and British language world images are defined and compared.

Кожна мова здійснює свій власний поділ світу. Тобто кожна з мов певним чином відтворює світ у значеннях слів (лексика), в особливій образності (фразеологія), в особливій конструкції понятійних категорій (граматика). Своєрідність кожної мовної системи полягає саме в особливості значень мовних одиниць, які так чи інакше створюють картину світу. Національна мова допомагає їй носіям усвідомлювати себе як спільність, пізнавати своє минуле і сучасне, осмислювати оточення та свої взаємозв'язки з іншими народами.

У мові неминує відбиваються процеси національного розвитку народу, оскільки існування мови нерозривно пов'язане з історією суспільства.

У представників різних народів існують різні засоби концептуалізації світу й різні засоби номінації. При цьому важливим є географічне розміщення країни, історичні, культурні, політичні особливості життя. Але вся система будь-якої мови є настільки збалансованою, що її потенціал дає можливість розкрити певний предмет, явище адекватно їхній природи.

Національно-культурні вербальні стереотипи (або ключові слова культури), у яких знайшли своє найповніше розкриття особливості національного характеру й сприйняття світу, вже не раз ставали предметом етнолінгвістичного та культурологічного дослідження (А. Вежбицкая, Н.Д. Арутюнова, С.Е. Никитина, А.Д. Шмелев, Т.В. Радзієвська). Концепти, що належать до унікальних понять етнічної культури це не лише невід'ємний атрибут національних літератур, вони й дотепер постійно виникають у повсякденному спілкуванні.

Об'єктом нашого дослідження є національні мовні картини світу української та англійської мов.

Предметом дослідження є концепт ДОЛЯ в зазначених мовах на матеріалі прислів'їв, приказок та фразеологізмів, які віддзеркалюють загальнолюдські пріоритети й водночас фіксують національно зумовлені ціннісні уявлення народу про світ і своє буття в ньому.

Основною метою цього дослідження є виявлення етноспецифічних ознак у мовній свідомості двох етносів на тлі універсальних рис порівняльним аналізом культурно значущої інформації, вилученої з мовної тканини.

Сучасна лінгвістика розглядає мову як вербальний образ світу. Також мові належить активна роль у процесі пізнання, в якій вона вносить суттєво відчутні корективи. У цьому процесі беруть участь різні типи мислення: практичне, понятійне, редуковане, лінгво-креативне. Лінгво-креативне мислення – це здатність людини розкривати світ у мовних нормах. Воно є переважно асоціативним, і саме при його допомозі формується картина світу. Цей тип мислення організовує мовне будівництво, а також супроводжує процес пізнання.

Досліджуючи картину світу, необхідно розрізнити концептуальну та мовну картини світу. Концептуальна картина світу пов'язана із сукупністю знань про світ, а мовна картина світу – засіб експлікації цих знань. Мовна картина світу є вираженням пізнавальної діяльності різних груп людей, діяльності, що зумовлюється історичними, географічними, культурними факторами. Вона знаходить своє розкриття в семантичних полях, у мотивації змін значень у процесі розвитку слова, навіть у частотності слововживань. Але найбільш виразно вона виявляє себе в словах, які позначають деякі ключові поняття, з лексичними одиницями, що дуже часто їх характеризують [2, 25].

Концептуальна картина світу, на думку психолінгвіста О. Залевської, є багатшою за мовну картину світу. Проте попри всі відмінності між концептуальною і мовною картиною світу, не можна твердити про відсутність будь-якого зв'язку між ними чи неможливість дослідження концептуальної картини світу через її рефлeksi в мовній картині світу [6, 28].

Концептуальну картину світу певного народу формує, як відомо, цілий комплекс факторів: географічний, історичний, культурний, релігійний, під впливом яких створюється й так звана національна психологія, національна мовна особистість, національний менталітет. О. Кульчицький розрізняє такі групи факторів: геопсихічні (вплив підсоння, краєвиду й характеру природи), історичні (спільність історичної долі народу тощо), соціопсихічні, культурно-морфічні й глибинно-психічні. [5, 51]. У мові закріплено знаковим способом ціннісні настанови й орієнтації, котрими керується свідомо чи підсвідомо людина у своїй діяльності і згідно з якими оцінюються її якості, вчинки, факти дійсності.

Лінгвістичне опрацювання поняття “концепт” активізувалося у зв’язку із тезаурусним вивченням лексики й визначенням принципів укладання ідеографічних словників. Семантичні дослідження, присвячені пошуку засобів установлення відповідності між глибинно-синтаксичним і поверхнево-семантичним рівнями уявлення семантичного компонента, аналізу системовідтворювальних знаків моделі світу (Ю. Апресян, Н. Арутюнова, Г. Колшанський), створили наукове підґрунтя для подальших перспектив вивчення проблеми узагальненої одиниці змістового боку мови [3, 14].

Зупинимося детальніше на понятті концепту як терміна, що слугує поясненню одиниць ментальних і психічних ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, котра характеризує знання і досвід людини. Його найчастіше розглядають як оперативну й змістовну одиницю пам’яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, а також усїєї картини світу, що відображається в людській психіці. Поняття концепту відповідає уявленню про ті смисли, якими оперує людина в процесі мислення і які розкривають зміст досвіду та знання, зміст результатів усїєї людської діяльності та процесів пізнання світу у вигляді певних “квантів” знання.

Концепти виникають у процесі набування знань та отримання інформації як про реалії довкілля, так і про об’єкти уявних світів. У сумарному вираженні такі відомості містять у собі те, що індивід знає, припускає, думає, уявляє про навколишній світ. Концепти зводять різноманітність явищ, які спостерігаються чи уявляються, до чогось одного, тому вони дають змогу зберігати знання про світ і виявляються складовими елементами концептуальної системи, сприяючи обробці об’єктивного досвіду підведенням інформації під певні напрацьовані суспільством категорії та класи [3, 16 – 17].

Як вербально виражена інтегральна категорія, що розкриває психоментальні ресурси свідомості, узагальнює знання і досвід людини й етносу, репрезентує мовну картину світу, концепт разом з тим несе інформацію не лише про предметно-логічні зв’язки тієї чи іншої реалії з іншими, а й про стійкі асоціативно-культурологічні, етноспецифічні зв’язки, котрі встановлюються між різними реаліями, а отже, й між мовними одиницями.

Концепт розглядають як одиницю ментального процесу, котра кодується в мові та характеризує передусім елементи категоризації світу. Концепт можна визначити як ментальне утворення, що схематично розкриває логічну послідовність поглядів, уявлень, понять індивіда про певний фрагмент дійсності. Ці уявлення пропущені крізь цінносно-нормативну систему індивіда. Вони несуть відбиток його суб’єктивної концептосфери й мають вербальну форму вираження в мові [2, 18].

Концепти визначають основні риси національного менталітету. Інформація, закріплена в концептах за допомогою мовних одиниць, є центром концептуальної картини світу.

Існують дослідження окремих концептів різних національних культур. Дослідники порівнюють різні культури й описують ключові поняття в порівнянні зі східними або, навпаки, протилежними поняттями.

Концепт концентровано розкриває ментальні особливості людини в тій чи іншій культурі, передає сукупність людського знання про світ, його оцінку, супроводжувальні асоціації тощо. Він також є носієм значення, що об'єднує ті чи інші слова, синонімізує їх, унаслідок чого утворюються концептуалізовані сфери у вигляді полів, рядів, тематичних груп. Концепт передає у мовних формах суму соціального та особистого досвіду й визначає, маркує найактуальніші сегменти ментального простору носіїв мови [7, 2].

Як уже зазначалося, під поняття картина світу різними дослідниками підводиться і бачення світу, і розуміння речей та подій, й ідеологія, і художні уявлення, сприйняття різних культурних цінностей, національне сприймання навколишнього світу. Фразеологія як специфічний спосіб номінації пов'язана з предметним світом людини, з її історичним досвідом і культурно-національними особливостями. Вона здатна характеризувати якщо не наукову, то принаймні “наївну картину світу”, тобто стихійно утворюване, закріплене в повсякденній практиці уявлення про довкілля.

У фразеології, як і в лексиці, виявляється соціальний характер мови, тісний її зв'язок із життям суспільства. Як один із засобів відображення мовної картини світу, фразеологію по праву вважають дзеркалом життя народу, адже вона при її реконструкції особливо наочно розкриває історію матеріальної та духовної культури й політичного життя свого носія, розвиток його світогляду й уявлень, особливості формування психічного складу.

Фразеологія ілюструє витoki формування національної культури, національної мовної особистості, а фразеологічні одиниці є яскравим матеріалом для опису етнічного образу.

Серед культурних концептів, що демонструють специфіку української етнічної свідомості, особливе місце належить концепту ДОЛЯ – “перебіг подій, збіг обставин, напрям життєвого шляху, що ніби не залежать від бажання, волі людини” [11, 237].

Український концепт ДОЛЯ пов'язаний із праслов'янським *dolja* – “частина” [12, 107]. Внутрішня форма цього слова розкриває уявлення українців про існування вищої сили, яка наділяє кожну людину щасливим або нещасливим життям. Саме вона, керуючись принципом випадковості, визначає напрям життєвого шляху людини, незважаючи на її власні прагнення і бажання: *випадати / перепадати / діставатися на долю; доля привела / судила* [1, 122].

Народні уявлення про неминучість долі розкривають українські прислів'я та приказки: *від долі не втечеш; у кожного своя доля; своєї недолі й конем не об'їдеш; куди доля поверне, туди треба й гнутись; доля одним і тим же двічі не балує; треба спокійно сприймати мінливість долі; не спокушай долю; немає людини, яка була б задоволена власною долею;* [4, 92 – 96].

Проте, на думку І.О. Голубовської, більшість контекстів, у яких уживається номен *доля*, свідчить ймовірніше про його позитивну, ніж про негативну забарвленість, тому наполягає на тому, що етнічний компонент семантики українського концепту *доля* має отримати таке визначення: “скоріше можна очікувати чогось доброго, ніж поганого” [1, 123].

Про переважно позитивну категоризацію концепту *ДОЛЯ* свідчать такі фразеологічні єдності, у яких *доля* містить елемент персоніфікації: *доля зглянеться, доля (фортуна) усміхнеться (посміхається) / усміхнулася, доля маслом губи змастить, фортуна сяє.*

Ще одним аргументом для визнання позитивної оцінності українського концепту *ДОЛЯ* можуть послугувати дані слов'янської міфології: Долею звали духа – покровителя людини, який дарував останній багатство й успіх [1, 126].

В англійській мові поняття нещасливої та щасливої долі закріплені за різними лексемами: “*fate*” і “*fortune*” відповідно. Номен “*fate*” має негативне забарвлення (*fate's frown* – “удар долі” [8, 323]; *to leave smb. to his fate* – “залишити когось напризволяще” [9, 400]; *to meet one's fate* – “загинути” [10, 498]; *to tempt fate* – “спокушати долю” [10, 498]; *a stroke of fate* – “удар долі” [10, 498]), тоді як номен “*fortune*” розвиває позитивні конотації (*a stroke of good fortune* – “посмішка фортуни” [9, 444]; *a man of fortune* – “багата людина” [9, 444]; *to come into a fortune* – “одержувати спадщину” [10, 528]; *fortune smiles on smb.* – “фортуна посміхається комусь” [10, 528]; *a small fortune* – “кругленька сума” [9, 444]).

Fate:

1. “Доля, фатум”: *to seal smb's fate* – “вирішувати чинось долю” [10, 498]; *the Fates* – “три богині в грецькій міфології, які вирішували хід людського життя” [8, 323]; *fate is fixed* – “доля вирішена” [8, 323]; *no flying from fate* – присл. “долі не минути” [9, 400].

2. “Загибель, смерть”: *to go to one's fate* – “іти на зустріч своїй загибелі” [10, 498]; *to meet one's fate* – “загинути” [10, 498]; *fatal shears* – “смерть” (за античною міфологією, одна з богинь долі перерізала нитку людського життя (*fatal thread*), яку пряла інша богиня долі), таким чином уже на рівні міфологічного мислення людина опинялася заручницею своєї долі, сліпою іграшкою безжалісної визначеності, що й закріпило негативні конотації за лексемою “*fate*” [8, 323].

Лексема “*fortune*” розглядається як вища сила, котра керує долею людей, впливає на плин життя; має двоякий характер: сила, яка несе добро

(фортуна), та сила, що несе зло (фатум). Це двоє забарвлення демонструють наступні значення:

1. “щастя, талант, удача, щаслива нагода”: *a stroke of good fortune* – “посмішка фортуни” [9, 444]; *fortune smiled on us* – “доля посміхнулась нам” [10, 528]; *fortune is good to him who knows to make good use of her* – присл. “щастя посміхається тому, хто уміє його добре використати” [8, 355]; *fortune knocks once at least at every man’s gate* – присл. “до кожного щастя хоч раз та постукає” [8, 355]; *fortune is easily found, but hard to be kept* – присл. “легко знайти щастя, але важко удержати його” [8, 355].

2. “доля, фортуна, жереб”: *to tell fortunes* – “провіщати долю” [10, 528]; *to tempt fortune* – “спокушати долю” [9, 444]; *fortune is blind* – “доля сліпа” [8, 355]; *fortune is changeable* – “доля мінлива” [8, 355].

3. “багатство, достатки”: *to make a fortune* – “розбагатіти” [10, 528]; *to come into a fortune* – “успадкувати багатство” [10, 528]; *a man of fortune* – “багата людина” [9, 444].

Як видно, номен “fortune” може вживатися і пейоративно: *ill fortune* – “невдача, невезіння” [9, 444], але подібні випадки, на думку О. Голубовської, є нечисленими, а тому й не показові для семантики цього слова в цілому [1, 114].

Крім зазначених лексем “fate” і “fortune”, концепт ДОЛЯ також презентований в англійській мові такими лексемами, як “destiny” – доля, неминучість, фатум, приреченість (*to be reconciled to one’s destiny* – “змиритися з долею”; *to decide, shape smb’s destiny* – “вирішувати чийось долю” [10, 369]; *Destiny* – міф. “богиня долі” [10, 369]), “lot” – доля, жереб (*to have/win (one’s) lot with smb* – “розділяти долю з кимсь”; *to cast/throw in one’s lot with smb* – “зв’язати, розділити долю з кимсь” [9, 690]; *to fall to the lot of smb.* – “випасти на чийось долю” [8, 630]; *lot is cast* – “жереб кинуто” [8, 630]); *a sorry/an unhappy lot* – “нещасна доля” [10, 842].

Таким чином, національно-культурні вербальні стереотипи та концепти життя і культури, у яких знайшли своє найповніше відображення особливості національної ментальності й сприйняття світу, стають актуальним предметом дослідження на сучасному етапі розвитку лінгвістики у світі зміни наукової парадигми.

Прислів’я, приказки і фразеологізми відіграють особливу роль у створенні мовної картини світу. Вони віддзеркалюють загальнолюдські пріоритети й водночас фіксують національно зумовлені ціннісні уявлення народу про світ і своє буття в ньому.

Проаналізувавши вербальну форму концепту ДОЛЯ, ми дійшли наступних висновків. Концепт ДОЛЯ виступає одним з концептів, який розкриває особливості національної ментальності українця. Внутрішня форма цього слова розкриває уявлення українців про існування вищої сили, віру в неминучість долі. Хоча більшість контекстів, у яких вживається

лексема *доля*, підтверджує ймовірніше його позитивну, ніж негативну забарвленість.

В англійській мові концепт *ДОЛЯ* поданий декількома лексичними одиницями: *fate, fortune, destiny, lot*, які є полісемантичними й розмежують поняття нещасливої та щасливої долі.

Перспективою наступних досліджень убачаються нами в необхідності подальшого наукового аналізу концептуального устрою різних лінгвокультурних систем на тлі універсальних та етноспецифічних мовних категорій, комплексній розробці та реалізації принципів тезаурусного опису лексики, методики вивчення семантики мовних одиниць.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Голубовська І.О. Етнічні особливості мовних картин світу: Монографія. – 2-е вид., випр. і доп. – К.: Логос, 2004. – 284 с.
2. Городецька О.В. Національно-марковані концепти в британській мовній картині світу ХХ століття: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04/ Київ. наці. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 29 с.
3. Григоренко Т.В. Етнографічна лексика і фразеологія у складі української літературної мови: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01/ Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань, 2005. – 23 с.
4. Дубенко О.Ю. Англо-американські прислів'я та приказки. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 416 с.
5. Кульчицький О. Світовідчуження українця // Українська душа. – К.: МП “Фенікс”, 1992. – С.48 – 68.
6. Левченко О.П. Фразеологічна символіка: лінгвокультурологічний аспект: Монографія. – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2005. – 352 с.
7. Мамич М.В. Концепти правда/неправда в українській літературній мові: семантико-стилістичний аспект: Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.01/ Одеський нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. – Одеса, 2002. – 26 с.
8. Англо-український фразеологічний словник/ Уклад. К.Т. Баранцев. – 2-ге вид., випр. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2005. – 1056 с.
9. Англо-український словник: У 2 т. – Близько 120 000 слів / Склав М.І. Балла. – К.: Освіта, 1996.
10. Англо-український словник / Під загальним керівництвом Є.І. Гороть. – Вінниця: Нова Книга, – 1700с.
11. Великий тлумачний словник сучасної української мови/ Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2001. – 1440с.
12. Етимологічний словник української мови у семи томах, том другий; Київ: Наук. думка, 1985.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Крістіна Китайгородська – асистент кафедри практики германських мов КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: актуальні проблеми зіставного мовознавства, порівняльне дослідження мовних картин світу англійської та української мов та місце ціннісних концептів у них.

СЕМАНТИЧНІ ТА СИНТАКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СЛОГАНІВ В АНГЛОМОВНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

Олена КОРІНЬ (Кіровоград)

У статті розглядається функціональний аспект слогану, пропонуються класифікації слоганів згідно з семантичними та синтаксичними особливостями їх побудови, пояснюється частотність використання певних груп слоганів з лінгвістичної точки зору.

The article gives a view on functional aspect of the slogan, the author suggests the classifications of slogans according to their semantic and syntactical peculiarities and explains the frequency of some particular groups of slogans usage from the linguistic point of view.

Науково-технічний прогрес та стрімкий розвиток економіки зумовлюють виникнення великої кількості соціальних інститутів, метою яких є підвищення рівня людського життя. За таких умов на сучасному етапі розвитку суспільства на ринку товарів та послуг постають питання пошуку нових ефективних шляхів залучення та утримання якомога більшої кількості споживачів. Один із основних методів вирішення даної проблеми – широке використання рекламних компаній, базовою складовою яких є рекламний текст. Протягом останнього десятиліття питання побудови та впливу реклами на споживача привернуло увагу науковців з різних сфер наукового пізнання: психології (Лесняк О., Уперов В.В.), маркетингу (Руднев В.В., Браун Р.В., Безрукова Н.В.) та мовознавства (Волкогон Н.Л., Грошев І.В., Гуменюк Н.Г. та інші). У центрі уваги лінгвістів постають питання про специфіку створення рекламних слоганів, їх класифікації та лексико-стилістичне оформлення. Вирішення даних проблем сприяє правильному оформленню рекламного слогану та його коректній побудові рекламодавцями, а також вигідному сприйняттю його споживачем.

Мета статті полягає у визначенні характерних рис слогану та з'ясуванні семантичних і синтаксичних особливостей його побудови.

Відповідно до мети вирішуються наступні **завдання**:

- дослідити функціональний аспект слогану як складової спонукального дискурсу;
- запропонувати класифікацію слоганів згідно з семантичними та синтаксичними особливостями;
- з'ясувати частотність вживання слоганів різних типів;
- пояснити частотність використання певних груп слоганів з лінгвістичної точки зору.

Об'єктом дослідження слугують салогани, виокремлені з рекламних текстів різноманітних всесвітньовідомих компаній.

Найефективнішою формою реклами вважається рекламний слоган. Рекламний слоган – це коротка фраза, що запам'ятовується в яскравій образній формі і передає основну ідею рекламної компанії. Слоган допомагає виділити фірму серед її конкурентів й надає цілісності серії рекламних компаній [3, 76].

Історія виникнення слоганів бере свій початок у 90-х роках, причому, як стверджує Пресбрей Дж., вони еволюціонували із фраз, які вже повторювалися. Прикладами найбільш популярних слоганів є наступні:

You press the button, we do the rest (Kodak)

Call before seven, delivered before eleven, it swims (Procter & Gamble)

Ці фрази абсолютно самостійні, звучні й несуть сильний емоційний заряд.

Термін "слоган" запозичено з англomовної рекламної термінології. На початку ХХ століття замість цього терміна вживались інші терміни. Так, наприклад, М.Мануйлов визначає девіз словом "вираз", а Уперов В. В. у 20-ті роки пише: "Газетне оголошення чи плакат, проект чи упаковка – всі вони повинні мати дещо, що надає їм єдності ...Ця єдність досягається різними прийомами, наприклад, застосуванням товарного знаку, певних словесних формул, лозунгів, девізів". Сам термін "слоган" почав широко використовуватися у вітчизняній практиці лише на початку 90-х років ХХ століття на позначення одного й того ж явища – короткого самостійного рекламного повідомлення, яке представляє собою звернутий зміст рекламної компанії.

Головною метою слогану є забезпечення послідовного проведення рекламних кампаній та короткий виклад ключової ідеї чи теми, яка асоціюється з товаром чи назвою. Девіз не несе ніякої нової інформації споживачеві, він створює емоційний настрій, підсвідомо формує ставлення до виробника і його товару.

Слоган характеризується високим рівнем функціональності: одна і та ж фраза може використовуватися у теле-, радіорекламі, на рекламних щитах, газетних повідомленнях, а також на упаковках продукту. Саме тому девіз розглядається як один з постійних елементів фірмового стилю поруч з товарним знаком й назвою фірми. Важливо зазначити, що салоган, на відміну від товарного знаку, може з часом змінюватись. Так, наприклад, за 100 років свого існування фірма Соса-Сола змінювала свій девіз 98 разів, а товарний знак – жодного.

Отже, слоган – це коротка лаконічна фраза, яка відображає філософію кампанії й забезпечує послідовне проведення рекламних кампаній.

Важливими риторичними характеристиками слогану є його лаконічність, ритмічний та фонетичний повтор, контрастність, мовна гра й ефект прихованого діалогу. Створення гарного слогану вимагає великої майстерності, інтуїції, творчого прозріння. Разом з тим існують деякі універсальні принципи побудови слогану, сформульовані Пироговою Ю.К.

Дані принципи належать до змістової сторони слогану й мають певне відношення до риторики, тобто, того, як ця інформація презентується [4, 44-45]. Вони полягають у тому, що інформація, яка закладається в слоган, повинна бути об'єктивно важливою для адресата й відображати специфіку фірми. Фрази, які можуть підходити будь-якій фірмі й використовуватись у будь-якій ситуації, малоефективні.

Взявши за основу вищезазначені принципи, можна скласти класифікацію слоганів, залежно від того, яке семантичне поле домінує в девізі.

Перша група – це слогани, які допомагають створити й підтримати реноме компанії, сприяють позитивному відношенню до принципів її роботи. Тому цю групу слоганів можна назвати слоганами позитивної семантики, що спрямовані на досягнення поставленої мети. Переважно це слогани, в яких згадуються високі цілі роботи фірми:

Change the life for better (Philips)

The future becomes real (Goldstar)

Life playing (Moulinex)

З точки зору змісту для вдалої реклами вони найбільш підходять.

Друга група включає слогани, в яких створюється асоціативний зв'язок фірми з відомими подіями, персонажами, загальнолюдськими цінностями, при цьому загальне налаштування реклами позитивне, а рекламні образи підтримують почуття значущості й солідності фірми. У такому випадку враховується, що емоційний настрій переноситься з рекламного сюжету на об'єкт, що рекламується. Найяскравішим прикладом слоганів асоціативності виступає слоган фірми, яка спеціалізується на виготовленні спортивних тренажерів:

The most provocative gift since apple.

Since apple означає з часів створення світу.

Третя група слоганів відображає інформацію про високий професіональний рівень фірми, високу якість її товарів та послуг, тому називаються слоганами підтримки іміджу. Це слогани типу:

The quality you can trust (Procter & Gamble)

You may rely on us (Bosch)

Electrolux. Sweden. Made with the brains.

Такі слогани допомагають підняти статус фірми у сприйнятті її споживачем, підтримують його прив'язаність до неї. Особливу силу впливу мають тут слогани, в яких підтвердження професійних переваг не відображається у самому слогані, а домислюється адресатом:

It's Sony.

Sharp minds, sharp products.

Четверта група слоганів підкреслює близькість фірми до споживача, роботи на нього, наявність контакту з ним:

Every family needs us (Siemens)

We work – you rest (Sabena airlines)

Саме тому вони носять назву слоганів емоційного контакту.

Таким чином, виокремивши й проаналізувавши чотири групи слоганів, можна зробити висновок стосовно частотності їх вживання. Як показують результати дослідження, для англomовного рекламного дискурсу характерна наявність слоганів переважно першого та четвертого типів. Даний факт пояснюється тим, що будь-який комунікант прагне підтримання "позитивного та негативного обличчя" [6, 13, 62]. Для слоганів першої групи у даному випадку актуальне є підтримання "позитивного та негативного обличчя" рекламодавця, тобто намагаючись дати об'єктивну інформацію про свою роботу, адресант прагне бути позитивно оціненим, бажаним тим, кому висловлюється повага та зацікавленість у процесі взаємодії. Тим самим такі слогани мають значний вплив на адресата за рахунок того, що останньому надається свобода дій, вибору та невтручання в його наміри з боку рекламодавця. Об'єктивність слогану сприяє підтриманню "негативного обличчя" реципієнта. Крім того, слогани четвертого типу сприяють налагодженню позитивних зв'язків з громадськістю, створенню в адресата відчуття турботи, опіки, зацікавленості у вирішенні його проблем.

Менша кількість слоганів третьої групи підтверджує думку про певну суб'єктивність у викладенні інформації: компанія сама оцінює свій професіоналізм і в деякій мірі нав'язує свою точку зору, що є прямою загрозою "втрати обличчя адресатом".

Незначний відсоток слоганів асоціативності пояснює факт уникнення явища алюзії в англomовній рекламі, оскільки алюзія сприяє неправильному розумінню ідеї повідомлення, неясності його сутності, двозначності трактування.

Отже, для англomовного дискурсу типове використання слоганів, метою яких є налагодження з адресатом таких зв'язків, які б сприяли просуванню марки, та підкреслення високого професіоналізму фірми.

Слогани мають свої синтаксичні особливості, які обумовлені екстралінгвістичними факторами, пов'язаними із психологією впливу реклами.

Синтаксис має великі можливості для вираження тонких змістових й емоційних відтінків висловлювання.

У процесі дослідження англomовних слоганів можна прослідкувати їх наближення до розмовної мови. Це стосується і лексики, але, головним чином, синтаксису. Розмовна мова з її виразністю дозволяє встановити тісний контакт з адресатом, зацікавити його, привернути увагу.

При створенні слогану використовуються різні типи речень. Так, можна прокласифікувати слогани згідно з 1) комунікативним типом речення; 2) ставленням до дійсності; 3) структурною композицією слогана.

За комунікативним типом речення виокремимо наступні групи слоганів:

- розповідні речення, мета яких прінформувати чи нагадати адресатові про існування даного товару чи послуги:

Nature knows how to protect the planet. Peugeot knows how to protect the nature (Peugeot)

We place the power in your hands (пластикові картки Hint)

Вплив розповідного речення на реципієнта полягає у "ненав'язуванні" думки компанії і наданні можливості свідомого вибору.

- питальні речення (спеціальні та загальні):

Where do you want to go today? (Microsoft)

Have you always done your best thinking way up high somewhere? (United Rising)

Слід зауважити, що альтернативні та розділові питання не використовуються при створенні слоганів, оскільки вони підсвідомо передбачають вибір одного предмету з-поміж групи схожих. Слогани у формі питальних речень впливають на рішення адресата шляхом спонукання його до роздумів щодо філософії компанії та прийняття її.

- спонукальні речення:

Love your hair! (Pantene Pro-V)

Break the spell, communicate globally! (Infonet)

За рахунок високого ступеня емоційності та прямого спонукання слогани цієї групи мають найбільший вплив на аудиторію.

- окличні речення:

Now's a good time! (Tostitos)

Слогани даної групи не є дуже поширеними як слогани попередніх груп.

Класифікація слоганів згідно зі ставленням до дійсності. Вона базується на ствердженні чи запереченні фактів об'єктивної реальності. У зв'язку з цим слогани бувають у формі стверджувальних та заперечних речень:

Expertise with responsibility (Bayer)

Don't lose face! It's a Volkswagen.

Відзначено, що в англomовній рекламі перевага надається створенню слоганів у формі стверджувальних речень, на противагу заперечним. Це пояснюється тим, що при швидкому прогляданні реклами заперечна частка not випадає, що викликає протилежний зміст.

Основою для третьої класифікації стала **структурна композиційність слогану**. Згідно з цією класифікацією слогани бувають у формі:

- простих речень:

Never stop thinking! (Infineon)

Let's build a smarter world! (France Telecom)

- складних речень:

Peugeot knows how to protect the nature (Peugeot)

Частотність вживання простих речень вища, ніж складних. Як вже було зазначено, структура слогану тяжіє до структури розмовної мови, де домінують прості речення. Використання простих речень у мові реклами сприяє швидкому розумінню та засвоєнню інформативного блоку.

Таким чином, вищезазначені приклади дають змогу стверджувати, що при створенні англійського рекламного слогану надається перевага спонукальним стверджувальним простим реченням, тому що, по-перше, вони тяжіють до розмовної мови, по-друге, коротко й лаконічно передають філософію, яку сповідує фірма, тим самим переконуючи адресата в доцільності придбання товару чи отримання послуги. Менш вживані інші типи слоганів.

Проведене дослідження проблеми рекламних текстів дозволило зробити висновки про те, що найефективнішою формою реклами є рекламний слоган. Слоган – це коротка лаконічна фраза, яка відображає сутність філософії фірми. Слогани мають низку особливостей: семантичних (використання значень певного типу) та синтаксичних (домінування окремих типів речення, синтаксичних структур). У даній статті зроблено спробу семантичної та структурної класифікацій слоганів відомих компаній. Так, семантична класифікація включає такі класи слоганів: слогани позитивної семантики, спрямовані на досягнення поставленої мети, слогани асоціативності, слогани підтримки іміджу компанії та слогани емоційного контакту з адресатом. Як видно з проведених досліджень, для англійського рекламного дискурсу характерне вживання слоганів, метою яких є налагодження з адресатом зв'язків, які б сприяли просуванню торгової марки.

Структурна класифікація вміщує три критерії: комунікативний тип речення, ставлення до дійсності та структурна композиція. За комунікативним типом речення слогани бувають у формі розповідних, питальних, спонукальних та окличних речень. Згідно зі ставленням до дійсності слогани були поділені на стверджувальні та заперечні. Структурна композиція передбачає використання простих та складних речень. Як показують дослідження, перевага надається спонукальним стверджувальним простим реченням.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Безрукова Н.В. Аналіз підходів до створення брендів // Актуальні проблеми економіки. – К.: Інститут економіки НАМ України. –2000. – №2.– С. 39-44.
2. Беклешов Д.В., Самусев В.И. Реклама. Ее функции, цели и методы создания. – К.: Collegium, 1998. – 217 с.
3. Лапинская И.П., Отрощенко Е.Г. Художественная форма слогана // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2001. – №1. – С. 76-81.
4. Пирогова Ю.К. Слоган в корпоративной рекламе.– М.: Экономика, 1995.– 310 с.
5. Уперов В.В. Реклама – ее сущность, значение, историческое развитие и психологические основы // Торговля и реклама. – 1994. – №23. –С. 45-48.
6. Brown P., Levinson S. C. Politeness: Some universals in Language usage. – Cambridge.– 1987. – P.13; 62.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Корінь – викладач кафедри англійської філології ПВНЗ Соціально-педагогічного інституту “Педагогічна академія”.

Наукові інтереси – дослідження соціолінгвістичних типів дискурса.

КОНЦЕПТ “TRADE” В АНГЛОМОВНОМУ БІЗНЕС-ДИСКУРСІ

Людмила НАУМЕНКО (Київ)

Стаття присвячена проблемі дослідження базового концепту “trade”, його субординаційних концептів, їхніх поняттєвих парадигм, етимонів та вербалізаторів, суміжних термінопонять, що співвідносяться з ним логіко-семантичними зв’язками.

The paper is devoted to the problem of study of the basic concept “trade” in the contemporary English business discourse, to differentiation of its subconcepts, their notional paradigms, etymons and verbalizers, other adjoining notions connected with it by logical and semantic links.

Термін *концепт* належить до новомодних утворень, яким послуговуються науковці у різних галузях знання як в Україні, так і за її межами. Його змістова складова є гіперпоняттям, має міждисциплінарний характер, відображає антропоцентричне бачення світу через його осмислення. Хоча окремі проблеми економічної термінології, підмови економіки та економічного дискурсу набули висвітлення у студіях вітчизняних та зарубіжних дослідників [6; 8; 12; 15; 18; 19; 25], проте жодне з них не приділяє належної уваги саме концепту “trade”, що й становить мету нашої публікації.

Концепти, пронизані поняттєвими та асоціативними зв’язками, утворюють системи, або концептуарії, які організують сучасні дискурси. Центром концептуарії англomовного бізнес-дискурсу є макроконцепт “business”, який диференціюється в чотири базові концепти – “trade”, “enterprise”, “money”, “manage”. Концепт “trade” диференціюється в субординаційні концепти та поняття, що вербалізується в термінах на позначення різновидів торгівлі: *commerce, traffic, truck, barter, sale, auction*; способу обміну: *exchange, wholesale, retail*; місць торгівлі: *market, mart, bazaar, fair*; суб’єктів та клієнтів купівлі-продажу: *buyers, sellers, intermediaries / middlemen*; об’єктів обміну: *goods / commodities, services*. Характер концепту “trade” зумовлений історичним розвитком товарообміну, в результаті якого торгівля виокремилася в самостійну галузь, що спеціалізується на реалізації товарів і виступає посередником між виробником та споживачем. У сучасній економічній теорії поняття “trade” визначається як “діяльність з продажу товарів або послуг з метою отримання прибутку” [3, 643]. Вербалізатор концепту “trade” у давньоангл. мові позначав “шлях, прогулянка пішки, похід, хід” (*track, walk, march, course*) [23, 222], що вирізняло торгівлю як економічну діяльність, яку вели мандрівні купці. Принагідно зазначити, що ім’я давньогрецького бога

торгівлі й покровителя купців та доріг *Меркурій* (Mercurius) походило від лат. іменника *merchandise* – “товари” [21, 570].

У сучасній англійській мові концепт “trade” диференціюється у синонімічні поняття на позначення різновидів торгівлі – “commerce”, “traffic”, “truck”, “barter”, “sale” та “auction”, які розмежовуються в такий спосіб: *trade* – роздрібна торгівля, на противагу оптовій – *commerce* [2, 613; 1, 511]. Обидві лексеми є взаємозамінними в таких контекстах: *domestic, home trade / commerce* (внутрішня торгівля) та *foreign trade / commerce* (зовнішня торгівля), що свідчить про їхню семантичну спорідненість. У широкому розумінні до поняття “commerce” долучають, окрім обміну товарів і послуг, ділові операції, пов’язані з банківською та страховою діяльністю [13, 120]. Сама лексема *commerce* (від лат. *commercium* – “торгівля”; *com-* “разом, з” + *merci-* “товар”) відома з ХУІ ст. (більш раннім її відповідником був термін *merchandise*) вживається на позначення обміну між людьми продуктами природи або праці, особливо коли такий обмін вівся між країнами або регіонами й передбачав ділові операції та укладання угод. З цим значенням пов’язаний і термін *Chamber of Commerce* (зібрання купців та посередників, на яких обговорювалися торговельні справи) [22, 552].

Споріднене поняття “traffic”, відоме з 16-го ст., передбачало “торгівлю між віддаленими чи окремими громадами” (1506 р.) [22, 357]. У сучасній англійській мові воно набуло додаткового змісту “незаконна торгівля”, напр.: *drug traffic / traffic in drugs* (торгівля наркотиками), *traffic in stolen goods* (торгівля краденими речами). Так само поняття “truck”, що має диференційні ознаки “обмін, міна, товарообмін, оплата праці товарами, натурою” (від *to truck* – “обмінювати, вести мінову торгівлю, платити натурою, товарами, торгувати, розносячи товари”) [1, 519], в американському дискурсі актуалізується ще й у значенні “овочі, що вирощуються для продажу” [2, 622].

Первісна форма торгівлі, що велася без застосування товару-посередника у процесі прямого обміну товару на товар – *barter*, в економіці визначається як “спосіб торгівлі, що полягає в обміні товарами та послугами без використання грошей” [3, 59] або “оборудка за схемою “товар за товар” [7, 252]. Лексема *barter* лексикографічно засвідчена у ХУ ст. на позначення “обмінювати на еквівалент” (*give in exchange for an equivalent*) і, вірогідно, походить від ром. іменника *prattare* – “обмін, ошуканство”, запозиченого через посередництво давньофр. мови у формі *barater*. Звідси середньоанглійські варіанти *barat / baret* – “ошуканство, неприємність, біда, суперечка” [21, 77].

Поняття “sale”, що визначається як “акт продажу, акт обміну товару або послуги на гроші” [14, 279], у практиці торгівлі диференціюється в низку одиниць зі значеннями “продаж”, “збут”, “оборудка”, якими позначають різновиди торговельних операцій, напр.: *blind sale* – “продаж без

попереднього огляду”, *cash sale* – “продаж за готівку”, *catalogue sale* – “продаж за каталогом”, “розпродаж зі знижкою”, *bargain / clearance sale* – “розпродаж зі знижкою у кінці сезону”, *closing down sale* – “повний розпродаж при закритті підприємства”, *summer, winter sale* – “літний, зимовий розпродаж зі знижкою”, *stock-taking sale* – “розпродаж товарних решток” та ін. З часом виокремилися два основні способи продажу товарів – *wholesale* (оптовий) та *retail* (на роздріб / роздрібний). Перший пов’язаний з продажем великими партіями й походить від прикметника *whole* – “цілий” + *sale* – “продаж”, другий визначається через прикметник *retail* – “роздрібний”.

Синонімічне поняття “*auction*” (від лат. *auctio* – “продаж з публічного торгу”) диференціюється в такі різновиди: *auction by tender* (закриті торги) та *public auction* (публічні / відкриті торги). За способом проведення аукціону виокремлюють *Dutch auction* (голандський аукціон), *English/classical auction* (англійський / класичний аукціон), *group auction* (груповий аукціон) та ін. Залежно від об’єкту продажу існують: *currency auction* (валютний аукціон), *fur auction* (аукціон хутра), *goods auction* (товарний аукціон), *gold auction* (аукціон золота); за територіальним принципом: *international auction* (міжнародний аукціон), *local auctions* (амер. місцеві торги з продажу сільськогосподарської продукції) тощо.

Абстрактне поняття “*exchange*” (обмін), інкорпороване в поняттяву парадигму концепту “*trade*”, зародилося у первіснообщинному ладі і мало фому обміну між общинами надлишками продуктів харчування. Лексема *exchange* походить від лат. іменника *cambiare* – “обмін, бартер” з приєднанням до нього давньофр. префікса *es-*, який під впливом початкової кореневої приголосної трансформувався у *ex-*, звідси *exchange* натомість *eschange*. Субстантив *change* в англійській мові вперше лексикографічно засвідчений у XIII ст. на позначення “зміна, заміна одного на інше, обмін” (*alteration, substitution of one for another, exchange*) [21, 168, 325]. Етимон терміна *exchange* – “*cheat*”, що має значення “нечесна вигода від оборудки” (*mean advantage in a bargain*) [16, 425], та асоціюється з нечесними, корисливими діями, іноді шахрайством, напр.: *Trade is full of tricks* (Торгівля повна ошуканства); *There are tricks in every trade* (У кожній угоді є своя хитрість); *Remember, there are no bargains* (Пам’ятай, чесних оборудок не буває!) та ін.

Концепти називають *нечіткими поняттями*, межі яких розмиті, а тому до концептуальних структур, окрім логічних понять, долучаються ще й уявлення, образи як мисленнєві картинки, схеми, символи та пропозиції [5, 212]. Окремі концепти в людській свідомості можуть бути більш схематизованими ніж інші, концептуалізуючись у вигляді фреймів або скриптів / сценаріїв. Так, субординаційний концепт “*market*”, що належить до концептосфери базового концепту “*trade*”, можна представити у вигляді фреймової моделі (фрейму стереотипних ситуацій) у його первісному

розумінні “місце торгівлі”, “територія або фізичний ринок” [17, 394; 24, 150] з характерними для нього ролями покупців і продавців та обміну товару на товар або на їхній грошовий еквівалент. Конкретне поняття “market-place” – “місце торгівлі, базарна, ринкова площа” (тж. *market square*), диференціюється в такі різновиди: “covered market” (критий ринок), “fish market” (рибний базар), “flea market” (блошиний ринок, барахолка, толкучка), “flower market” (квітковий базар), “open-air market” (ринок просто неба), “street market” (вуличний базар) та ін.

Слово *market* у XII ст. позначало “зібрання людей з метою купівлі-продажу” (gathering of people for buying and selling), у XIII ст. – “громадське місце для такого зібрання” (public place for this), у XVI ст. – “можливість та норму купівлі-продажу” (opportunity for, rate of purchase and sale), у XVII ст. – “місце торгівлі” (seat for trade). Лексема походить від лат. іменника *marcatus*, запозиченого, імовірно, з давньофр. мови у формі *marchiet* (фр. *marché* – “ринок, базар, базарна площа”) [21, 556]. В англійській мові поняття “market” диференціюється у такий синонімічний ряд: “mart” (ринок, торговельний центр, аукціонна зала), “bazaar” (східний базар, велика крамниця з різноманітними дешевими товарами, благодійний базар), “fair” (ярмарок, виставка).

Назва *market* історично зумовлена тими обставинами, що в давні часи роздрібна торгівля зосереджувалася на ринках великих міст, а ринкові ятки були прототипами сучасних крамниць. Лексема “market” диференціюється в такий синонімічний ряд: *shop* – “крамниця, магазин, лавка” (від *to shop* – “купувати, робити покупки”), *store* – “лавка, магазин, крамниця, універсальний магазин, універмаг”, тж. *shopping store*, *superstore* (від *to store* – “запасати, накопичувати, зберігати на складі”), *mall*¹ – амер. “торговельне містечко”, *mart* – “невеличка крамничка”, *Wal-Mart*² – амер. “торговельне містечко з багатьма промисловими та харчовими крамницями з цінами, нижче середніх”, *emporium* – “торговельний центр, ринок, товарна база, великий магазин”, *attractor* – “магніт” (великий магазин, що приваблює покупців до торговельного центру), *boutique* – “бутік” (фр. дорогий модний магазин), *C-1* – амер. “крамниця роздрібно торгівлі”, *trading centre/house* – “торговельний центр/торговий дім”, *trading station* – “факторія”, *warehouse* – “великий роздрібний магазин-склад, гуртова крамниця”, *stall* – “рундучок, прилавок, ятка”, *booth* – “кіоск, ятка”, *stand* – “ларьок, кіоск, прилавок”, *kiosk* – “кіоск”, *vending machine / automat* – “торговельний автомат” та ін.

У сучасному економічно розвиненому суспільстві поняття “market” не лише місце торгу, але й увесь географічний регіон, у межах якого продавці товарів або послуг конкурують один з одним [20, 509]. Воно охоплює такі поняття, як “home market” (внутрішній ринок), “local market” (місцевий ринок), “foreign/ overseas market” (зовнішній ринок), “European market” (європейський ринок) та “world market” (світовий ринок).

Як галузева категорія, “market” – суть економічні відносини, пов’язані з обміном товарів та послуг, у результаті яких формується попит, пропозиція та ціна”, у її ширшому розумінні – “спосіб організації життя з такими характерними ознаками, як самостійність учасників економічного процесу, комерційний характер їхньої взаємодії, суперництво (конкуренція) господарюючих суб’єктів, ціни, що складаються на основі попиту та пропонування” [9, 132]. Очевидно, що структура сучасного ринку надзвичайно складна й багатопланова. Можна виокремити, принаймні, декілька різновидів ринків згідно з: об’єктом купівлі-продажу: *commodity / merchandise market* (товарний ринок); місцезнаходженням: *domestic / home market* (внутрішній ринок), *external / foreign market* (зовнішній ринок); часовими критеріями: *forward / futures / option / settlement market* (ринок оборудок на термін); суб’єктами господарювання: *one-buyer market* (ринок одного покупця), *oligopolistic market* (олігополістичний ринок); обсягом оборудок: *big / large market* (великий ринок), *expanding / growing market* (ринок, що зростає); якісними характеристиками: *depressed market* (депресивний ринок), *glamor market* (ринок, що процвітає); узгодженістю з законодавством: *black / grey market* (“чорний”, “сірий” – тіньовий ринок), *legal market* (законний ринок); втручанням держави: *free market* (ринок, вільний від обмежень та втручання держави, вільна торгівля), *regulated market* (ринок, що контролюється та регулюється державою); умовами господарювання: *closed market* (закритий ринок), *formal / organized market* (організований ринок); факторами ринку: *sellers’ market* (ринок продавців), *buyers’ market* (ринок покупців); інтенсивністю дії ринкового механізму: *active / booming / lively market* (активний, пожвавлений ринок), *dull / sluggish market* (неактивний, млявий ринок) тощо.

Внаслідок розвитку засобів електронного зв’язку у сучасному світі відпала потреба у фізичному місці зустрічі для взаємодії продавців та покупців. Учасники товарно-грошових відносин мають можливість контактувати через комп’ютерні мережі та інтернет (World Wide Web, Internet), що плинуло на появу новітніх термінів на зразок *cybermall / cyberstore, E-mall* (електронна крамниця) та *virtual mall* (віртуальний магазин).

Якщо розглядати еволюцію концепту “market” з погляду суб’єктів ринкових відносин, то спочатку ними були безпосередні споживачі (*buyers*) та продавці-виробники товарів (*sellers*). Обидві лексеми позначають одну й ту ж саму дію – “отримувати, брати”, а значить, “привласнювати, робити своїм”, що свідчить на користь взаємовигідності товарообміну. Іменник *buyer* походить від дієслова *to buy* (OE. *bycgan* – “отримувати щось, надаючи (грошовий) еквівалент”), *seller* – від давньогрецького *heleir* (O.Ir. *selaim* – “брати”) [21, 131, 808]. Очевидно, що рольові назви учасників (агентів) ринку взаємодоповнюють одна одну, є класичними конверсивами, що обумовлено актом купівлі – продажу. У свою чергу, дієслово *market* обіймає

два значення – “купувати та продавати на ринку”, що продукує антонімічні назви суб’єктів ринку, позначені однією й тією ж лексемою *marketer* – “продавець на базарі” та “покупець на базарі”. Крім того, серед рольових назв існують ще назви-антиподи, які утворюють антонімічні пари, на зразок “покупець – продавець”: *buyer – seller, shop assistant – shopper, vendor – vendee*. Більшість лексичних номінантів соціальних ролей “покупця – продавця” походять від дієслів, що визначають їхні функції під час обміну. Роль покупця позначають лексеми *consumer* – “споживач” (від *to consume* – “споживати, витратити”), *purchaser* – “покупець” (від *to purchase* – “купувати, придбати”), *end/final user* – “кінцевий споживач” (від *to use* – “вживати, користуватися”) і, відповідно, продавця: *trader/tradesman* – “(роздрібний) торговець, крамар, купець” (від *to trade* – “торгувати”), *vender* – “продавець, рознощик, торговець” (особливо з лотка), вуличний продавець/торговець та *vendor*, юр. – “продавець” (від *to vend* – “продавати, торгувати”), *venturer* – “купець, що здійснює заморську торгівлю” (від *to venture* – “ризикувати, ставити все на карту”), *distributor* – “оптовий торговець, брокер, дистриб’ютор” (від *to distribute* – “розподіляти, роздавати, поширювати”), *dealer* – “торговець, посередник” (між споживачем та виробником), дилер, біржевий торговець” (від *to deal* – “розподіляти, відпускати, видавати, торгувати”), *handler* – “торговець” (від *to handle* – *амер.* “торгувати”) та ін.

У сучасній економічній теорії послуги (*services*) прирівнюються до товару. Від назв послуг походять такі професії: *booking clerk* – “касир із замовлення авіа-, залізничних та ін. квитків” (від *to book* – “замовляти, брати квитки на поїзд, у театр”), *cashier* – “касир у магазині” (від *to cash* – “платити готівкою”), *money changer* – “мінля” (від *to change* – “міняти, обмінювати”), *money lender* – “позикодавець, кредитор” (від *to lend* – “позичити комусь, давати в борг”), *teller* – “касир у банку” (від *to tell* – “рахувати гроші, платити”), *receptionist* – “секретар у приймальні” (від *to receive* – “приймати (гостей)”) та ін.

Предмет обміну (*object to be sold*) у своїй матеріальній формі зазвичай представлений у вигляді товару (*goods*), який повинен змінити власника, букв. “перейти з рук у руки” (*to change hands*). Як зазначає Ю.В. Ніколенко, товар є суспільним продуктом або послугою, який задовольняє людські потреби, що визначає його споживчу вартість, “його товарне тіло” [9, 102]. В економічній теорії вирізняють також економічний товар (*economic good*), тобто такий, що потрібний, достатньо дефіцитний, щоб мати ціну і бути запропонованим на ринку [3, 125, 278]. У розвиненому товарному господарстві всі товари прирівнюються до грошей, які є мірилом їхньої вартості, а самі гроші є особливим товаром. Субстантивованій іменник *good* на позначення “добро, благо, користь”, відомий з XII ст., походить від давньоангл. іменника *gōð* – “власність” (*property, possessions*); з XIV ст. набуває значення “товар” (*merchandise, wares*) [21, 406].

В англomовному бізнес-дискурсі вербалізатор концепту “goods” диференціюється в низці синонімічних лексичних одиниць: *commodity* – “предмет споживання, товар, часто сировинний, ек. продукт”, *merchandise* – “товари”, *lines* – “товари”, *wares* – “товари, продукти виробництва”, *actuals / physicals* – “наявні товари”, *item* – “товар – окрема назва в асортименті, виріб”, *product* – “продукт, виріб, фабрикат”, *article [of commerce]* – “предмет [торгівлі], товар, виріб”, *thing for sale* – “товар”, *vendible* – “предмет, придатний для продажу”, *staple* – “основний продукт, основний товар [країни]”, *hucksteries* – “дрібні товари”, *produce* – “с/г продукти” та ін. До його концептуарію входять економічні поняття, що передають ознаки, характеристики та атрибутику товару, й утворюють таку фреймову структуру: “price” (ціна), “cost” та “value” (вартість), “commodity circulation, trade/goods turnover” (товарообіг), “exchange of commodities” (товарообмін), “product concept” (концепція товару), “brand” (фабричне клеймо, торгова марка), “trade mark” (торговий знак, фабрична марка), “logotype” (логотип), “prototype” (прототип), “patent” (патент).

Лексема *product*, у свою чергу, формує власний сценарій, що в економічній теорії отримав назву *the product life cycle* (життєвий цикл товару) і який розгортається у такі етапи: *introduction stage* (етап впровадження), *growth stage* (етап зростання), *maturity stage* (етап зрілості), *decline stage* (етап занепаду). Життєвий цикл товару має також графічну репрезентацію (образ-картинку).

Похідний концепт “marketing” виокремився з базового концепту “market” порівняно недавно у зв’язку з розвитком масового виробництва, і як його наслідок – проблемою збуту продукції. В економічній теорії він отримав назву *концепт / концепція маркетингу* (the concept of marketing), під яким розуміють “комплекс взаємопов’язаних і науково обґрунтованих форм і методів господарювання в умовах цивілізованої ринкової економіки, що охоплюють всі стадії руху товару, починаючи з вивчення потреб і попиту, виробництва товарів і надання послуг різного роду, доведення їх до кінцевого споживача і закінчуючи організацією післяпродажного обслуговування (аж до утилізації)” [10, 83]. Концепція сучасного маркетингу ґрунтується на принципі: “виробляйте те, що можете продати, замість того, щоб намагатися продати те, що можете виробити” і метафоризується у вислові Альфреда Слоуна *The customer is king* (Покупець – король). Його сутність як наукового поняття полягає у так званому *комплексі маркетингу* (marketing mix / complex), або формулі маркетингу (4 P’s), розробленою у 60-х р. ХХ ст. американським економістом Нілом Борденом: *product, price, promotion, place* (товар, ціна, реклама, розміщення). На користь того, що маркетинг – цілісна система засобів на задоволення потреб споживача – свідчить розгалуженість терміноутворень з ключовим словом *marketing*. Наведемо деякі з них: *concept of marketing* (концепція маркетингу), *direct marketing* (прямий маркетинг, збут без

посередників), *concentrated marketing* (концентрований маркетинг), *marketing functions* (функції маркетингу), *marketing management* (управління маркетингом), *marketing plan* (план маркетингу), *marketing policy* (політика маркетингу) та багато інших.

Концепт “marketing” має динамічну фреймову будову і розгортається у таку послідовність подій: виникнення ідеї нового товару, вивчення можливостей її реалізації, опитування орієнтованих покупців для вивчення попиту, виготовлення прототипу, розроблення дизайну та упаковки, проведення рекламної кампанії, обчислення вартості одиниці продукції, продаж контрольної партії, впровадження у виробництво серії товару, розповсюдження продукції через торгових представників, забезпечення достатньої кількості одиниць товару тощо.

Таким чином, проведений концептуальний аналіз дозволив виокремити базовий концепт “trade” та його субординаційні концепти, дослідити їхні поняттєві парадигми, етимони, вербалізатори та співвідносні термінопоняття. Так, для концепту “trade” етимоном є “track”, для концепту “market” – “place”, для концепту “goods” – “good”, для концепту “exchange” – “cheat”. Базовий концепт “trade” диференціюється в поняття, що мають свої характерні особливості: “commerce”, “traffic”, “truck”, “barter”, “sale”, “auction”, і диверсифікується в субординаційні концепти “exchange”, “market”, “goods”. Кожен із субординаційних концептів інтегрує у собі концепти-поняття нижчого рівня організації, зокрема концепт “market” – поняття “mart”, “bazaar”, “fair”, концепт “goods” – “product”, “service”, “money”, концепт “exchange” – “buyer”, “intermediary”, “seller”. Від концепту “market” утворився його похідний концепт “marketing” / “marketing complex”. Таким чином, концептуарію базового концепту “trade” можна представити у вигляді такої моделі (рис. 1).

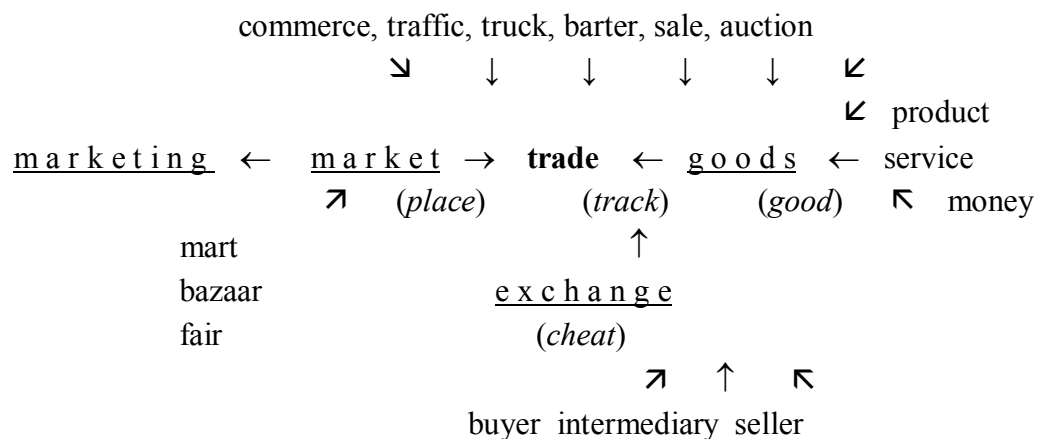


Рис. 1. Концептуальна модель базового концепту “trade”.

У плані подальшого вивчення планується розглянути базові концепти “enterprise”, “manage”, “money” для побудови цілісної концептуальної моделі сучасного англomовного бізнес-дискурсу.

ПРИМІТКИ

¹ *Mall* (від *pall-mall* – назва гри, популярна в Італії і Франції у XVI та Британії у ХУІІ ст., походить від італ. *palla-maglio* (*palla* – “м’яч”, *maglio* – “молоток”). Згодом нею стали позначати алею, на якій грали у цю гру, з часом – будь-яке місце для прогулянок або вулицю, напр., *The Mall* – алея у Снт. Джеймському парку Лондона. З ХХ ст. лексема вживається на позначення заміського торговельного центру з пішохідними алеями між рядами магазинів або пасажі крамниць під одним дахом, тж. *shopping malls*. (*The Merriam-Webster New Book of Word Histories*. – Springfield: Merriam-Webster Publ., 1991. – P. 289-290)

² Повна назва Wal-Mart Discount City належить американському підприємцю Сему Волтону (Sam Walton), який реалізував ідею покупок в одному місці. Як результат – створення торговельного центру величезних розмірів та можливостей, на кшталт містечка, де можна придбати будь-яку річ – від продуктів харчування до промислових товарів, а також розважитися і попоїсти. Особливу привабливість складають низькі ціни та значні знижки.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Англо-русский словарь по экономике и финансам / Под ред. А.В.Аникина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – 579 с.
2. Балла М.І. Новий англо-український словник. – К.: Чумацький шлях, 2000. – 700 с.
3. Бизнес: Оксфордский толковый словарь. – М.: Изд-во “Прогресс-Академия”, Изд-во РГГУ, 1995. – 752 с.
4. Большой англо-русский словарь: У 2-х томах. / Под ред. И.Р.Гальперина. – М.: Изд-во “Сов. энциклопедия”, 1972. – Т. 2. – 863 с.
5. Іващенко В.Л. Термін концепт у психолінгвістичному осмисленні // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. пр. / Відп. ред. Л.О.Симоненко. – К.: КНЕУ, 2003. – Вип. У. – С. 211 – 217.
6. Куделько З.Б. Англійська терміносистема ринкових взаємин: синтагматичні та парадигматичні особливості: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2003. – 20 с.
7. Лозовский Л.Ш., Райзберг Б.А., Ратновский А.А. Универсальный бизнес-словарь. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 640 с.
8. Олійник А.Д. Роль запозичень англіцизмів у розвитку сучасної української мікроекономічної термінології: Дис. ... канд.філол. наук: 10.02.01. – К., 2002. – 167 с.
9. Основи економічної теорії / За ред. Ю.В.Ніколенка: У 2-х кн. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Либідь, 1998. – Кн.1. – 272 с.
10. Основи економічної теорії / За ред. Ю.В.Ніколенка: У 2-х кн. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Либідь, 1998. – Кн.2. – 272 с.
11. Словник іншомовних слів / За ред. О.С.Мельничука. – К.: Гол. ред. УРЕ, 1977. – 775 с.
12. Фурсова Л. Особливості термінологічної номінації у підмові економіки (на матеріалі сучасної англійської мови) // Прикладна лінгвістика у ХХІ столітті: лінгводидактичні та культурологічні стратегії: Праці міжнар. наук. конф. – Львів: Українські технології, 2003. – С.43.
13. Adam J.H. Dictionary of Business English. – Harlow: Longman, York Press, 1989. – 564 p.
14. Collin Dictionary of Banking and Finance. – 2nd ed. – Teddington: Peter Collin Publ., 2000. – 344 p.

15. Dudley-Evans T., Henderson W. The Language of Economics: The Analysis of Economics Discourse / Ed. by. – Modern English Publications with the British Council, 1990. – 116 p.
16. Funk & Wagnalis Standard Handbook of Synonyms, Antonyms and Prepositions / Ed. by J.C. Fernald. – N.Y.: Funk & Wagnalis Publ., Cop. 1947. – 515 p.
17. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – Oxford: Oxford University Press, 1980. – 1036 p.
18. Karlöf B. Key Business Concepts: A Concise Guide. – London, N.Y.: Routledge, 1993. – 211 p.
19. Kourdish O. Proper names in brand and trade names // Modern Trends in Teaching and Studying English in Ukraine: Materials of the 3d TESOL West-Ukraine Regional Conference, 29 October 2004. – P.27-28.
20. The New Encyclopædia Britannica. – In 28 vol. – Macropaedia. – Chicago: Encyclopædia Britannica, 1993. – Vol. 23. – 928 p.
21. The Oxford Dictionary of English Etymology / Ed. by C.T.Onions. – Oxford: Clarendon, 1996. – 1024 p.
22. The Oxford English Dictionary: In 20 vol. – Oxford: Clarendon Press, 1991. – Vol. III. – 1080 p.
23. The Oxford English Dictionary on Historical Principle: In 20 vol. – 2nd ed. – Oxford: Clarendon Press, 1991. – Vol. XYIII. – 1616 p.
24. Pawley M., Winstone D., Bentley P. UK Financial Institutions and markets. – London: MaMillan, 1991. – 309 p.
25. Zhytnikova K. The process of idiomatisation in the terminological system of management and marketing // TEFL Innovations and Challenges: Materials of the 8th National TESOL-Ukraine Conference, 23-25 Jan. 2003. – Хмельницький: РВЦ Технол. ун-ту Поділля, 2003. – P.198-202.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Людмила Науменко – кандидат філологічних наук, доцент кафедри методики навчання іноземних мов та прикладної лінгвістики Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Наукові інтереси: дискурсознавство, концептологія, теорія мовної комунікації.

ПРЕДСТАВЛЕННЯ ДІЙСНОСТІ В КАЗКОВОМУ ДИСКУРСІ

Ірина НІКІТІНА (Кіровоград)

У статті зроблено спробу проаналізувати казковий дискурс як когнітивно-прагматичний феномен. У результаті дослідження визначено завдання та аспекти вивчення казкового дискурсу, його основні складники.

The article makes an attempt to analyze the discourse of fairy-tales as a cognitive and pragmatic phenomenon. As a result we defined the main features, the task and the aspects of fairy-tales discourse.

Дослідження дискурсу (від *англ.* discourse – розмова, мовлення, міркування, процес пояснення) викликає особливу увагу і зацікавленість вітчизняних лінгвістів у зв'язку з відсутністю чіткої системи знань про цей когнітивно-прагматичний феномен. О. О. Селіванова розрізняє чотири аспекти розуміння терміна “дискурс”, серед яких ми виділяємо дискурс як

“замкнену цілісну комунікативну ситуацію (подію), складниками якої є комуніканти й текст як знаковий посередник, зумовлену різними чинниками, що опосередковують спілкування й розуміння (соціальними, культурними, етнічними і т. ін.)” [9, 119].

Основою дискурсу служать ментальні структури (концепти, когнітивні схеми). Саме вони забезпечують можливість надходження інформації про події, що відбуваються, її перетворення, а також керування процесами перероблення інформації й вибірковість інтелектуального відображення в процесі пізнання дійсності. Точність інтерпретації дискурсу залежить від ясності вираження, форми подання висловлення (експліцитної чи імпліцитної); цей аспект уводить до сфери вивчення дискурсу те, що слугує підґрунтям інтерпретації, – ментальні особливості, прагматичні настанови.

І. С. Шевченко визначає дискурс як “інтегральний феномен, мисленнево-комунікативну діяльність, яка є сукупністю процесу й результату і включає як позалінгвальний, так і власне лінгвальний аспект; в останньому крім тексту виділяється пресуппозиція й контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), які обумовлюють вибір мовних засобів” [12, 105-106]. Таке визначення дозволяє звузити поняття дискурсу й встановити методи його аналізу.

Казковий дискурс – це не стільки те, як говорять про казку, стільки те, як казка говорить до маленького слухача. Дослідження казкового дискурсу ставить за мету визначення форми використання мови в казці, а саме комунікативних принципів, когнітивних властивостей, зміни ролей тощо. У руслі теорії комунікації О. О. Селіванова виділяє три рівні комунікативного акту: “Перший співвіднесений з вербально-знаковою формою репрезентації дискурсу – текстом, другий – із сенсом, який у ньому закладено та інтерпретовано адресатом, третій пов’язаний із взаємодією комунікантів у соціальному середовищі, співвідношенням їх мети, стратегій та реакцій” [8, 158].

Дослідження казкового дискурсу як мовного оформлення ідеї казки вимагає розгляду таких аспектів:

- вербалізація казкової ситуації, що відображає світогляд соціуму (когнітивний аспект);
- стиль мовлення казкових героїв (власне лінгвістичний аспект);
- визначення ролі мовця і слухача у формуванні казкового дискурсу (прагматичний аспект).

Лінгвокогнітивний план дискурсу “безпосередньо пов’язаний зі свідомістю мовця, з тими знаннями та уявленнями, які має мовець і які мовна особистість набуває в процесі соціалізації, що є основою “культурного масиву”, який транслюється від покоління до покоління в рамках одного етносу” [5, 245] Казковий дискурс викристалізований через призму світобачення народу (як автора), що наділяє його певними властивостями. Л. С. Піхтовнікова слідом за Г. Г. Почепцовим виділяє такі

складники дискурсу, як текст і соціальний контекст, та підкреслює їхню взаємозалежність [7, 29]. Когнітивний аспект у казковому дискурсі реалізовано передусім завдяки самому тексту казки як квінтесенції національно-маркованої сукупності знань та уявлень. На цьому наголошують автори підручника “Українська усна народна творчість” М. Б. Лановик та З. Б. Лановик: “Казка – це певний епічний твір народної словесності, в якому відображені різночасові вірування, погляди та уявлення народу у формі структурованої, хронологічно послідовної сюжетної оповіді, яка має чітку композиційну будову, яскраво виражену колізію (в основі якої лежить протиставлення між добром і злом, що завершується перемогою добра)” [6, 405].

На різних етапах розвитку етносу “фольклор забезпечував безперервність духовного зв’язку між поколіннями і заодно з мовою та іншими формами традиційної культури був виразником національної самосвідомості й менталітету народу” [3, 345]. Багато дослідників вважають, що саме фольклор є першим різновидом в історії українського мистецтва слова. Казка як один з видів фольклорного тексту – “не просто історично і семантично мінливий текст, він, узятий в аспекті своєї знаковості, завжди наділений невичерпною багатозначністю, полюсами “предметного образу” і “глибинного сенсу”, які просвічують один через одного і надають творчості смислової перспективи” [2, 156].

Саме фольклор несе в собі національно-мовну ідею кожного народу. Вона представлена в загальноприйнятих національних поняттях, концептах, які, у свою чергу, виражаються словесно рідною мовою. “Національна специфіка української казки полягає у відображенні українського побуту, поглядів на світ, властивих українцям, тощо” [3, 353]. Текст казки насичений символами та абстрактними поняттями, які дають підказку про історичну епоху їх виникнення й побутування. Коли діти слухають казки, зазвичай вони глибоко вражені, не здогадуючись про те, що дізнаються про людський досвід життя на землі.

Фольклористи наполягають, що сюжет усіх казок походить від давніх традицій та ритуалів. “Жанрова матриця казки зберегла певні риси міфу: нахил до незвичайних подій, “невизначеність” хронотопу, опозицію “свій-чужий”, наявність певних випробувань, заборон та їх порушень, ланцюг втрат і надбань тощо” [11, 24]. З приходом християнства серед персонажів казок з’являються люди. Саме православна віра принесла поняття людини як творіння Божого. Негативні риси людей, згідно з віруваннями, засуджувалися, позитивні – прославлялися.

Наступним етапом укорінення народної казки є поява побутових казок, де зображується буденність персонажів і подій. Ці казки з’явилися в період класового поділу суспільства. У побутових казках яскраво виражені нові образи: *бідняк і багач, цар і солдат, пан і селянин*. Ці казки зображають побут людей, позитивні й негативні сторони життя.

Мова казки з її особливою лексикою, граматиною та фонетикою є окремим різновидом національної мови, яка втілює національно-мовну картину світу певного народу. Наприклад, у казці “Котик і півник” ми знаходимо відтворення музичних фрагментів національно-мовної картини світу: *бандурка, бубни, сурми*; фрагментів рельєфу місцевості – *За кленові ліса, за крутії гори, за бистрії води*; атрибутів національної кухні – *борщик, паляничка, калачі*; особливостей побутових занять – *йти по дрова, пекти палянички*. У казці “Коза-Дерева” знаходимо свідчення про специфіку національного одягу – *червоні чоботи*.

За відомою класифікацією героїв казки Л. Ф. Дунаєвської, вони поділяються на три категорії: злотворці, добротворці та знедолені. Мовлення кожної з цих груп має яскраво виражені особливості. Вербальний і невербальний опис злотворців завжди помітно відрізняється негативним відтінком забарвлення. Наприклад, дії Царя Ірода в казці “Іван – мужичий син” можна простежити через ланцюг дієслів *збивати – полетіти – вдарити – веліти – наказувати – повбивати – помучати*. Добротворці піклуються про героїв, з якими взаємодіють у казці, – наприклад, Телесик в однойменній казці *ловив рибу для діда й баби*.

Прагматичний аспект казкового дискурсу передбачає цілісність мовного акту, що, згідно з концепцією Дж. Остіна, забезпечується трьома групами дій: 1) локуцією – говорінням у єдності фонетичного, фатичного, ретичного компонентів; 2) ілокуцією – наміром, метою мовлення; 3) перлокуцією – наслідками досягнення результату мовного акту з огляду на вплив мовця на свідомість і поведінку адресата [Див. про це 9, 459].

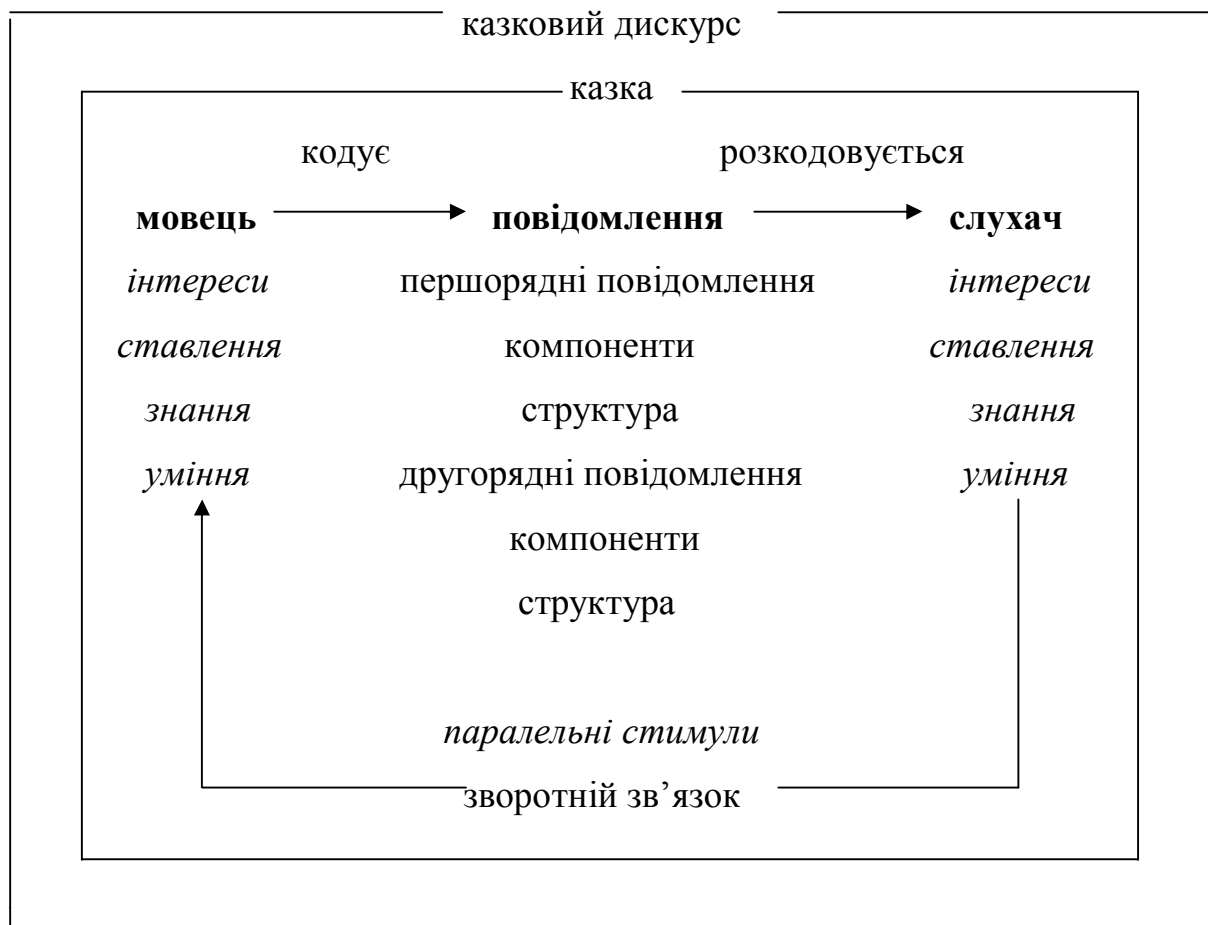
Ураховуючи вік і ступінь розвитку життєвих навиків маленьких слухачів, уважаємо особливо цінною думку про казку як комунікативний засіб пізнання світу дитиною. Для досягнення своїх цілей, підкреслював Д. Апотелоз, “дитина й не намагається використовувати в ролі посередника дорослу людину” [1, 62]. Підсвідомо з метою пізнання навколишнього середовища дитина обирає посередником казку як головного носія інформації про довкілля. Безперечно, релевантна й безпосередня участь дорослої людини, яка озвучує казку і тим самим виконує важливу роль у комунікативно-пізнавальному процесі дитини. Використовуючи принцип побудови комунікативного трикутника Д. Апотелоза, пропонуємо схему 1, на якій зображено процес пізнання світу дитиною через казку. Казка виступає в ролі того, хто розповідає, є носієм інформації про навколишнє середовище.

Схема 1. Комунікативний трикутник дитини



Як саме казка спроможна примусити слухача (дитину) зрозуміти її значення, якщо зміст завуальовано? Як дитина будує сценарій можливих ситуацій, як відчуває світ через імпліцитність тексту? Д. Вандервекен пропонує використання ілокутивної логіки: “Ілокутивний акт – це інструмент, який застосовується в лінгвістичних цілях у процесі мовленнєвого дискурсу і слугує засобом фіксації стану справ у світі” [4, 131]. На основі принципів моделювання мовлення, запропонованих Рональдом Рейдом [14, 7], ми спробували відобразити процес казкового дискурсу (Схема 2):

Схема 2. Процес мовлення в казковому дискурсі



Вивчаючи прагматику людської комунікації, Ф. С. Бацевич, Г. Г. Почепцов, Дж. Бівін виділяють два її типи – цифрову (вербальну) та аналогову, до якої відносять усі види невербальних компонентів комунікації; при цьому вони вважають, що остання тісніше співвіднесена з предметом або явищем, яке вона намагається позначити [Див. про це 10, 52]. Складність аналогової, або невербальної, комунікації полягає у відсутності чіткої структури передачі інформації. Казковий дискурс, на наш погляд, характеризується інтонаційною насиченістю, повільністю вимови та іншими властивостями, які можуть задовольнити інформаційну потребу комунікантів. Слухове сприйняття мовлення діє за певними законами

перероблення інформації, які можна зобразити схематично (Схему 3 складено на основі вивчення матеріалів [14, 29–42], [9, 574–576]). На першому етапі відбувається розпізнавання акустичних сигналів, на другому – ототожнення акустичних сигналів і конкретних звуків з подальшим лексичним, синтаксичним і семантичним сприйняттям, що веде до розуміння тексту на третьому етапі.

Схема 3. Етапи слухового сприйняття мовлення



У дослідженні впливу мовних засобів на сприйняття тексту важливо звернути увагу на другий етап слухової рецепції мовлення. Відомо, що вербальне спілкування супроводжується “кодовими системами паравербальних засобів, на які, за підрахунками дослідників, припадає 60-80% інформації” [9, 571]. Велику частину кодових систем паравербальних засобів представляють фонаційні, а саме: тембр, темп, мелодика, тон, гучність, дефекти й індивідуальні особливості мовлення, паузи тощо. Саме від належного застосування таких засобів залежить правильність / неправильність розуміння тексту. Ретельному відбору мають підлягати мовні засоби під час читання / розповідання казки, коли ми маємо справу з початковим розумінням дитиною життєвих істин, моральних категорій добра і зла, правди і кривди. Темп мовлення як швидкість вимови елементів є важливим складником інтонації, зокрема при читанні казки. При виборі темпу слід урахувати індивідуальні особливості дитини. У зв’язку з утіленням категорій добра і зла, темп читання змінюється залежно від важливості / неважливості конкретного факту в повідомленні. Наприклад, у казці “Ріпка”: “Посадив ді-д рі-пку”. Знаком “-“ ми позначили тривалість вимови голосних. Таке уповільнення можна спостерігати при читанні казок молодшим слухачам для зосередження уваги на головному.

Дослідження казкового дискурсу як мовного оформлення ідеї казки пов’язане з вивченням лінгвокогнітивного та прагматичного аспектів. Лінгвокогнітивний аспект спрямований на розгляд мови казки (з її особливою лексикою, граматикою та фонетикою) як окремого різновиду національної мови, що в ній утілена національно-мовна картина світу певного народу. Прагматичний аспект казкового дискурсу передбачає

цілісність мовного акту, в єдності локутивного, ілокутивного, перлокутивного планів висловлення. З урахуванням віку й ступеня розвитку життєвих навиків у дітей, на особливу увагу заслуговує аспект вивчення казки як комунікативного засобу пізнання світу дитиною. Її ефективність великою мірою залежить від правильного використання вербальних та паравербальних засобів у процесі розповідання казки. Визначення мовних ресурсів реалізації зауважених аспектів казкового дискурсу становить перспективу подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Апотелоз Д. Язык, мышление и референция // Концептуализация и смысл. – Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние, 1990. – С. 60-66.
2. Астаф'єв О. Фундаментальна праця з історії української фольклористики // Українська мова в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. – 2005. – №3. – С. 155-157.
3. Брицина О., Довженок Т., Шевчук Т. Фольклор українців // Українці: Історико-етнографічна монографія: У 2 кн. – Кн. 2. – Опішне: Укр. народознавство, 1999. – С. 345-356.
4. Вандервекен Д. Небуквальныя речевыя акты // Концептуализация и смысл. – Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние, 1990. – С. 131-137.
5. Красных В.В. Анализ дискурса в свете концепции фрейм-структур сознания // Культурные слои во фразеологизмах и дискурсивных практиках / Отв. ред. В.Н. Телия. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 243-250.
6. Лановик М.Б., Лановик З.Б. Українська усна народна творчість: Підручник. – К.: Знання-Прес, 2005. – 591с.
7. Піхтовнікова Л.С. Стилїстика і синергетика дискурсу // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків: Константа, 2005. – С. 29-36.
8. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К.: Брама, 2004. – 334 с.
9. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
10. Солощук Л.В. Невербальні складові англomовного дискурсу // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків: Константа, 2005. – С. 145-181.
11. Тихолоз Н. Попелюшка чарівного замку, або некоронована царівна жанрів: Казка як вид художньої словесності // Укр. мова й літ. в середніх шк., гімназіях, ліцеях та колегіумах. – 2002. – №5. – С. 22-31.
12. Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків: Константа, 2005. – С. 105-118.
13. Шевченко І.С., Морозова О.І. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків: Константа, 2005. – С. 21-29.
14. Ronald F. Reid. Introduction to the field of speech. – New York: Scott, Foresman and company, 1965. – 260 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ірина Нікітіна – здобувач кафедри української мови КДПУ ім. В. Винниченка, старший викладач КФ ВНЗ ВМУРоЛ “Україна”.

Наукові інтереси: лінгвопрагматика казкового дискурсу, українського фольклору.

ПРАВОВА КАРТИНА СВІТУ: КЛЮЧОВІ КОМПОНЕНТИ ЗМІСТУ (на матеріалі американської лінгвокультури)

Оксана ОЛІЙНИК (Київ)

Стаття присвячена визначенню змісту американської правової картини світу як ментального образу відповідної правової системи та її ключових компонентів, які можливо описати шляхом аналізу засобів їхньої вербалізації.

The paper describes the contents of the American legal mapping of the world as the mental image of the appropriate legal system and its key components which can be depicted by way of analysis of their means of verbalization.

Серед наукових картин світу дисциплінарного знання особливе місце в життєдіяльності кожної лінгвокультури займає *правова картина світу* (ПКС), тому що право як механізм соціального регулювання відіграє виключно важливу роль у сучасному суспільстві й знаходить множинне втілення в мовній семантиці та комунікативній діяльності представників етнічних лінгвокультур [4; 5; 9]. Під *правовою картиною світу* розуміємо вербалізовану інтерпретацію мовним соціумом права як системи норм, що визначають міру рівності, свободи й справедливості, регулюють життєдіяльність членів цього соціуму на певному етапі його історичного розвитку. ПКС є конструктором наукового знання про право як регулятор суспільної поведінки, водночас „наївна” свідомість носіїв певної лінгвокультури містить „наївні” знання про право, закон, злочин, покарання, які знаходять своє вираження засобами національної мови й відображають як універсальні, так і ідіоетнічні особливості правового бачення дійсності.

У сучасних мовних студіях відсутнє чітке визначення правової картини світу, її структури та змісту; дотепер не знайшла вичерпного опису специфіка *американської національної правової картини світу* (АНПКС), хоча розглядалися окремі її концепти: репрезентація концептів *crime* і *punishment* у британській та американській юридичній термінології [4]; концепт *punishment* у сучасній англійській мові [6]; мовна репрезентація концепту *crime* [5]; лінгвокультурний концепт *закон* у зіставному аспекті з російськомовною картиною світу [9]; концептуальне поле «*Право і закон*» як основа навчального професійно-орієнтованого словника [2].

Якщо правова картина світу є проекцією цілісного сприйняття об'єктивної дійсності певним типом людської свідомості – професійно-юридичної, тобто системи всієї групової свідомості юристів, зорієнтованої на потреби забезпечення функціонування права в суспільстві, то опис змісту ПКС, компонентів її структури та мовних засобів репрезентації в аспекті національно-культурної специфіки на часі складає актуальне лінгвістичне завдання. Відтак, мета цієї статті полягає в обґрунтуванні змісту національної правової картини світу шляхом аналізу таких її ключових

компонентів, як *право*, *закон*, *норма* на матеріалі американської лінгвокультури.

Визначення правової картини світу, наведене нами, зумовлює важливість поняття «*права*» для розуміння та інтерпретації ПКС. Право тлумачиться як «система загальнообов'язкових формально-визначених норм, що виражають державну волю суспільства, її загальнолюдський або класовий характер, продукуються та санкціонуються державою й охороняються від порушень можливістю державного примусу» [1, 80]. При цьому під *нормою* права розуміють загальнообов'язковий, формально визначений припис, що видається державою і виражений у формі правила поведінки або відправної настанови як регулятора суспільних відносин [1, 208]. Норми права закріплюються в нормативно-правових актах (НПА) різної юридичної сили, а саме офіційних письмових документах компетентного державного органу, в яких містяться правила поведінки загального характеру, що забезпечуються державним примусом. НПА, який має вищу юридичну силу щодо інших нормативно-правових актів, називається *законом* [12].

Дефініційно-компонентний аналіз слів «*право*», «*норма*», «*закон*» дозволяє вивести гіпер-гіпонімічні відносини між ними: «*право*» є гіперонімом для слів «*закон*» і «*норма*», які пов'язані між собою, відповідно, як ціле та частина.

Аналіз визначень *права* як окремої галузі соціально-гуманітарного знання дозволяє виокремити його гносеологічні, прагматичні та онтологічні риси.

У *гносеологічному* аспекті право тлумачиться як система формально встановлених, загальнообов'язкових норм/правил, які охороняються владою та які визначають міру свободи, рівності й справедливості в поведінці та діяльності соціальних суб'єктів [8, 538]. Право також охоплює принципи вирішення суперечливих питань. Юридичне, або законодавче право, визначають як «позитивне право», тобто штучне право, що виходить від держави й суспільства, виражене в писаних нормах, міститься в нормативно-правових документах: законах, судових прецедентах, актах влади [11, 208].

У *прагматичному* аспекті право є системою регулювання поведінки людей у суспільстві засобами встановлених норм, за умови, що дотримання цих норм забезпечується санкціями [14, 61]. Реалізуючи фундаментальні функції культури – освоєння та пізнання світу, нормативну, комунікативну, захисну та інші функції, право охоплює весь комплекс зв'язків, які регулюють життєдіяльність людини.

В *онтологічному* плані праву властивий *дуалізм*: воно опосередковує, пов'язує дві принципово важливі протилежності — абстрактне та конкретне: а) писані закони — ідеалізовані, абстрактні уявлення про Вищу Справедливість та абсолютний закон (у стародавніх текстах це пряма

апеляція до вищої, божественної сили; у наш час – до природного порядку речей і раціональності світобудови); б) неписані звичаї – конкретні й навіть «брутальні» практики втілення абстрактних принципів у соціальну повсякденність: слідство, судочинство, пенітенціарна система, нагляд і покарання [13, 4-5]. У процесі вивчення правової картини світу дуалізм права зумовлює необхідність його розгляду як фрагменту наукового знання та як реальну практику застосування права тими суб'єктами, які цим знанням володіють.

Представлені міркування дозволяють виокремити зміст поняттєвої складової права як «системи норм (правил поведінки або настанов)», а його образна складова охоплює вторинне переосмислення права як «регулятора суспільних відносин».

Право передбачає унормований виклад у вигляді правової системи. Під *правовою системою* розуміють комплекс взаємозалежних і узгоджених юридичних засобів, призначених для регулювання суспільних відносин, а також юридичних явищ, що виникають унаслідок такого регулювання – правові норми, правові принципи, правові відносини, правова поведінка та ін. [11, 237-238]. У широкому сенсі правова система включає кожного, хто бере участь у створенні, обслуговуванні, впровадженні, змінюванні та підтримуванні законів [15, 7].

Історично склалося так, що загальне поняття „правова система” певної країни інтегрує власні правові звичаї, традиції, законодавство, юрисдикційні органи, особливий правовий менталітет, правову культуру [11, 211], отже кожній ідіоетнічній правовій системі притаманна національно-культурна специфіка. З юридичної точки зору, закон отримує неоднозначне тлумачення в різних системах права: в країнах романо-германської правової сім'ї (країнах «писаного права») закон вважається важливим джерелом (формою) права [10], а судові рішення, що не має основи в законі – безпідставним (*sine lege loquens erubescit*). В Англії та США надають перевагу цитуванню судових рішень, які застосовують певний закон, замість цитування самого закону. Звідси, звичайною для права формою об'єктивації норми в цих країнах є форма судових рішень.

Зародки американського права з'явилися лише на початку ХІХ ст. І хоча вже наприкінці ХVІІІ ст. існували колонії, населення яких постійно збільшувалося, почали діяти суди і виник клас професійних юристів та суддів, проте ще не існувало рішень судів, які б регулярно публікувались та доводилися до широкого загалу суддів [17, 9]. Єдиними джерелами права були англійські правові документи, до яких додавались американські роз'яснення та поправки. Наприкінці ХІХ ст. американська система права почала набувати тих рис, які відрізняли її від системи права Англії [16, 9-10]. На відміну від англійського права американське право розвивалося більш системно: американські юристи докладали багато зусиль для систематизації та вдосконалення нормотворення. Відтак формулювання американських

юридичних законів було суворішим ніж англійських, що дало підстави вважати англійських правників «романтиками», а американських – класиками права [16, 10-11].

Виходячи з глобального представлення функціонуючого права у вигляді правової системи, вважаємо логічним визначення ідіоетнічної правової картини світу як ментального образу певної правової системи. Ключові компоненти змісту ПКС відповідають структурним елементам правової системи, а їхній перелік визначаємо як такий: право, його закони, норми та принципи; суб'єкти права й об'єкти їхньої правової діяльності; правовідносини та правова поведінка.

У юриспруденції здавна ведуться дискусії про те, що слід визнавати найважливішим елементом права – ідеї, норми чи дії (відношення). Переважає думка, що елементарною складовою права є норма (припис), а сукупність норм в їхній цілісності та системності утворюють об'єктивне право тієї чи іншої держави [9, 5]. У загальному розумінні норми виступають як регулятори соціальних взаємодій усіх рівнів і видів, які забезпечують їхню організацію, впорядкування, інституціоналізацію й контроль [8, 883]. *Норма права* є формально визначеним, сформульованим або санкціонованим державою загальнообов'язковим правилом поведінки загального характеру, реалізація якого забезпечується державним примусом [12].

Типологія норм права будується за різними семантичними критеріями [11, 214]: за формою закріплення бажаної поведінки суб'єктів права, за субординацією в правовому регулюванні та за характером розпоряджень (див. табл. 1.1.).

Таблиця 1.1.

Типологія норм права		
№	Класифікаційний параметр	Тип норми права
1.	Форма закріплення бажаної поведінки суб'єктів права	1.1. Імперативні норми
		1.2. Диспозитивні норми
2.	Субординація в правовому регулюванні	2.1. Норми матеріального права
		2.2. Норми процесуального права
3.	Характер розпоряджень	3.1. Дозвільні норми
		3.2. Zobov'язувальні норми
		3.3. Заборонні норми

Так, за формою закріплення бажаної поведінки суб'єктів права норми поділяються на імперативні, тобто такі, що прямо виражають правила поведінки, напр.: *Whoever, having knowledge of the actual commission of a felony cognizable by a court of the United States, conceals and does not as soon as possible make known the same to some judge or other person in civil or military authority under the United States, shall be fined under this title or imprisoned not more than three years, or both* [17, Title 18, §4] та диспозитивні,

або такі, що надають свободу вибору поведінки, напр.: (a) *Except as otherwise provided by this section, a preliminary examination shall be held within the time set by the judge or magistrate judge pursuant to subsection (b) of this section, to determine whether there is probable cause to believe that an offense has been committed <...>* [17, Title 18, Ch. 203, §3060]. Диспозитивну норму легко ідентифікувати завдяки наявності такого вербалізатора: “*Except as otherwise provided by...*” (якщо інше не зазначено в...) тощо.

За субординацією в правовому регулюванні норми права поділяються на норми матеріального права, тобто такі, що містять правила (права, обов’язки, заборони), на підставі яких можливо вирішення справи по суті, напр.: *The court may assess as damages in a civil action under this section the sum of the actual damages suffered by the plaintiff and any profits made by the violator as a result of the violation, but in no case shall a person entitled to recover receive less than the sum of \$1,000* [17, Title 18, Ch. 121, §2707]; та норми процесуального права, що встановлюють оптимальний порядок застосування норм матеріального права, напр.: *A subpoena issued under this section may be served by any person who is at least 18 years of age and is designated in the subpoena to serve it* [17, Title 18, Ch. 223, §3486].

За характером розпоряджень норми поділяються на: 1) дозвільні, напр.: *In the case of contumacy by or refusal to obey a subpoena issued to any person, the Attorney General may invoke the aid of any court of the United States within the jurisdiction of which the investigation is carried on or of which the subpoenaed person is an inhabitant,<...>* [17, Title 18, Ch. 223, §3486]; 2) зобов’язувальні, напр.: (a) *In any case involving a defendant charged with an offense, the appropriate judicial officer, at the earliest practicable time, shall, after consultation with the counsel for the defendant and the attorney for the Government, set the case for trial on a day certain, or list it for trial on a weekly or other short-term trial calendar <...>* [17, Title 18, Ch. 208, §3161] та 3) заборонні, напр.: *In trial of all persons charged with the commission of offenses against the United States and in all proceedings in courts <...>, the person charged shall, at his own request, be a competent witness. His failure to make such request shall not create any presumption against him* [17, Title 18, Ch. 223, §3481].

Приклади норми свідчать, що її мовною формою, як правило, виступає складнопідрядне речення, традиційна логіко-семантична структура якого містить наступні три елементи, що розташовуються у такій послідовності:

гіпотеза (припущення) → *диспозиція* (розпорядження) → *санкція* (стягнення) [11, 248].

Гіпотеза відповідає на запитання «Де? Коли? В якому випадку? За яких умов?». У диспозиції формулюється саме правило поведінки, а санкція встановлює заходи державного примусу, що можуть застосовуватися в разі порушення правила поведінки. Однак, не кожна норма має повний набір

елементів у такому порядку. Найчастіше трикомпонентну логіко-поняттєву структуру мають норми кримінального права, наприклад:

Whoever, having knowledge of the actual commission of a felony cognizable by a court of the United States, (гіпотеза) → conceals and does not as soon as possible make known the same to some judge or other person in civil or military authority under the United States, (диспозиція) → shall be fined under this title or imprisoned not more than three years, or both (санкція) [17, Title 18, §4].

Специфічною особливістю норм права вважається вживання в їхньому складі юридичних термінів як компонентів правової професійної комунікації [3, 6]. На відміну від спеціальних галузей, таких, як техніка або природничі науки, де терміни позначають конкретні предмети й можуть бути зображені графічно, що дозволяє достатньо легко визначити зміст поняття й співвіднести його з мовним позначенням, мова права виражає абстрактні поняття та зв'язки між ними [7, 25]. У цьому дослідники вбачають тісний зв'язок мови і права: правові поняття та норми можуть бути вираженими тільки засобами мови, що є єдиним «робочим інструментом» юриста, який повинен бути добре пристосованим для роботи з системою права, щоб забезпечити її функціонування [там само, 26].

Отже, *правова картина світу* певної лінгвокультури є ментальним образом її *системи права*, ключовими компонентами якої є *закони* та *норми*. Правова картина світу має свої засоби вербалізації: мовними корелятами *законів/судових рішень* виступають юридичні тексти, *норми права* вербалізуються реченнями, а елементарні правові *поняття* виражаються термінами.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у встановленні специфіки вербалізації норм права, елементарних правових понять, суб'єктів права в парадигмі американської національної правової картини світу.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Байтин М.И. Сущность права (Современное нормативное правопонимание на грани двух веков): Монография. 2-е изд. – М.: ООО ИД "Право и государство", 2005. – 544 с.
2. Галиева Д.А. Концептуальное поле «Право и закон» как основа учебного профессионально-ориентированного словаря: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2000. – 20 с.
3. Грищенко Ю.Г. Юридический термин как языковой и социокультурный феномен (на материале немецкого языка семейного права): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19, 10.02.04. – Ярославль, 2006. – 20 с.
4. Данилов К.В. Репрезентация концептов crime и punishment в британской и американской юридической терминологии: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2004. – 22 с.
5. Евтушок Ю.Г. Языковая репрезентация концепта crime (на материале американского варианта английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2004. – 15 с.

6. Контримович А.А. Концепт punishment в современном английском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2004. – 18 с.
7. Мушнина М.М. О правовой лингвистике в Германии и Австрии // Юрлингвистика-5: Юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права. – Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2004. – С.18-30.
8. Новейший философский словарь/ А.А.Грицанов (Сост. и гл. науч. ред.). – 3-е изд., испр. – Минск: Книжный Дом, 2003. – 1279 с.
9. Палашевская И.В. Концепт «закон» в английской и русской лингвокультурах: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2001. – 24 с.
10. Решетников Ф.М. Правовые системы стран мира: Справочник. – М.: Юридическая литература, 1999. – 512 с.
11. Скакун О.Ф. Теория государства и права: Учебник. — Харьков: Консум; Ун-т внутр. дел, 2000. — 691 с.
12. Словник юридичних термінів (російсько-український) / Уклад.: Ф.Андерш, В.Винник, А.Красницька, О.Юрчук. – К.: Юрінком. 1994. – 322 с.
13. Софронов-Антони В.Г. “Правовое бессознательное”: Русская правовая картина мира //Логос. – 2002. – №1(32). – С. 4-15. – Online: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002_01/01.htm
14. Тихонравов Ю.В. Основы философии права. М.: Вестник, 1997. – 624 с.
15. Adams David M. Philosophical problems in the law. – 4th ed. – Belmont CA: Wadsworth Thomson Learning, 2005. – 626 p.
16. Gilmore Grant. The ages of American law. — New Haven: Yale UP, 1977.– 154 p.
17. US Code Collection. – Cornell University Law School: The Legal Information Institute. – Online: <http://www4.law.cornell.edu/uscode/>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Оксана Олійник – аспірантка кафедри методики навчання іноземних мов та прикладної лінгвістики Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Наукові інтереси – актуальні проблеми лінгвокультурології, юридичної лінгвістики.

СЕМАНТИКА ПОБАЖАНЬ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Людмила ПАВЛОВСЬКА (Рівне)

The article is devoted to semantic and pragmatic peculiarities of wishes in English and Ukrainian. Analysis of pragmatic and semantic peculiarities of phraseological units proves that they have considerable potential in both languages, English and Ukrainian, perform the function of assessment and bear linguistic and extra linguistic information.

Статтю присвячено семантичним і прагматичним особливостям побажань в англійській і українській мовах. Аналіз прагматичних і семантичних особливостей фразеологічних одиниць свідчить, що вони мають значний прагматичний потенціал в англійській та українській мовах, виконують оцінну функцію і вміщують як лінгвальну, так і екстралінгвальну інформацію.

На мову як універсальний засіб відображення дійсності великий вплив мають екстралінгвістичні фактори: культура, традиції, вірування, рівень розвитку суспільства [11, 167]. І якщо ми маємо право говорити про національно-культурний колорит мови, то його перш за все треба шукати в

лексиці і фразеології і особливо в тих їхніх сферах, які пов'язані з соціально-етнічними і національно-культурними особливостями життя носіїв мови. У цьому аспекті досліджуваний матеріал англійсько-української фразеології дозволяє інтерпретувати отримані результати з погляду взаємозв'язку мови та культури. Специфікою культурного тексту є його різнокодовість, тобто поєднання одиниць різної субстанціональної природи. Такий підхід притаманний прагматиці, яка передусім вивчає вербальні тексти з позиції актів мовленнєвої поведінки залежно від їхньої комунікативної спрямованості, інтенції повідомлення і функції адресата.

Питаннями прагматики займалися як вітчизняні так і зарубіжні науковці, які зокрема досліджували: прагматичну спрямованість художніх текстів (Ю.Д. Апресян, Е.С. Азнаурова); комунікативно-прагматичні аспекти лексичних одиниць (О.О. Вовченко); прагматичну спрямованість синтаксису (В.В. Богданов); семантику та прагматику тексту (С.М. Толстая) тощо.

Останнім часом увагу вчених привертають відрегульовані елементи мовної системи, у яких знаходять відображення культурні стереотипи поведінки і через які людина впливає на думки, почуття і дії співрозмовника. До них належать прагматичні кліше (термін Н.Ф. Баландіної). Їх називають по-різному: мовними, рутинними, етикетними кліше чи формулами, прагматичними формативами чи ідіомами, семіінтеракціональними одиницями, комунікативними фразеологізмами, зворотами ввічливості тощо. Вони разом з прислів'ями, приказками та іншими знаками ідіоматичного характеру утворюють, на думку вчених, ширше угруповання – мовні стереотипи.

Мова займає провідне місце серед національно-специфічних компонентів культури, вона є одним із найвиразніших репрезентантів національної самобутності. І якщо мова – душа народу, то фразеологія – душа мови. Власне на фразеологічному рівні національно-культурні особливості мовної системи виявляються найбільш яскраво і своєрідно. Фразеологічні одиниці можуть характеризувати ситуацію в цілому, можуть характеризувати людину в тому чи іншому аспекті її діяльності, описувати поведінкові, ментальні, оцінні, соціальні, побутові та інші сфери людського існування. У сучасній лінгвістиці існують певні класифікації фразеологізмів: семантичні, структурні, функціональні тощо. Аналіз застосованих у цих класифікаціях критеріїв переконує в необхідності застосування комплексного підходу і насамперед урахування семантично-функціонального та прагматичного аспекту, які у контексті фразеології тісно пов'язані з аспектом етнолінгвістичним. Проте, серед зазначених класифікацій не існує класифікації фразеологізмів-побажань.

Статтю присвячено дослідженню фразеологічних одиниць побажань (ФОП) в англійській та українській мовах. Власне актуальним і раніше не досліджуваним виявляється аналіз фразеологічних одиниць побажань. В

умовах значного використання фразеологічних одиниць англійської та української мов набуває актуальності дослідження їхніх прагматичних, семантичних та тематичних особливостей. Метою пропонованої розвідки є:

- виявити та описати фразеологічні одиниці на позначення побажань;
- простежити зв'язок між фразеологічними одиницями, їхньою прагматичною спрямованістю та когнітивними процесами, спрямованими на пізнання світу;

- з'ясувати семантико-прагматичні особливості ситуативно маркованих вербальних формул в англійській та українській мовах залежно від функції адресата, інтенції та інших перлокутивно-ілокутивних характеристик одиниць; реконструювати їхній глибинний культурний зміст

- виокремити ФОП за тематичною ознакою та сферою референції.

У статті запропоновано оригінальну класифікацію ФОП за прагматичними та семантичними ознаками в їхньому типологічному та фольклорному висвітленні.

Теоретичні основи сучасних досліджень фразеології в аспекті взаємозв'язку понять мова – культура – етнос заклали праці В.М. Мокієнка, С.М. Толстої, М.І. Толстого, Є.М. Верещагіна, В.Г. Костомарова, В.М. Телії. У дослідженнях цих та інших науковців розроблено теоретичні основи етнолінгвістичного вивчення фразеології, запропоновано й апробовано методи дослідження, проаналізовано деякі групи фразеологізмів в аспекті відображення ними етнокультурної інформації.

У сучасних дослідженнях фразеології в етнолінгвістичному аспекті сформувалися три основні напрями.

Перший із них пов'язаний з вивченням фразеології як найбільш самобутньої в культурно-мовному аспекті частини номінативного складу мови, що передбачає виявлення у фразеологізмах різних типів екстралінгвістичних обумовлень, що співвідносяться з предметною сферою культури – з одного боку, а з іншого – виявлення тих мовних засобів і способів, які перетворюють фразеологізми на одиниці, здатні відображати своєю знаковою формою риси культури, характерні для тієї чи іншої мовної спільноти.

Друге коло питань стосується уточнення відмінностей у методах і результатах вивчення та опису культурної семантики фразеологізмів, здійснюваних у межах етнолінгвістичного, лінгвокультурологічного та контрастивного напрямів дослідження взаємодії двох різних предметних сфер – мови і культури.

Третій напрям охоплює проблеми, пов'язані з виділенням спільної для мови і культури методологічної основи, на якій розробляються методи вивчення одиниць фразеологічного складу мови, що виступають у функції відтворюваних від покоління до покоління знаків „мови” культури і беруть участь у трансляції ментальності народу-носія мови (дослідження М.І. Толстого, Є.М. Верещагіна, В.Г. Костомарова, В.М. Телії та ін.) [10, 5–6].

Вихідними для дослідження культурно-національної самобутності фразеологічного складу мови є такі положення:

1. Більшість одиниць фразеологічного складу мови характеризується культурно-національною специфікою.

2. У колективній підсвідомій пам'яті носіїв мови зберігається зв'язок фразеологізмів з тим чи іншим кодом культури.

3. Відтворюваність фразеологічних знаків сприяє трансляції культурно значущих установок від покоління до покоління і цим забезпечує формування – у процесах оволодіння мовою і користування нею – культурного самопізнання як окремої особистості, так і культурно-національної ідентичності народу – носія мови [14, 16].

Одну з найбільших продуктивних груп становлять побажання, що характеризують людину позитивно чи негативно. Усі вони в сукупності відтворюють різноманітність людських характерів і вдач, і в той же час фіксують факти з історії окремих народів, що дає змогу розглядати їх як національно-культурні символи. Використання побажань сприяє яскравішому і точнішому вираженню комунікативної інтенції мовця, робить мову персонажів чіткішою, барвистішою. Дієслова у таких висловлюваннях не тільки реалізують ілокутивну силу висловлення, але й підсилюють чи послаблюють його, регулюють набір ілокутивних сил. Фразеологізми побажань містять у більш або менш розгорнутому вигляді фрагменти дійсності в соціально-ідеологічній інтерпретації. Вони можуть бути предметом етимологічного, семантичного, прагматичного, когнітивного та інших способів аналізу з метою з'ясування зв'язку між лінгвальною та екстралінгвальною інформацією.

Здатність ФОП бути формами реакцій етносу на зовнішні та внутрішні збудники, їхню спричиненість рефлексивними настановами, безпосередня причетність до вираження емоціоналізму спонукають до їхнього аналізу не лише в ракурсі етнокультури, але й менталітету.

По-перше, залучення етнокультурної інформації до дослідження ФОП дозволяє встановити культурно-історичне тло їхнього виникнення, етапи їхнього формування. Наприклад, виразне міфологічне наповнення фразеологізмів *Колом тебе в землю!*; *Цур тобі та пек!*; *Най тя Перун стрілить!* інформує про язичницький період їхнього виникнення, а отже, про специфіку рефлексивних настанов мовців того періоду.

По-друге, аналіз наявних у ФОП образів-символів у зіставленні з конотативним контекстом, у якому вони закріпилися, дає можливість проаналізувати специфіку чинників емоційно-образних асоціацій як українців так і англо-саксів, кельтів.

По-третє, дослідження діапазону функцій, що їх виконують у мовленні ФОП як особливі мовні знаки не номінативного, а сигнального плану, дозволяє з'ясувати, які типи вербальних реакцій на зовнішні чи внутрішні

чинники українці, англо-сакси та кельти реалізують найчастіше, наскільки багата палітра словесного вираження тієї чи іншої рефлексії [10, 7].

Звернімося до переліку основних характеристик, властивих побажанням, запропонованим В.В. Богдановим [6, 21].

Найбільш яскравими та виразними є для даних висловлювань такі характеристики: 1) невірифікованість, тобто подані висловлювання-побажання не можуть бути описані за допомогою критерії "правдиве-неправдиве"; 2) автономіативність, тобто властивість номінувати саме себе, свій власний мовленнєвий акт. Засобом такої номінації є перш за все дієслово; 3) компетентність, тобто наявність умов правомірності мовця; 4) сінгеративність, тобто наявність умов щирості мовця; 5) препараторність, тобто наявність так званих попередніх умов; 6) граматична вираженість, як правило висловлення виражене дієсловом наказового способу або дієсловом майбутнього часу активного стану.

Для того, щоб здійснити якісний аналіз семантичних особливостей побажань, ми розподілили дієслова за семантичними групами та виділили їхнє прагматичне навантаження.

Унаслідок проведеного аналізу побажання можна згрупувати таким чином:

1. Повідомлення та твердження: *Bow down in the house of Rimmon* – дій всупереч своїм принципам, підкоряй свої політичні переконання політичній необхідності (етим. бібл.; Риммон – сірійське божество); *Don't bow the knee of Baal* – не створи собі кумира, не поклоняйся ідолу (етим. Бібл.); *Do at a Rome as Romans do* – прислів'я – у чужій монастир із своїм статутом не ходять; *з вовками жити* – по-вовчому вити (етим. виразів з словом Rome лат. *Si fueris Romae, Romano vivito more* – якщо ти в Римі, то живи, як римляни (АУФС, 281).

а) Побажання-надії: *Mills of God grind slowly but sure* – присл. рано чи пізно прийде відплата (кара), від кару не втечеш (АУФС, 668); *Sen tara, Bóg wiara* – Страшен сон, да милостив Бог; *Strzeżonego Pan Bóg strzeże* – Береженого Бог береже (RSSP, 457).

2. Другою групою у запропонованій класифікації є група перформативних висловлювань. Напр: *I'm from Missouri (you've got to show me)* – амер. розм. – словам не вірю (вам доведеться навести докази); *I hope to Christ (God < goodness, heaven)* розм. – як би мені хотілося, як би я хотів; *By the Holy Sepulcher* – клянусь гробом Господнім!(187) (ТТЕМ).

3. Третя група охоплює вигуки побажання, висловлювання прохання про забезпечення. Порівняймо: *For God's (Gad's, goodness', heaven's, in the name of Mike, for the grace of God!) sake* – розм. ради Бога!, заради всього святого!, скажіть на милість! (вигук, що виражає здивування, досаду тощо) (355); *In the name of Mike (in the God's name)* – розм. Ради Бога!; заради всього святого! Скажіть на милість! (вираз, що виражає здивування, досаду тощо) (527); *Lord have mercy (on us)* (ТТЕМ) – 1.) Боже

помилуй нас (напис на дверях будинку, в якому виникла чума; 2.) *Боже мій!* (вигук здивування) (621); *крий Мати Божя!* (вигук, яким виражають застереження, побоювання); *Оце так!*; *ради Бога!*; *З Богом, Парасю!* *Дай Боже нашому теляті вовка піймати* (АУФС). Наведені приклади охоплюють вигуки-побажання непрямого побажання, які зазвичай є звертаннями до Бога, Матері Божої, святих тощо; *God defend me from my friends; from my enemies I can defend myself* – *Захисти мене Боже від друзів, а з ворогами я сам управлюсь* (415) (АУФС).

4. Четвертою групою є висловлювання, погрози чи застереження тому, хто образив слабшого. Наприклад: *відділються вовкові коров'ячі сльози; Mills of God grind slowly but sure* – *присл. рано чи пізно прийде відплата (кара), від кару не втечеш* (668); *see me at Philippi* – *ми ще зустрінемось* (погроза, Філіппи – місто в Македонії біля Фракії. Поблизу цього міста в 42 році до нашої ери у двох битвах були розбиті Кассій і Брут; шекспірівський вираз, *Julius Caesar* (944); *He that laughs on Friday will weep on Sunday* – *присл. – не радій передчасно; Shall walk up the pyramids of Egypt, you, they* – *ніколи ти цього не зробиш!*; *чом не так, якби не так!* (ТТЕМ, 442).

5. До даної групи ми віднесли висловлювання-рекомендації, вказівки. Порівняймо: *Let George do it* – *амер. розм. – хай хтось інший зробить це, мене не обходить* (етим. фр. *laisser faire a George*) (ТТЕМ, 597); *All work and no play makes Jack a dull boy* – *треба не тільки працювати, але й розважатися; Мели Іване, доки вітру стане* (УРФТС, 343); складнопідрядні (Терпи, Іване, бо ти звик; *Держись, Хома, іде зима; Не зівай, Хомко, на те ярмарок; He that laughs on Friday will weep on Sunday* – *присл. – не радій передчасно* (УРФТС, 489); *Nie od razu Kraków zbudowano* – *И Москва не сразу строилась* (RSSP, 76); *От худого семени не жди доброго племени; це ще квіточки (ягідки будуть попереду); кожному овочу свій час; погану (бур'ян) траву з поля геть; Встань передо мной как лист перед травой; не спеши с козами на торг/ не спиши з козами на ярмарок* (УРФС, 345).

6. Шоста група охоплює побажання-сподівання. Наприклад: *Za „Bóg zapłać” niewiele kupisz* – *За одно «спасибо» ничего не купишь* (RSSP, 495).

7. До сьомої групи ми віднесли побажання-виправдання. Порівняймо: *Homér sometimes slips* – *кінь на чотирьох ногах та й то спотикається, і на сонці є плями* (ТТЕМ, 314).

8. Умовні побажання формують восьму групу. Порівняймо: *Піди й за Карпати, то треба бідувати; Якби тепер хто народився, то Тишком назвали б; If the mountain will not come you Mohammed, Mohammed must go to the mountain* – *присл. якщо гора не йде до Магомета, то Магомет іде до гори* (АУФС, 514); *Знати б, де впадеш, підклав (підстелив) би соломки; Якщо хочеш з сусідом посваритись – заведи козу; Не учи козу: сама стянет с возу; Если бы да кабы, во рту росли грибы; Если бы да кабы, во рту росли бобы* (УРФС, 314); *Co cesarskie – cesarzowie, co boskie – Bogu* – *Воздай кесарю кесарево* (RSSP, 34).

Такі висловлювання вжито не лише для рими або звукопису, вони часто є семантичним ядром фразеологічного каламбуру. Символічні асоціації не порушують смислової цілісності звороту, а навпаки, будь-який конотативно-смисловий відтінок оніма належить ФО в цілому.

9. Побаження для вираження агресивності, роздратування. Наприклад: *Пішов би ти поза Уманню! Пішов би ти туди, куди Макар телят не ганяв/де Сидір козам роги править; Бодай ти не побачив ні Петра, ні Павла, ні дрібних святків!. Пішов би ти Бог зна куди (куди завгодно, дуже далеко)*(АУФС, 445); *Uszył Marcin Marcina(a sam głópi jak świnią) – Kosoj krivogo ne учит* (RSSP, 476).

Окремі ФО, в яких лежить етимологічний образ, пов'язаний з язичництвом, вимагають спеціальних розвідок історико-етимологічного характеру. Так, популярний фразеологізм "*Цур тобі, пек тобі!*", лаконічний і експресивний, має затемнені складники. Формули з іменем *Цура*, що пережили часи язичництва, набули зовсім іншого значення, зберігаючи лише віру в силу здійсності сказаного. У сучасній українській мові фразеологізм "*Цур тобі (йому, їй...)*", "*Пек тобі, йому...*" означає: а) побаження позбутись кого-, чого-небудь, не мати справи з кимось, чимось; б) уживається, щоб висловити незадоволення ким-, чим-небудь. В сучасній мові – це вже не іменник, а тільки вигук, який належить до розмовно-побутового мовлення. Слово *Пек* пов'язане з культом вогню, тому не виключено, що це уламок старого язичницького культу вогню, який мав споріднене семантичне наповнення з іменником *пекъ* – жар, відміченим у "Житті" XI ст. Великий інтерес викликає російський діалектизм *пекъ* – муки, страждання (Орловщина), в Калузькій області *пек* означає погибель, кінець – "*Пек тебе, ему*". Це вже свідчення того, що колись добрі невидимі духи, без яких неможливо було співіснувати з природою, з домашніх пенатів перетворюються на предмет огиди, а фразеологічний вираз – на недобре побаження: "*Гі на тя, пек тобі, осина*". *Цур* і *Пек* з прийняттям християнства з оберегів перетворились в злу силу, а слово *Пек* згодом стало вигуком, втративши ознаки самостійної частини мови (вживається при вираженні досади, незадоволення або як закляття) (АУС, 998).

При дослідженні прагматичного аспекту лексики та фразеології в центрі уваги дослідників знаходиться питання про те, як використовується лексика із якою метою. При цьому особливого значення набуває виявлення обмежень на використання лексики, що складає предмет дослідження зовнішньої прагматики слова. По-перше, як відомо, прагматичний компонент значення виявляється в мовленні. Разом з тим, як зазначає Е.С. Азнаурова, повторне вживання слова в типізованій ситуації мовленнєвого спілкування може привести до узуального закріплення в слові прагматичної інформації [1, 38], іншими словами, кожен аспект прагматичного змісту слова як в мовній системі, так і в мовленні співвідноситься з певним чинником комунікативно-прагматичної ситуації.

Поняття комунікативно-прагматичної ситуації корелює з поняттям контексту як умовами спілкування, та в інтерпретації Е.С. Азнаурової позначає комплекс зовнішніх умов спілкування, які існують в свідомості мовця в момент здійснення мовленнєвого акту: *хто – що – де – коли – як – навіщо – кому* [1, 38]. До основних параметрів комунікативно-прагматичної ситуації належать: обстановка і місце комунікативного акту; предмет і мета комунікації; соціальні, етнічні та індивідуальні характеристики учасників мовленнєвого спілкування; рольові відношення між комунікантами.

У лінгвістиці давно спостерігається тенденція зближення семантики і прагматики. Провідна роль семантики виявляється в тому, що відношення між мовним знаком та розумовим образом встановлюється носієм мови. Прагматичні компоненти супроводжують семантичні компоненти на всіх етапах формування семантичного потенціалу мовного знаку. При формуванні мовного знаку такі прагматичні компоненти як, наприклад, оцінність, експресивність, емотивність та інші, можуть бути зафіксовані поряд з денотативною інформацією в лексичних одиницях або формах граматичних категорій [8, 66]. Прагматична маркованість слова на рівні мовної системи закріплюється в лексичному значенні слова.

За семантичними ознаками, ми виокремили кілька груп побажань, а саме:

1) Предметно-тематична група семіотичного концепту семантики ОБРАЗИ НАВКОЛИШНЬОЇ ДІЙСНОСТІ.

Простір – шлях, дорога – символ складного, нелегкого життя; розлуки з домівкою поведінки тощо. Наприклад: *Пішов би ти поза Уманню! Пішов би ти туди, куди Макар телят не ганяв/де Сидір козам роги править; Пішов би ти Бог зна куди (куди завгодно, дуже далеко)*(АУФС, 567). У міфологічних та релігійних моделях світу шлях – це образ зв'язку з простором. Постійна і невід'ємна ознака його – трудність, складність, небезпечність. Початком шляху у міфах виступає, як правило, небо, гора, святилище, палац, рідна сторона, батьківський дім. Герой вирушає у тридев'яте царство, на край світу, у підземний світ тощо. Кінцевою метою шляху є здобуття героєм найбільших сакральних цінностей світу. Причому герой має завжди здійснити подвиг, зробити добро, щоб здобути ці скарби. Народна мудрість ще в давнину вчила: щоб пізнати солодощі життя й оцінити їх, треба пізнати його гіркоту. Дуже часто шлях сповнений невиразністю /розгалуження доріг, перехрестя, які приховують небезпеку/, герой зустрічає численні перепони /вогненна ріка, злий дух, змії/. У давнину шлях часто виступає як символ лінії поведінки людини, як певний набір правил, закон, вчення. Наприклад, у Біблії часто згадується шлях Господа, шляхи життя, мудрості, правди, милості, гріха, зла тощо. У народі шлях, дорога часто зіставлялися із скатертиною, рушником. Напр. вислів "скатертю дорога" означав побажання "гладкого шляху і щасливої дороги".

2) Предметно-тематична група міфологемного концепту семантики ОБРАЗИ НАДПРИРОДНИХ ЯВИЩ. За християнськими догмами, Добро – це Бог Ісус Христос, Зло – Сатана, Антихрист, демони, земні гріхи / лінощі, сребролюбство, блуд, пияцтво, черевоугодництво та ін./ За Біблією, протиставлення Добра і Зла повинне закінчитися рішучою перемогою Добра. Наприклад: *By the lord Harry!* – хай йому чорт (lord Harry так жартівливо називають диявола); *God (Christ) Almighty!* – Боже Всемогутній! (часто вживається іронічно) (ТТЕМ, 414); *God (Lord, Heaven) be praised (thanked)* (або *thank God, thank goodness, thank Heaven*) – дякувати Богові, хвалити Бога, слава Богу (414); *God (Lord) bless you* – розм. 1) Боже мій! Ось тобі і маєш! Оце так! (вигук здивування; тж. *God bless me; God bless my life; God bless my soul; God bless my heart*; 2) *бувайте здорові, на здоров'я!* (кажуть людині, що пчихає) (АУФС, 119).

Висловлення-побажання реалізують параметри експресивного плану, а саме емотивності, оцінності, образності, інтенсивності, стилістичної маркованості, що слугують досягненню прагматичних завдань мовленнєвого спілкування. Людина та її емоції складають частину об'єктивної дійсності, вона пов'язана з формуванням мовної картини світу: людина як суб'єктивний об'єкт, мова як засіб відображення. Стан своєї свідомості відчуття, емоції істота розумна відтворює в мові і тексті. Емоції, належачи до ідеальних об'єктів, у мові знаходять своє відображення через знаки. Емотивність актуалізується в художньому тексті за допомогою сукупності текстових компонентів – показників емотивності, вплетених в емоційне навантаження слова, фрази, речення тощо [2, 4]. Емоційність щільно пов'язана з людиною, її нервовою, психічною і розумовою діяльністю. Емоціям притаманні два якісні компоненти: емоційний тон та оцінка. Особливість емоційного тону полягає у вираженні не емоції взагалі, а певної конкретної емоції: радості, суму, злості. Наприклад: *Пішов би ти поза Уманню!* тощо.

Прагматична програма, до складу якої як однієї із складових входить оцінність (окрім неї, модальний, конотативний, аргументативний компоненти), доповнює раціональну, базову, інформаційну програму. За Т.В. Матвеевою, інформаційна програма відбиває в тексті одну з головних складових акту комунікації, раціональні вміщує інформацію про предмет мовлення, тобто відображає зв'язок “текст – денотат тексту”, оцінна програма відображає точку зору мовця, тобто зв'язок “текст – суб'єкт тексту” і, нарешті, прагматична відображає авторську установку на сприйняття тексту адресатом або, в знятому вигляді, модель адресата, – тобто зв'язок “текст – отримувач тексту” [12, 49]. Побажання є суб'єктивно-оцінним феноменом, тобто воно називає і оцінює, що відображає характер відношення адресанта до дійсності. Такий емоційно-особистісний характер висловлення створює особливу, своєрідну, відкриту, емоційну атмосферу. Для побажань, на нашу думку, характерною є виняткова роль оцінної і прагматичної програм. Оцінна програма побажань

є цілком очевидною, оскільки дає можливість оцінної інтерпретації. У ході декодування адресат сприймає цю програму і не може залишатись пасивним, оскільки усвідомлює, оцінює, зіставляє нову інформацію з отриманою раніше, тобто з тими зразками, що має в пам'яті [4, 17].

Оцінку цього явища знаходимо в праці О.М. Островської, яка дає кілька визначень оцінки, що сприяє розумінню цієї категорії для побажань. Дослідниця визначає оцінку як мовну категорію, яка з формального боку виражена за допомогою різнорівневих мовних засобів, особливо лексичних та фразеологічних одиниць, узагальненого інваріантного значення схвалення/несхвалення дій, процесів, явищ, фактів тощо [13, 2], водночас відмічаючи, що у лінгвістиці категорія визначається як позитивна або негативна класифікація предмета думки, як судження мовця, його відношення – схвалення / несхвалення [13, 6]. Висловлення-побажання можуть бути раціональними за змістом і розгорнутими або лаконічними за формою. О.М. Островська стверджує що оцінка може бути мейоративна і пейоративна. Нейтральної оцінки не існує [13, 3]. Відсутність в тексті оцінності ще не означає відсутність оцінки взагалі. Адресат отримує оцінну ідею автора не в готовому вигляді, її необхідно декодувати, саме тоді, спираючись на свій соціальний досвід, він самостійно виводить оцінну програму з об'єктивно-логічного змісту тексту. На наш погляд, подібний тип реперезентації оцінки є найбільш впливовим, тому що залишає довготривалий слід в пам'яті реципієнта.

Існує інший шлях – відкритий спосіб оцінки, який вважається простим і мало результативним. Низький рівень ефективності відкритої оцінки зумовлено тим, що він може викликати у реципієнта відторгнення, якщо він буде вважати що йому нав'язали таку оцінку, яка суперечить його переконанням.

Поряд із двома наведеними вище способами вияву оцінної програми існує інший, також важливий спосіб організації оцінного змісту – це використання нейтральної лексики з раціонально-оцінною конотацією. Порівняння всіх способів передачі оцінної позиції автора дало змогу виявити, що для висловлювань-побажань найбільш характерними є безпосередня оцінка та прямий спосіб її передачі.

Таким чином, здійснений нами аналіз виявляє, що оцінність є визначальною характеристикою побажань і у поєднанні з емотивністю є основним і найбільш значущим параметром друкованого тексту.

Із наведених прикладів видно, що кожна мова, не дивлячись на те, що очевидні аналогії дають основу для виникнення однієї і тієї ж метафори, володіє своїми, притаманними їй рисами образності, в чому і виявляється специфіка асоціативного мислення кожного народу.

У перспективі подальших досліджень ми передбачаємо виокремити семантичну групу "психічно-емоційний, ментальний розвиток людини", яка б охоплювала побажання на позначення радості, доброзичливості, любові,

страху, сорому, жалю, зневіри, суму, туги, нудьги, впевненості, невпевненості, розгубленості, сумнівів, хвилювань недовіри, гніву, ненависті, розлюченості, дратівливості, маловірності тощо.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Азнаурова Э.С. Прагматика художественного слова . – Ташкент: Фан, 1988. – 265 с.
2. Андрійченко Ю.В. Особливості вираження емотивності в художніх творах на матеріалі творів Габріеля Гарсія Маркеса // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. Зб. наук. пр./ Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка; Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К., 2003. – Вип. 6. – 2005. – С. 3–5.
3. Апресян Ю.Д. Перформативы в грамматике и в словаре // Изв. АН СССР. – Сер. Лит. и яз. – 1986. – Т. 45. – № 3. – С. 208–223.
4. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Стилистика декодирования. – М.: Просвещение, 1990. – 300 с.
5. Баландіна Н.Ф. Функціонально-прагматичний і лінгвоментальний аналіз чеських прагматичних кліш: Автореф. дис...д. філол. наук. – К., 2003. – 24 с.
6. Богданов В.В. Перформативное предложение и его парадигмы // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин. – 1985. – С. 18–28.
7. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: Русский язык, 1983. – 269 с.
8. Вовченко О.О. Комунікативно-прагматичний аспект складних іменників зі скомпресованим компонентом // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. Зб. наук. пр./ Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка; Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К., 2005. – Вип. 6. – 61–68.
9. Каминская Ю.А. Семантическая классификация фразеологизмов, включающих в свой состав слова-названия растений // Функциональная лингвистика. Язык. Человек. Власть. Материалы конференции. Ялта, 1-6 октября 2001 г. – С. 94–96.
10. Кузь Г.Т. Вигукові фразеологізми української мови: етнолінгвістичний та функціональний аспекти: Автореф. дис...канд. філол. наук. – Івано-Франківськ, 2000. – 19 с.
11. Масицька Т., Пирога Н., Васейко Ю. Функціонування назв свійських тварин у структурі фразеологічних зворотів // Функциональная лингвистика. Язык. Человек. Власть. Материалы конференции. Ялта, 1-6 октября 2001. – Симферополь. – С. 167–169.
12. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспектах текстовых категорий: Дис...докт. филол. наук. – Свердловск, 1994. – 375 с.
13. Островська О.М. Лінгвістичні засоби оцінки: Автореферат. Дис. ...к.філол.наук. – Львів, 2001. – 19 с.
14. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты. – М.: Наука, 1996. – 288 с.
15. Толстая С.М. Предисловие / Славянский и балканский фольклор. Семантика и прагматика текста. – Вып. 10. – М.: Индрик, 2006. – С. 7–9.
16. Толстой Н.И. Вербальный текст как ключ к семантике обряда // Структура текста-81: Тезисы симпозиума. – М.: Наука, 1981. – С. 46–47.

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

АУС – Англо-український словник: У 2-х томах / Склав М.І. Балла. – К.: Освіта, 1996. – Т. 1. – 752 с.

АУС – Англо-український словник: У 2-х томах / Склав М.І. Балла. – К.: Освіта, 1996. – Т. 2. – 712 с.

АУФС – Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник. – К.: Рад. шк., 1966. – 1052 с.

АУС – Гороть Є.І, Коцюк Л.М., Малім он Л.К., Павлюк А.Б. Англо-український словник. – Вінниця: Нова книга, 2006. – 1700 с.

РФЛС – Мокиєнко В.М., Фелицина В.П. Русские фразеологизмы: Лингвострановедческий словарь / Под ред. Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова. – М.: Русский язык, 1990. – 220 с.

УРФС – Украинско-русский и русско-украинский фразеологический словарь / Под ред. И.С. Олейник, М.М. Сидоренко. – К.: Рад. шк., 1978. – 670 с.

RSSP – Ryszard Stypura Słownik przysłówów rosyjsko-polskich i polsko-rosyjskich. – Warszawa: Państwowe wydawnictwo „Wiedza Powszechna”, 1974. – 690 с.

ТТЕМ – Wilkinson P.R. A Thesaurus of Traditional English Metaphors. – London; New York: Routledge, 1993. – 490 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Людмила Павловська – аспірантка кафедри загального мовознавства та славістики Рівненського інституту слов'янознавства Київського славистичного університету

Наукові інтереси: зіставна фразеологічна семантика, етнолінгвістика, лінгвокультурологія.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ «МОВА» В НАЇВНО-МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ (на матеріалі англійської та української мов)

Валентина ПАРАЦУК, Ніна ЗАДОРЖНА (Кіровоград)

У статті виокремлюються ознаки поняттєвої складової концептів *language* та *мова*, що реконструйовані шляхом аналізу лексичних та пареміологічних засобів їхньої вербалізації.

The paper describes the features of the notional component of the concepts *language* and *мова* reconstructed by way of analysis of lexical and paremiological means of their verbalization.

Мова людини як абстракція високого рівня знаходить реальне втілення у вигляді множини ідіоетнічних мов [21, 311], кожна з яких вважається „унікальним колективним витвором мистецтва, <...> органом саморефлексії, самопізнання і самовираження національної культури” [10, 133].

Концепт „мова” виявляє етнокультурну специфіку, яку можливо реконструювати шляхом аналізу вербальних засобів його вираження. Цей концепт детально вивчався на матеріалі російської мови в етнокультурному аспекті: здійснена спроба його моделювання [18]; описана етимологія його імені [11]; проведено розмежування концептів „мова” й „мовлення” [12]; визначені лексичні, метафоричні й фразеологічні засоби його вираження та досліджена дискурсна реалізація [15, 16]; висвітлена специфіка його відображення в наївно-мовній свідомості [9]. Відтворення концептуального образу мови та мовленнєвої діяльності знаходилось у центрі уваги авторів

колективної монографії „Язык о языке” [22]. Визначення особливостей вербалізації концепту „мова” в наївно-мовних картинах світу англофонів та українців, за нашими даними, ще не було предметом окремого дослідження.

Мета статті полягає у виокремленні специфіки поняттєвої складової концептів *language* і *мова* в межах наївно-мовних картин світу носіїв англійської та української мов. У зв'язку з тим, що предметом аналізу є актуалізація семантичних ознак концепту „мова” на матеріалі англійських та українських лексичних і пареміологічних одиниць, відібраних з лексикографічних джерел [23; 24; 7; 20; 13], вимагають уточнення поняття (*лінгво*)*культурний концепт, наївно-мовна картина світу (НМКС) та паремії.*

У межах інтегративного підходу [див. праці С.Г. Воркачова, В.І. Карасика, Г.Г. Слишкіна] концепт тлумачиться як одиниця лінгвокогнітології та лінгвокультурології, тобто, як умовне ментальне утворення, евристичний прийом комплексного вивчення мови, свідомості й культури. Лінгвокультурний концепт виступає мінімальною одиницею концептуальної, наївно-мовної та ціннісної картин світу, а також входить до складу певної наукової/професійної картини світу. Він є складним утворенням з трьох компонентів: *поняттєвого*, що охоплює його ознаково-дефініційну структуру; *образного*, який фіксує когнітивні метафори, що підтримують концепт у мовній свідомості; й *ціннісного*, який описує важливість цього ментального утворення як для індивіда, так і для певного мовного колективу [8, 129]. Структура концепту може бути виокремлена шляхом аналізу засобів його репрезентації: як „дискретна одиниця колективної свідомості”, яка відображає предмет реального або ідеального світу, концепт представлений у національній пам'яті носіїв мови у вигляді „пізнаного, вербально позначеного субстрату”, що забезпечує зберігання отриманих знань та їхню передачу від людини до людини й між поколіннями [1, 22]. Відтак, лінгвокультурний концепт у мовній свідомості представлений як багатомірна сітка значень, які виражаються лексичними, фразеологічними, пареміологічними одиницями, прецедентними текстами, етикетними формулами, а також мовленнєво-поведінковими тактиками (термін Є.М. Верещагіна та В.Г. Костомарова), що відбивають повторювані фрагменти соціального життя [8, 137].

Вербалізована інтерпретація мовним соціумом навколишнього світу і себе самого у цьому світі створює національно-мовну картину світу (НМКС) [4, 29]. Сучасне тлумачення онтології мовної картини світу допускає її множинність, що впливає з природи людської свідомості, яка охоплює: індивідуальну свідомість окремої людини, колективну „наївну” свідомість певного етносу, наукову свідомість, а результат осмислення світу кожним з видів свідомості фіксується в матрицях мови, яка його обслуговує [10, 4]. Отже, парадигма мовних картин світу певного етносу охоплює наївно-побутову МКС, наукову МКС та мовні картини дисциплінарних знань:

фізичну, математичну, хімічну, правову, політичну тощо картини світу. Звідси, концепт *мова* може досліджуватися як фрагмент МКС, так і НКС, тобто, як вербальна репрезентація наївних та наукових уявлень про мову.

У зв'язку з тим, що НМКС створюється різними мовними засобами – від номінативних до дискурсивних, – у науковому обігу функціонують її різні кореляти: *фразеологічна, пареміологічна, лінгвориторична, картина світу в мовній метафорі* тощо, виокремлених за тим вербальним засобом, який служить основою для її реконструкції. Таким чином, *пареміологічна картина світу* є складовою НМКС. Термін „паремія” (від грецьк. *πρῆτα, прислів'я, приказка*) здебільшого вживається для позначення родового поняття жанру поряд з терміном „прислів'я та приказки”, а видові поняття позначаються термінами „прислів'я”, „приказка”, „побажання”, „вітання”, „каламбур”, „велеризм”, „загадка” тощо, хоча нерідко обидва терміни вживаються як синоніми” [14, 3]. Матеріал спостереження охоплює прислів'я і приказки, які узагальнено називаємо „паремії”, а їхнє розмежування розуміємо так: *прислів'я* являє собою сталий образний вислів у формі логічно завершеного повного судження (речення) з висновком, складається переважно з двох частин і, як правило, вживається в переносному значенні; *приказка* має одночленну будову, нерідко становить частину прислів'я і вживається в переносному значенні [3, 217, 223-224]. Паремії є надзвичайно важливим емпіричним матеріалом, тому що вони „надають можливість судити про національну логіку (логіко-поняттєва концептуалізація дійсності) та національну світооцінку (емоційна-оцінна концептуалізація дійсності в її ціннісній іпостасі), які відбиті в цій сфері функціонування природної мови” [4, 208]. Але також слід взяти до уваги й те, що пареміологічні уявлення дещо архаїзовані і не завжди відображають приписи сучасної етнічної свідомості [17, 68, 82]; походження паремій пов'язане з певними соціальними дискурсивними спільнотами, тому цінності, на яких вони наголошують, не обов'язково релевантні для всіх носіїв національної лінгвокультури [5, 27]; інколи паремії актуалізують контрадикторні уявлення про одну й ту саму сутність.

Для опису етнокультурної специфіки поняттєвої складової концептів *language* і *мова* у якості еталона використовуємо її відповідник, реконструйований шляхом компонентно-дефініційного аналізу англійського лексичного імені концепту *language* і українського *мова*. Із сукупності прямих значень значень лексем *language* і *мова*, представлених у тлумачних словниках [23; 24; 20], впливає наступний зміст поняттєвої складової концепту в наївно-мовній (sic! а не науковій) свідомості: *мова являє собою здатність людини говорити, висловлювати свої думки і почуття словами у формі мовлення. У цьому випадку родовою ознакою концептів language і мова виступають антропність* (мова є атрибутом людини), а не системність (мова як семіотична система в науковій свідомості) та *маніфестація в мовленні*. Експліцитними дефініційними ознаками можна вважати

етнічність (мова існує як мова певного етносу) та *комунікативність* (мова служить для створення, передачі й інтерпретації повідомлень між людьми). Імплицитними ознаками вважаємо *конвенціональність* (хоча мова використовується індивідом для вираження власних думок та емоцій, щоб бути зрозумілим іншими, він повин дотримуватися загальноприйнятих правил у своїй комунікативній діяльності), *аксіологічність* (у зв'язку з вітальною важливістю мови для людини, різні аспекти мовленнєвої діяльності отримують оцінку соціуму). Сукупність виділених нами ознак поняттєвої складової концептів *language* і *мова* шляхом дефініційного аналізу відповідних лексем збігається в досліджуваних мовах, однак етнокультурні відмінності в уявленнях ставлення до мови на матеріалі англійської та української лінгвокультур полягають не в наявності або відсутності тих чи інших ознак, а в їхній своєрідній реалізації.

У проекції на лексичну систему англійської мови зміст поняттєвої складової концепту *language* вербалізується лексемами *language, tongue, word(s), speech, talk, tale*. Компонентно-дефініційний аналіз їхніх семантичних структур дає підстави вважати ядреною лексемою лексико-семантичного поля (ЛСП) лексему *language*, яка була запозичена з французької мови й своїм етимом має латинське слово *lingua* (мова) [АНДЕЛ]. Його ближню периферію складає лексема *tongue*, яка є одиницею загальногерманського шару лексики і, окрім значення „мова”, „мовлення”, також позначає язик як анатомічний орган [АНДЕЛ]. Дальню периферію утворюють лексеми *words, speech, talk, tale*.

Український лексичний матеріал спостереження виявляє дещо меншу кількість експліцитних вербалізаторів досліджуваного концепту – *мова, мовлення, слово/слова, говоріння, голос*; іменем концепту є лексема *мова*, ближню периферію ЛСП складає лексема *слово/слова*, а дальню – *говоріння, мовлення, голос*. Відтак, лексичному представленню концептів як *language*, так і *мова* властива „номінативна подрібненість” (термін В.І.Карасика): *language/tongue/word(s)/speech/talk/* в англійській мові та *мова/мовлення/слово(слова)/голос* в українській мові. Ім'я концепту *language* (запозичена лексема) має синонім *tongue* (питома лексема), що є виявом „семантичної дублетності” (термін Д.Ю.Полініченка). Мова як здатність людини до спілкування та її головний анатомічний орган в обох мовах мають різні позначення: англ. *language* vs. *tongue*, укр. *мова* vs. *язик*, хоча англійська лексема *tongue* в одному зі своїх значень виступає синонімом *language*. У російській мові функціонує один лексичний вербалізатор для обох понять – *язык*.

Особливості реалізації поняттєвої складової концептів *language* і *мова* на пареміологічному матеріалі охоплюють як специфіку актуалізації дефініційних ознак концептів, так і їхніх вербалізаторів. До речі, наявність лексеми-імені концепту (*language* і *мова*) у складі паремії як предикативної одиниці не є обов'язковою умовою для її зв'язку з певним концептом

[19, 260]; мовець вміщує одну або декілька ознак концепту в комунікативний фокус висловлювання [2, 41], які можуть бути реконструйовані шляхом інтерпретативного аналізу [8, 146].

У результаті застосування цього аналізу для виокремлення особливостей вербалізації поняттєвої складової концептів *language* і *мова* на матеріалі паремій приходимо до висновку, що „наївна” свідомість як англосаксів, так і українців тлумачить мову, перш за все, як сутність, що функціонує в явищі – мовленні: *Kind words will unblock an iron door. At table keep a short hand, in company keep a short tongue. A bird is known by his note, and a man by his talk. Словом – як шовком вишиває, а ділом – як шилом шпигає. Від теплого слова і лід розмерзає; Дурний язик голові не приятель* тощо. Це збігається зі спостереженням В.З. Дем’янкава, зробленим відносно російського концепту *язык*: „наївна свідомість” бачить мову через призму мовлення [6].

Антропність концептів *language* і *мова*, згідно з якою природна мова є атрибутом виключно людини, знаходить різноманітне вираження як в англійських, так і в українських пареміях. Певна кількість англійських паремій концептуалізують гендерні відмінності у використанні мови, маркуючи при цьому мовців-жінок: *One tongue is enough for two women. A woman fights with her tongue. Words are feminine, and deeds are masculine. A woman’s strength is a multitude of words.* Гендерні ознаки в англійських і українських пареміях про мову вербалізовані особовим займенниками *he, він, йому*: *He that talks much errs much. He cannot speak well, who cannot hold his tongue. Ти йому про діло, а він тобі про козу білу. Ти йому про Тараса, а він тобі півтораєста. Не так то він діє, як словами сіє.*

В обох мовах є достатня кількість паремій, що реалізують ознаку антропності концептів *language* і *мова*, пов’язану з інтелектуальними характеристиками мовців, які позначаються опозитивними лексемами *a fool, the wise, дурний (дурень), мудрий*: *A fool is known by his conversation. A word is enough to the wise. Мудрий не все скаже, що знає, а дурний не все знає, що скаже.* В українських пареміях у більшій мірі знайшли концептуалізацію особливості використання мови її носіями, маркованих 1) за родинною ознакою: *Вразливе слово від дітей – гірш за болячку, бо не гоїться*; 2) за соціальними ознаками: *Казав пан псові, а пес хвостові. Людей питай, а сам розум май. На чужий роток не накинеш платок. Народ скаже – як зав’яже. Розкажи другу – піде по кругу.* Велика кількість українських паремій пов’язує різні аспекти використання мови з мовцем, вербалізованим займенниками *хто, той*: *Хто питає, той не блудить. Хто мовчить, той двох навчить. Хто питає, той багато знає. Хто багато говорить, той мало творить.*

Етнічність як експліцитна дефініційна ознака поняттєвої складової концептів *language* і *мова* не знаходить свого вираження в пареміологічних одиницях; можна зробити припущення про більш високий ступінь її

реалізації у художньому(буттєвому) та побутовому дискурсах, в афористичних висловленнях як зразках елітарної культури, де вербалізуються досліджувані концепти, однак ця гіпотеза потребує перевірки.

Комунікативність як ще одна експліцитна дефініційна ознака змісту концептів *language* і *мова*, навпаки, знаходить широке втілення у пареміологічних одиницях, що вербалізують різні аспекти створення та передачі повідомлень засобами мови, наприклад: *A word is enough to the wise. A word spoken is past recalling. Many words hurt more than swords. Kind word warm a man through three winters. Слово вилетить горобцем, а вернеться волом. Слова пристають, як горох до стінки. Красно говорить, а слухати нічого. Як гукнеш, так і відгукнеться.* В обох мовах чітко концептуалізується дієвість мови як засобу комунікації, досить експліцитно виражаються позитивний (1) та негативний (2) перлокутивний ефект мовлення, причому відзначаємо більшу кількість паремій, які вербалізують саме можливість негативних наслідків мовлення для людини: 1) *Kind words will unlock the iron door. Від теплого слова і лід розмерзає.* 2) *The tongue is not steel, yet it cuts. A knife-wound heels, but a tongue-wound festers. Слово може врятувати людину, слово може і вбити. Рана загоїться, а слово ніколи. Вода все сполоще, а злого слова – ні.* Паремії обох лінгвокультур також концептуалізують використання мови людиною для приховування своїх думок: *Fine words dress ill deeds. Speech was given a man to conceal his thoughts. Слова ласкаві, а думки лукаві. Слова з маслечком, та чортова думка. Гадина в його словах дихає. Голос як сурмонька, а чортова думонька.* Цей аспект більш релевантний для української наївно-мовної свідомості, про що свідчить досить великий масив таких паремій у нашому матеріалі спостереження, де одній англійській паремії відповідають п'ять українських.

У пареміологічних одиницях обох мов широко реалізується така ознака поняттєвої складової концептів *language* і *мова*, як конвенціональність. Наївно-мовна свідомість і англосаксів, і українців надає велике значення наступним конвенціям мовлення, які можливо описати в термінах максимум спілкування Г.П. Грайса: кількість мовлення, його якість, релевантність та манера. Багатослів'я/пустослів'я в українській лінгвокультурі пов'язується, перш за все, з неробством, лінню, а також з невисоким інтелектом мовця: *На словах – як на органах, а як до діла - ані гу-гу! Словами і туди, і сюди, а ділами нікуди. Язиком: ось я! А на ділі – свиня. Пуста бочка гучить, а повна – мовчить. Яка головонька, така й розмовонька.* Англосаксів лінгвокультури виявляють у цьому схожість з українською, вважаючи, що: *Great talkers are little doers. The tongue of an idle person is never idle. Empty vessels make the most sound,* однак схильні вбачати в надмірному говорінні також вияв нечесності й брак культури мовлення: *He that talks much, lies much. He that talks much, errs much. Many speak much who cannot speak well.*

Концепт-опозит мовчання знаходить активну вербалізацію у прислів'ях та приказках обох мов: *No wisdom like silence. Speech is silver but silence is gold. A still mouth makes a wise head. Довгим язиком тільки полумиски лизати. Їж борщ з грибами, держи язик за зубами. Менше говори – більше вчуєш.* Англійські паремії більш експліцитно, ніж українські, наголошують на мудрості мовця, який уміє використовувати сіленціальний компонент у мовленні.

Говорячи про релевантність та зв'язність як конвенціональні ознаки мовлення, слід підкреслити, що англomовні лінгвокультури більше акцентують увагу мовців на плануванні мовлення та уникненні помилок, про що свідчать паремії: *First think, then speak. Think twice before you speak. Better a foot slip than the tongue trip. Better to stumble than make a slip of the tongue.* Українська лінгвокультура порівняно більшу увагу приділяє зв'язності висловлювання, наприклад: *Набалакав – і в торбу не збереш. Наговорив сім мішків гречаної вовни, та всі – неповні. Таке верзе, що й купи не держиться.*

Аксіологічність як ознака поняттєвої складової концептів *language* і *мова* реалізується у пропозиційному змісті прислів'їв і приказок, багато з яких в обох мовах є оцінними судженнями. Обидві лінгвокультури позитивніше оцінюють практичну діяльність мовців, ніж їхнє мовлення, наприклад: *Actions speak louder than words. Better to do well than to say well. Deeds, not words. Найменше діло – балакать. Більше діла – менше слів.* Однак англomовні лінгвокультури більш категоричні в такій оцінці: *When deeds speak, words are nothing,* ніж українська лінгвокультура, яка демонструє більше пошани до слова, наприклад: *Слово старше ніж гроші. Слово – дорожче золота. На його слові можна мур мурувати. Добре слово як ясне сонце. Красне слово – золотий ключ.*

Лексичними вербалізаторами концепту *language* в англійських прислів'ях та приказках виступають лексеми: 1) **tongue**: *A man's worth depends upon his two smallest organs: his heart and his tongue*; 2) **word(s)**: *A word out of season may mar a whole lifetime; Bare words buy no parsley*; 3) **speech**: *Speech is silver but silence is gold*; 4) **talk**: *Talk is cheap but it takes money to buy whiskey*; 5) **tale**: *An honest tale speeds best, being plainly told*; 6) **communications**: *Evil communications corrupt good manners*; 7) **saying**: *Saying and doing are two things*. Найчастіше концепт *language* виражається в паремійних одиницях лексемами *tongue* та *words*, ім'я цього концепту *language* не зафіксовано у складі жодної паремії нашого матеріалу спостереження.

У якості вербалізаторів україномовного концепту *мова* в складі прислів'їв та приказок вживаються лексеми: 1) **слово, слова, словечко, слівце**: *Вола в'яжуть мотузом, а чоловіка словом; На словах – як на цимбалах, а на ділі – як на балалайці; Гостре словечко коле сердечко; Що сільце, то слівце*; 2) **язик**: *На язик гарячий, а до роботи ледачий*; 3) **голос**,

голосок: *Голос* дзвенячий, а совість свиняча; Янгольський *голосок*, а чортова думка; 4) **розмова:** *Розмова* про мед, а справи гіркі, як полин. Ім'я концепту – лексема *мова* – входить до складу незначної кількості паремій матеріалу спостереження: *Без мови не підійдеш і до корови; У кого калитка товста, у того мова проста; Слово до слова зложиться мова; Рідна мова не полова, її за вітром не розвієш*. Найчастотнішим вербалізатором концепту *мова* в українських пареміях є лексема *слово* та її деривати; не зафіксовано вживання лексеми *мовлення* на відміну від його англійського відповідника *speech*, який є конституюнтом англійських паремій.

Зіставлення парадигми англійських та українських вербалізаторів концептів *language* і *мова* на паремійному матеріалі свідчить про обмежене вживання ядерних елементів – *language* і *мова*, у той же час фіксуємо високу активність лексем ближньої периферії – *word(words)* та *слово(слова)*, *tongue* і *язик*, які до того ж є повними лексичними еквівалентами в обох мовах. Вербалізатори дальньої периферії виявляють часткову еквівалентність; специфічним вербалізатором для українського концепту *мова* є лексема *голос*, її англійський відповідник не вживається в жодній паремії. Навпаки, лексема *мовлення* виявляє нульову активність у вербалізації концепту *мова* порівняно з її англійським відповідником *speech*. У цілому, вербалізації концептів як *language*, так і *мова* в пареміологічних картинах властивий високий ступінь номінативної щільності, що свідчить про важливість цих концептів для відповідних лінгвокультур.

Перспективним напрямом зіставного дослідження концептів *language* і *мова* вважаємо з'ясування й опис конвергентних і дивергентних рис актуалізації їхньої образної складової різноманітними мовними засобами на матеріалі різних дискурсів.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2000. – 123 с.
2. Воркачев С.Г. Сопоставительная этносемантика телеономных концептов *любовь* и *счастье* (русско-английские параллели): Монография. – Волгоград: Перемена, 2003. – 164 с.
3. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. – К.: Вища шк., 1985. – 360 с.
4. Голубовська І.О. Етнічні особливості мовних картин світу: Монографія, 2-е вид., випр. і доп. – К.: Логос, 2004. – 284 с.
5. Гоннова Т.В. Пареміологічний фонд мови як джерело вивчення культурних концептів // Аксиологічна лінгвістика: проблеми і перспективи. Тезиси докладів міжнародної наукової конференції 27 квітня 2004 року / Під ред. Н.А.Красавського. – Волгоград: Колледж, 2004. – С. 26–28.
6. Дем'янков В.З. Семантичні ролі і образи мови // *Мова і культура* / Під ред. Н.Д.Арутюнової. М.: Язика російської культури, 2000. – С. 193-270.
7. Дубенко О.Ю. Англо-американські прислів'я та приказки. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 416 с.

8. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
9. Кашкин В.Б. Бытовая философия языка и языковые контрасты // Теоретическая и прикладная лингвистика. Межвуз. сб. науч. тр. – Выпуск 3. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2002. – С. 4-34.
10. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЧеРо, 2003. – 349 с.
11. Красухин К.Г. Слово, речь, язык, смысл: индоевропейские истоки // Язык о языке. Сб. статей / Под общ. рук. и ред. Н.Д.Арутюновой. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 23-44.
12. Левонтина И.Б. *Речь vs. язык* в современном русском языке // Язык о языке. Сб. статей / Под общ. рук. и ред. Н.Д.Арутюновой. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С.271-289.
13. Міщенко Н., Міщенко М. Слово батьків – з усіх віків. – К.: Богдана, 1998. – 1136 с.
14. Пазяк М. М. Українські прислів'я та приказки: Проблеми генези та жанрово-поетичної структури. – К.: Наук. думка, 1991. – 432 с.
15. Полинченко Д.Ю. Концепт язык в английской паремиологии // Язык, сознание, коммуникация. – Вып. 26. – М.: МАКС Пресс, 2004. – С.83-90.
16. Полинченко Д.Ю. Естественный язык как лингвокультурный семиотический концепт: Автореф. дис... канд. филол. наук. – Волгоград, 2004. – 22 с.
17. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2001. – 191 с.
18. Ромашко С.А. «Язык»: структура концепта и возможности развертывания лингвистических концепций // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – С. 161-163.
19. Савенкова Л.Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты. – Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2002. – 240 с.
20. Словник української мови: В 11 т./ Гол. ред. І.К.Білодід. – К. Наук. думка, 1970-1980.
21. Толстой Н.И. Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. – М.: Индрик, 1995. – 512 с.
22. Язык о языке: Сб. статей./ Под общ. ред. Н.Д.Арутюновой. – М. Языки русской культуры, 2000. – 624 с.
23. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – 5th edn. – Oxford, New York: Oxford University Press, 1995. – 1392 p.
24. The American Heritage Dictionary of the English Language.– Fourth Edition. – Houghton Mifflin Company, 2000. – <http://www.bartleby.com/61/30/L0073000.html>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Валентина Паращук – доцент кафедри германської філології КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: проблеми теорії мовної комунікації, міжкультурної комунікації та лінгвоконцептології.

Ніна Задорожна – доцент кафедри української мови КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: проблеми лінгвістичної концептології, історії української мови.

“ЛИСЫ ПОЛЕЙ” ИСКРИВЛЕННОГО ОТРАЖЕНИЯ. КАТЕГОРИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПОЛЯКОВ В РУССКОЙ ПОВЕСТИ XVII В.

Петр ЧЕРВИНСКИЙ (Сосновец, Польша)

У статті на матеріалі російської повісті розглянуто категорії репрезентації поляків, визначено їхнє місце в російській етнічній самосвідомості, подано етимологічний аналіз досліджуваних етнонімів.

The paper views the categories of representation of Poles in the Russian short fiction text; their place in the Russian ethnic self-consciousness is defined; the etymological analysis of the ethnic nominations under study is presented.

В представлениях одного народа о другом или других, соседнем, соседних, близких, рядом живущих, всегда больше мифологического и обобщенного, чем реального и конкретного. Представления эти имеют одновременно характер концептуальных универсалий, составляя основу общей этнической психологии, что в последнее время стало предметом исследований как в области этнонимии – этнонимов как лексических единиц с точки зрения их мотивации¹, так и в области коммуникативной и когнитивной лингвистики [27; 28; 29; 8], (проблемы языковой картины мира, языкового сознания, языковой личности, идеографии [10; 11; 4; 5]).

Основу этнических представлений о ближнем, соседнем, другом составляет идея этноцентризма как отображение, продолжение общей антропоцентрической парадигмы, лежащей в основе каждого языка, для себя, своего концептуального мира и этноса, и воплощаемая в оппозициях *своего и чужого, внутреннего и внешнего, я и другого*². Национальное, интерпретируемое в русском языкознании вслед за высказываниями Н.С. Трубецкого [18] в категориях личности и персонального, народ, воспринимаемый как личность, персона, может быть вписано и вписывается в круг проблем не только этнопсихолингвистики, лингвоэтнической когнитологии и психологии, но и проблем порождения и восприятия речи и текста, интерпретации и понимания языка, проблем коммуникативной лингвистики, как в синхронии, так и в диахронии, оборачиваясь при этом нередко проблемой средств выражения, т.е. проблемой экспликативной и стилистической.

Чужое внешнее, каковым принимается представитель иного этноса, интерпретируется обычно в категориях негативной оценки как потенциально опасное, угрожающее и **деструктивное**³, претендующее на экзистенциальный ресурс *своего*⁴, соотносясь по этому основанию с тем, что находится вне пределов привычного мира и *человеческого* – как *мертвое, потустороннее* и/ли *звериное*. Круги миров, находящиеся за этим пределом, равно как и их представители, появляющиеся и приходящие, с которыми устанавливается на время всегда пограничный, потенциально

небезопасный, контакт, могут быть более или менее расчлененными и нерасчлененными, слитыми, для взаимодействующего с ними интерпретирующего сознания, концентрически от него расходясь. Дифференцирование и концептуально-оценочное их различие – следствие опыта, результат прецедента, проективной истории повторявшихся взаимодействий, следствие и итог историзма этнического сознания, получающего свое отражение и развитие в текстах и языке.

XVII век в этом отношении для русского самосознания был подготавливающим и он же, одновременно, определяющим для русско-польского национально-культурного и ментального взаимодействия. Выбор времени текста поэтому был не случаен. С одной стороны, это время и век еще явно себя проявляющей средневековой концептологической парадигмы, далекой от отражения человека как индивидуальной отдельности и прямо себя отражающей в текстах и языке, а с другой, это время и век уже становящейся и также себя в языке обнаруживающей ментальности нового времени, с ее историзмом, дифференцированием и формирующимся персонализмом⁵. Сочетание и расхождение, уравнивающее и обнаруживающее себя, как и во всякое переходное время, в несовпадении выражаемого и выражающего – наличии новых форм при прежних понятиях и представлениях. Выбранный текст, точнее фрагмент его, касающийся способа представления поляков (эпизод написанной в 60-е гг. XVII в. *Повести о Савве Грудцыне*, представляющий осаду Смоленска русскими войсками в 1632 – 1634 гг.), может служить тому иллюстрацией, сочетая признаки одного и другого – номинативной определенности при когнитивной нерасчлененности изображаемого как этнической совокупности *несвоего*.

Определяя место поляков в русском этническом самосознании в исторической перспективе, необходимо вписать его в общий категориально-оппозитивный контекст. Противопоставление востока и запада, идущего от востока множества отдельности запада, восточной потусторонности ненатуральной мертвящести запада (в отрицаемом кругу которого позитивно укладывается оберегаемое свое), получило свое выражение в концептах-этнонимах *татары* (*татарин*) и *немец* (*немцы*). *Татары* (*татарин*) – непрошенное потустороннее, пришедшее и насевшее, бесы и черты в неразличаемой массе своей. *Немец* (*немцы*) – мастер, лукавый искусник, хитрец и льстец, тоже бес, но бес-искуситель, покупающий, отбирающий душу, а также мертвец и смерть. *Поляки*, еще один, третий по занимаемому месту для русского языкового сознания концепт-этноним, ни то, ни другое в этом ряду.

Соблазн обобщения, идущий от представления о тройственности *потустороннего*, *мертвого* и/ли *звериного* как проявлений в языковом сознании категориального *несвоего*, толкает на отнесение интересующего нас концепта-этнонима, к третьему компоненту, который, как, впрочем, и

первые два, необходимо интерпретировать в разных проекциях и отношениях. В частности в отношении *экзистенциального* (татары), *ментально-духовного* (немцы) и *пространственного* (поляки) – как отличного по этому основанию от *своего*. Если шире, то в отношении по-разному отображаемой универсальной триады *внешний мир – познание, ментальная деятельность – судьба и социум* [17] или *мир – мышление – язык* [21], являющейся отображением для структуры субъекта, определяемой как значения эксплицитного модуса, *перцептивного* (*сенсорного*), *ментального* (*когнитивного*), *эмотивного* и *волитативного* [1] (четвертого, о котором здесь речи нет) планов его проекции, с отнесением интересующего нас концепта каждый раз к третьему из представляемых оснований.

Набираемые из этих позиций и отношений признаки категориального представления поляков в русском языковом сознании дают картину *внешне-пространственных, назначения-доли-судьбы, социального устройства и родового, языкового – по роду, рождению* (в определенном смысле, возможно, *зверино-тотемного* как *экзогенного*) типов акцентуаций в противоположении подобному же своему.

Большой соблазн в подкрепление сказанному обратиться к этимологии разбираемых этнонимов. Если заимствованное из тюрк. *татар, татары, татарин* неясно и мало что для языкового сознания говорит, связывая разве что чисто ассоциативно с *татакать, та-та, тараторить*⁶, акцентируя способ быстрого, резкого и непонятного говорения⁷, а также с *тартар* и *тартарары* (у Даля, к примеру, на тартар: *Провались ты в тартарары и Поехали татары в тартарары, так за ними и ты?* [7, 392]), – то исконно славянские *немец, поляк*, первонач. *полянин* (*polak, polanin*) вполне очевидны и ясны. Одно образовано от *немой*, т.е. не говорящий по-нашему, говорящий невнятно и непонятно (в Лаврентьевской летописи: *Югра же людие есть языкъ немъ*), тем самым не понимаемый и, как обратное, не понимающий. А второе – от *поле*, пришедший из *поля*, живущий в *поле*, в *полях*⁸. В результате чего получаем всё то же соотношение – к *экзистенциально* (татары), *ментально* (немцы), *пространственно* (поляки) несвоему.

Таков умозрачительно обобщающий взгляд, весьма пунктирный и приблизительный, на проблему категориального представления интересующего нас концепта-этнонима, вне разбираемого текста, того периода и столетия, начиная с которого поляки для русских становятся актуализируемым фактом их национального самосознания. Общим местом стало определение совместной в дальнейшем истории этих двух народов как воплощенного духа соперничества по поводу своего превосходства и доминации для объединяющего их славянства. Небезынтересно поэтому определить, что отражает, с позиции русского взгляда и отношения,

выбранный текст, без обращения к такому же, симметричному представлению, польского, поскольку это иная задача.

Для верной интерпретации того, что отображено, необходимо бывает определить позицию отображающего, того речевого субъекта, который характеризует, описывая. Тем более это важно и показательно, если, как в нашем случае, субъект этот обобщенно не персонифицирован, если он неизвестный средневековый автор, позиция которого изначально не личностна и объективна.

Отношение к другому, к тому, что не-я, предполагает, сначала, с одной стороны, отношение и позицию наблюдателя, а затем и с другой, позицию оборотного отражения, отношения к не-я через я, интерпретацию не-я в категориях и представлениях *своего* и *я*, или *его*. *Увидеть*, чтобы *усвоить* как данное, предполагает сначала зрение формы увиденного, его лица – *лицезрение*, а затем и *перенесение*, *метатезу*, переворачивание, помещение в него *своего* как *его* и *другого*, в конечном счете нередко приписывание ему обратных, не позитивных, не замечаемых, не желательных, не осознаваемых в себе черт себя другого, поскольку в чужом отмечается то, по закону перцепции, что понятно и категориально для себя самого. Отсюда почти неизбежная в таких случаях актуализация кода зрительного прежде всего восприятия, невидения и/ли видения⁹, необычной формы и вида (*значительно больше / меньше обычного, совершенно голое / волосатое, белое / черное, синее, зеленое, красное, круглое, вытянутое* и т.п.), в сочетании с эффектом обратного, беспокойно нарушенного, отклоняющегося¹⁰, непривычно активного либо, напротив, пугающе неподвижного, замершего, остановившегося, потенциально опасно заряженного проявления (*застывшая поза, мертвый сон, едва заметное шевеление, скрадывание, слишком стремительное или, напротив, замедленное передвижение, громкое, резкое либо неслышное, неуловимое появление, перемещение по воздуху либо ползком, обычно с целью схватить, похитить*).

Значения и концепты указанного переворачивающего стороннего наблюдения можно отметить и в нашем тексте. Проблема интерпретации и восприятия обостряется тем, что наблюдающий за поляками, продавший душу бесу, Савва участвует в наблюдении по бесовскому наущению, а также вместе и рядом с ним. Обратность оказывается обратностью двух отражающихся взаимно зеркал: поляки – другое и инородное по отношению к Савве и бесу (а также повествователю), а Савва и бес, в свою очередь, потустороннее и не свое, как для них, отображаемых в тексте поляков, так и по отношению к интерпретатору – повествователю и его адресату, читателю, слушателю. Противопоставление своего и чужого кодово и отражается в языке. Слова, которыми повествователь описывает и представляет поляков, в кодовом и стилистическом отношениях не совпадают со средствами описания своих. Поляки и русские в изображении

разны, и различие это обобщенно-категориальное, т.е. такое, которое поддерживается концептуально, являясь частью картины мира и своего положения в ней, поскольку отображение и определение в ней другого есть не что иное, как способ определения и понимания в ней, через это другое, себя.

Заряженная статичность, готовность, стабильность занимаемой позиции русских в Москве противопоставляется динамической креативности, продуцированию, деланию, совершению оружейных приготовлений в Смоленске поляков: *Полки же на Москве во всякой готовности к шествию бяху. Во един же от дней прииде бес к Савве и рече ему: “Брате Савво! Поидем прежде полков в Смоленск и видим, что творят поляки и како град укрепляют и бранные сосуды устрояют”*. С одной стороны – *полки* (упорядоченный строй), *на Москве* (стабильность положения в центре), *во всякой готовности* (полнота достижения состояния), *к шествию* (регулярность движения), *бяху* (статичность). С другой – *видим* (позиция внешнего наблюдателя), *творят* (внутреннее брожение, недооформленность достигаемого в действии), *како* (неопределенность способа достижения), *укрепляют* (неполнота обладания, необходимость довосполнения), *бранные сосуды* (защитная оружейность как средство), *устрояют* (конструктивное совершение, необходимое для достижения желаемого). Одни, тем самым, имеют и обладают, достаточны и полны, заряжены полнотой неотъемлемого и стабильного обладания. Другие – стремятся, направлены к достижению, активны и подвижны, поскольку не обладают и вынуждены действовать, совершая усилия для защиты пространства неполного, недооформленного, не наполненного обладания (*бранные сосуды, которые устрояют*).

Наблюдающий видит их, они же его не видят, пока он сам (они сами) не объявляются им – знак обратности одних и других, противоположности сущностей, не находящихся в общем пространстве и времени, принадлежащих к разным мирам: *И об едину ночь с Москвы в Смоленску ставше и пребывше в нем три дни и три ночи и никим же видимы. Они же все видевшие и созирающе, како поляки град укрепляют и на приступных местах всякия гранаты поставляют. В четвертый же день бес объяви себя и Савву в Смоленску поляком*. Мифологическое и сказочное *три дни и три ночи* и объявление *в четвертый день* подчеркивает метафизичность происходящего. Через совершаемые и повторяемые в тексте действия (*град укрепляют и ... всякия гранаты поставляют*) усиливается впечатление нерасчлененной слаженной массовидности действующих, воспринимаемых наблюдателями как некий социальный и отстраненный массив, как синхронно активная масса, работающих и воспринимаемых (будучи сущностью экзистенциально *несвоего* и наблюдаемого издали) подобно тому, как воспринимаются пчелы и муравьи, колонии не различаемых в массе и инородных созданий.

Объявление им себя, предполагающее открывшуюся, тем самым, возможность *обратного видения*, нарушает спокойствие, порождает в них *возмещение*, переполох, стремление гона, охоты, желание схватить. Массив начинает бурлить, его активность становится интенсивно направленной на изъятие, устранение противоположного из поля общего пространственно-временного континуума: *Поляки же, егда узревше их, велми възмятошася и начата гнати по них, хотяще уловити их*. Пространство и время тех и других на деле оказывается разделенным, не общим: *Бес же и Савва скоро избегше из града и прибегоша к реке Днепру, и абие разступися им вода. Они же преидоша реку оную, яко по суху*. Не достижимым для действия со стороны одного в отношении другого: *Поляки же много стреляюще по них, и никако же вредиша их*, – поскольку только иллюзией было общее пребывание, – *удивляхуся, глаголающе, яко “бесове суть во образе человеческом, приидоша и бывше во граде нашем”*.

Слова в представляемом фрагменте можно рассматривать как кодовые проекции характеризующих, определяющих взаимные отношения категорий. Категорий субъектного взаимодействия: *узревше, възмятошеся, начата гнати, хотяще уловити // избегше, прибегоша, преидоша; стреляюще // не вредиша*, времени: *егда, начата (гнати) // скоро (избегше), абие (разступися)*, интенсива: *велми (возмятошася), (начата) гнати, много (стреляюще), никако же (вредиша)*, пространства: *из града, к реке, разступися вода, (преидоша) реку оную, яко по суху, приидоша и бывше во граде*, интерпретатива: *удивляхуся, глаголающе, яко “бесове суть во образе человеческом...”*. Соотношение и разделение охватывает первые две – субъектного взаимодействия и времени, в то время как интенсив и интерпретатив, с одной стороны, и пространство, с другой, предстают разведенными: категории интенсива и интерпретатива характеризуют субъектные проявления *несвоего*; категория пространства – *“своего” наблюдающего и потустороннего*.

Бинарность своего и несвоего, последовательно различающая нередко затем в языке коннотативно, оценочно, ментально одно и другое, делающая отчуждаемое объектом отстраненного изображения и более или менее постоянной, потенциально, неприязненно-негативной оценки, что, к примеру, в условиях идеологического унитаризма и фундаментализма, дает себя обнаружить с особой последовательностью и силой, когда пресловутое *мы и они, наши/ ненаши, у них и у нас, свои и чужие* делит мир на две не пересекающиеся, не проницаемые и противоположно заряженные псевдореальности, уходит своими корнями во многом в категориально распределенное противоположение представленных средств обратного отражения.

Свое/ несвое, как этнически совпадающее/ не совпадающее с идентификацией речевого субъекта и наслаивающееся на противоположение человеческое / нечеловеческое, дает возможность

увидеть в изображаемом вслед за *видом его лица* (заряженный потенциально интенсифицируемой активностью отстраненный массив) и глубинную, *инфернальную*, метатезу, проявляющую себя прежде всего в характере наступающих при взаимодействии с этим противоположным и наблюдаемым *массивно* нерасчлененным субъектом действий с его стороны. Перенесение проявляет себя в мотиве охоты, гона (*егда узревшие их, велми възмятошася и начата гнати по них, хотяще уловити их*) – в поле, полем, по полю на лис.

Действие внешним образом мотивируется понятно и просто: увидев возмутившее чуждое, представленное ограниченно малым числом, пробравшееся в стан украдкой как наблюдатель, находящееся в стане и многочисленное другое, уверенно сильное обладанием места и этим своим числом, естественным образом поднимается на видимое чужое, движимое общим чувством охоты и гона, с желанием обездвигить и овладеть, подавить его, устранить, обезвредить.

То же действие имеет концептуально-мифологическую мотивацию и подоплеку: гон, охота, преследование другого – как средство динамизации своего родового активного, сообщение и обновление в нем жизненных сил. А также глубинно-психологическую, архетипическую по терминологии и в понимании К.Г. Юнга, из которой следуют перенесение и обратность: гон, охота, бег по полям, преследование можно рассматривать как проекции внутреннего желания освободиться от страха, от смущающего, нарушающего гармонию и покой в себе своего. Для более полного представления описываемого фрагмента необходимо выяснить по крайней мере две еще таких стороны: что именно во вне себя и внутри себя субъектное, от *ego*, от речевого *я*, исходящее, изгоняет, гонит (1) и на каком пространстве, в пространстве чего (2).

Изгоняемое внешне, по качеству в тексте, предстает как препятствующее покою неприязненно злобное потустороннее *беса* и Саввы, им соблазненного (метатетически – внутреннее субъекта). С учетом переворачивания, обращения на обратное, таковыми становятся сами те, кто их гонит (*поляки*), но не как неприязненно потусторонняя сила, а как объект вызываемой ими и ими же внешне производимой охоты и гона – носители наблюдавшегося отстраненного неразличимого множества, или массива. То, что вне себя, но метатетически, с условием переворачивания, становится проекцией самоощущения *ego*, самопредставления им самого себя.

Пространство охоты и гона, представляющееся как внутреннее пространство *града* и не отраженного в тексте *поля* (*Бес же и Савва ... избежие из града и прибегоша к реке Днепру*), воплощает пространственную модель своего родового в развертывании, от дома-города через поле к реке и потом за рекой. *Дом и город* при этом центр модели, *река* – граница, раздел, отмечающий переход к тому, что на той стороне, по ту сторону. *За рекой* предстает, тем самым, как то, что на том свете, в ином измерении. *Поле*, как

то, что лежит между *городом* (домом) и рубежной *рекой*, – пространство внешнего своего, не внутреннего, но обеспечивающего, проникнутое другим и потенциально опасное. В поле битва (работа), сражение, в поле охота (*polować*) и вероятная смерть.

Взаимодействие с тем, что в поле, становится взаимодействием с амбивалетно *своим-несвоим* и также амбивалетным, двойственным предстает в своем результате, обеспечивая добычу и пропитание (работа, охота), победу и выигрыш либо, напротив, поражение и проигрыш, пленение, рабство и смерть (сражение, битва). Поле (пустошь) отделяет пространственно от потустороннего, смерти (река, за рекой), но и связывает, ведет, направляет его и к нему. Поле, следовательно, есть переходное и промежуточное, и то, что в нем, *лисы* обратного отражения – *поляки*, предстает как объект обеспечивающего взаимодействия для своего родового, активизации и проявления его жизненных сил (в охоте, работе, сражении-соперничестве), объект и средство, в конечном счете, самореализации и самопознания себя, своей сущности (*брат мой, Каин/Авель, а также и ближний, дан мне в общем-то для того, чтоб познать самого себя*).

Привычное противоположение *своего* и действующего против него *чужого* касается также и наблюдаемо интерпретируемой, *видимой, объявляемой формы* выставяемого, выдвигаемого из себя, высылаемого вперед от себя на другое отдельного. Выдвигающийся из неразделимой массы один предстает *исполином*: *тогда от поляков из града выедет один исполин...* Выдвижение отдельного мифологически тоекратно: *На другой же день паки от поляков выедет другой исполин... В третий же день выедет из Смоленска третий...* Выдвижение становится следствием бесовского изволения, каузируясь потусторонним и вредоносным: *По глаголу же бесовскому выслан бысть из града некий воин страшен зело...* Страх, вызываемый им, страх чужого и потустороннего (*страшен зело*), парализуя, снимает способность ответного действия: *на коне ездя и искаше из московских полков противника себе, но никто же смеяше изыти противу его...* Только тот, кого вызвавшее *исполина* потустороннее (*бес*) поддерживает, способен противостоять ему и действовать против него: *ты же ничего не бойся*, – говорит бес Савве, – *и противу того изыди и того поразиши*. Хотя и не без ущерба, *уязвления*, поражения для себя (таков результат столкновения с противоположным другим): *Но и сам уязвлен будеши от него* (за третьим разом), но, по бесовскому соизволению и участию, и это его минует, – *аз же язву твою вскоре уврачую*.

Представление об инородном как о великане и исполине архетипично. Само *исполин* восходит этимологически к имени *спалов*, побежденных готами на территории современной южной России [19, 141]. Таковы же и *обры* – “*бяху бо Обри телом велици*” (Лаврентьевская летопись), откуда чешск. *obr* ‘великан’, ‘исполин’, польск. *olbrzym* и – *Погибоша аки обри*

русской поговорки. „Преобразование племенного имени в обозначение великана, гиганта – явление нередкое”, – замечает А.И. Попов, – „таким же образом немецк. *Niue* (среднемецк. *hiune*) ‘великан’ возникло из древнемецк. *Nyn* ‘гунн’, ‘венгр’ [19, 141]. Имя другого племени – *киммерийцев* (греч.), по ассирийским источникам *Гимирраи*, или *Гимирри*, „нашло свое отражение в древнерусском термине *коумирь*, *коумирь* ‘кумир, истукан, идол’, осетинск. *gumiri*, *gumeri*, *gaemeri* ‘великан, идол’, грузинск. *gmiri* ‘богатырь, герой, исполин’ [19, 11].

Ранее бывший и побежденный затем другими, исчезнувший, вымерший на этой земле народ был народ великанов, а также борьба и единоборство с ним – древний и универсальный мотив. Об этом свидетельствуют сюжеты сказок о великанах у самых разных народов (германских, кавказских, финно-угорских) и текст Писания: „земля, которую проходили мы для осмотра, есть земля, поедающая живущих на ней, и весь народ, который видели мы среди ея, люди великорослые. Там видели мы и исполинов, сынов Енаковых, от исполинского рода” (Числа, 13: 33-34), – так говорят Моисею посланные им осмотреть Ханаанскую землю, прежде чем войти в нее народу Израиля. Жившие в разное время на этой земле и побежденные затем другими народами Енакиты, Рефаиты, Зувиты, Емиты, Замзумиты были племена исполинов и великанов, что отразилось в самих их названиях: Енак ‘высокорослый’, Рефаим ‘исполин’, Емиты ‘ужасные, страшные’ и ‘великаны, исполины’, Замзумиты ‘шумящие, бушующие’ [3]. Сюда же следует отнести и известный мотив единоборства Давида и Голиафа (I Цар., 17: 4), почти дословно себя повторивший и в разбираемом тексте. Великаны и исполины – народы древние, бывшие, относимые ко времени мифологическому, вымершие и побежденные в единоборстве, борьбе с ними на поединке, в *поле*. Древнейший мотив инородного страшного и пугающего, видом и формой большого, не человеческого отразился и в нашем тексте.

Противоположение *своего* и *чужого* отражает себя и в *структуре, организации, устройстве* одного и другого множества. *Свое* упорядочено и стройно, подчинено высшей воле и ведумо одним, есть в нем низы, сердцевина и верх, голова надо всем, боярин с лицом и именем, исполняющий царские повеления: „Это полки и войска московские, готовые к шествию и идущие затем *по указу государеву* под Смоленск, *надо всеми же полками бысть Федор Иванович Шеин*. Другое множество неразлично безлично и массовидно, в нем все едино как общее и одно – *поляки* или же выдвигающееся, выходящее из него навстречу, на поединок, *страшным зело, неким славным воином, исполином*.

Затронутые в статье категории дают возможность поставить вопрос о соседнем и ближнем (применительно к этносу) как о способе языкового и когнитивного представления народа и о себе самом, о национальном сознании и самосознании, воплощающем себя в средствах типического,

связанного с проекцией (в диахронии) пространственно ориентируемой глубинной модели внутреннего – я четырех (пяти с учетом центра) сторон. Одну из точек этой модели для русского языкового сознания исторически занимают *поляки*, обобщенное категориальное (преображенное, перевернутое?) представление о которых, укладываясь в пространственно-мифологический (возможно, отчасти и тотемный) комплекс-ориентацию *лисы полей*, может быть, на основе данных рассмотренного древнерусского текста, передано как *нерегулярность заряженной активности неразличимого массовидного к наблюдателю*. Составные части которого (представления), как и сама его целостность, дают возможность увидеть отчасти как парадигму определяемого самосознания, так и ментальные, когнитивные основания этнических предубеждений²³, стереотипов и предрассудков, а также и способ(ы) восприятия, понимания и отношения к себе и к другим носителя данной национально-культурной и когнитивно-языковой парадигмы.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. А.А. Попов [15, 159-161] выделяет, в частности, некоторые общие мотивационные закономерности в сфере этнонимов, распределяемые им отчасти во времени как ранние – более поздние: тотемические обозначения (обычно для самоназваний, *автоэтнонимов*); географические или хозяйственные (своего рода ориентационно-пространственные – откуда пришли, кто такие, чем заняты); происшедшие из личных имен вождей, основателей или династов; пространственно-поселенческие, типа *древляне, поляне, дреговичи*, т.е. где, в каком месте, в каких местах сидят, живут; по виду профессиональных занятий и ремесла; названия, связанные с обозначениями числа родов или фратрий; самоназвания с семантикой “человек”, “настоящий человек” (сюда же признаки “свой, свои”, “говорить на понятном языке”); полученные как следствие переноса имени части (племени) на целое (весь народ); как следствие опосредованной передачи от соседей к соседям.

2. Оппозиции, активно используемые в исследованиях, посвященных проблемам языкового описания модели мира (ММ) и структурной антропологии [14; 13; 483-506]. О соотношении *внутренний / внешний* применительно к *я / ты* как антропоцентрическому основанию языка в понимании субъективности Э. Бенвениста [2] и *свой / чужой* как проекции в социальном коде того и другого см., напр.: [20; 21; 22]. О проблеме *Я и Другого* применительно к языку со ссылками на литературу вопроса см. [1, 647-649].

3. По данным исследований Т.А. ван Дейка, агрессивность, насилие, угрожающее поведение, а также другие негативные и отклоняющиеся стереотипы очень типичны для так наз. рассказов об “иностранцах” [29].

4. Мотив вампира как того, кто после смерти находится на границе двух миров [12]; вера в вампиров и еретиков как проявление ксенофобии [26].

5. “Общественному и художественному сознанию древнерусского человека до XVII в. было чуждо понятие о единичной конкретной личности, индивидуальности, о самосознании, об отдельном человеческом “я” как носителе социальных и субъективных признаков и свойств” [6, 272].

6. Звуковая случайная связь для языкового сознания нередко значима. О ритуально-магической (и концептологической, следовательно, для языкового сознания) роли так называемой народной этимологии см.: [16].

7. Монг. *tatari*, калм. *tatr* “заика” [19, 27], что согласуется с мотивационной основой др.-греч. *барбарос* “варварский, варвар, не грек”, объясняемой как звукоподражание непонятной, невнятной, чужой, заикающей речи.

8. *Поле* здесь может быть также интерпретировано и в мифологическом смысле – как пограничное, переходное пространство между *своим* и *чужим*. Ср. к этому этимологию др.-рус. *лях, ляси, ляхи, ляхове*, польск. *lach* – от *lędo*, др.-рус. *ляда* „поле, поросшее молодым лесом, новь”, *лядина* „пустошь, сорняки, густой кустарник”, *лядеть* „зарастать (молодой порослью)”, т.е., тем самым, „обитатели пустоши, нови”, *лядская земля* „Польша” [7, 553, 549], с восприятием, неизбежно, пришедших оттуда, т.е. *поляков, ляхов*, по основаниям ‘множество’, ‘поросль’, ‘густота’, ‘пустота’, ‘выросшее из поля, в поле растущее’, ‘новое, новь, молодое – как выросшее, вновь, на глазах, возникшее, появившееся вдруг, сейчас’ (концепт позиции *стороннего наблюдателя*).

9. Об актуализации зрения и зрительного кода при контакте с потусторонним-чужим см.: [21, 78-80; 9].

10. Носители девиантного поведения, см.: [8, 182-184].

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М., 1999.
2. Бенвенист Э. О субъективности в языке // Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М., 1974.
3. Библийская энциклопедия. – М., 1990.
4. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русского языка). – М., 1997.
5. Вежбицка А. Семантические универсалии и описание языков. – М., 1999.
6. Виноградов В.В. Из истории слова “личность” в русском языке до середины XIX в. // Виноградов В.В. История слов. – М., 1999.
7. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. – М., 1955. Т. IV.
8. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989.
9. Иванов В.В. Категория „видимого” и „невидимого” в тексте: еще раз о восточнославянских параллелях к гоголевскому „Вию” // Structure of texts and semiotics of culture. The Hague; Paris, 1973.
10. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
11. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. – М., 1990.
12. Левкиевская Е.Е. Вампир // Славянские древности. Этнолингвистический словарь. – М., 1995. – Т. 1.
13. Мелетинский Е.М. Мифология и фольклор в трудах К. Леви-Строса // Леви-Строс К. Структурная антропология. – М., 1983 (1985).
14. Мифы народов мира. – М., 1982. – Т. 2.
15. Попов А.И. Названия народов СССР. Введение в этнонимику. – Л., 1973.
16. Толстой Н.И., Толстая С.М. Народная этимология и структура славянского ритуального текста // X съезд славистов. – М., 1988.
17. Топорова Т.В. Семантическая структура древнегерманской модели мира. – М., 1994.
18. Трубецкой Н.С. К проблеме русского самопознания // Трубецкой Н.С. История. Культура. Язык. – М., 1995.
19. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. – М., 1987. – Т. II, IV.
20. Цивьян Т.В. Категория *видимого* / *невидимого*: балканские маргиналии // *Balkanica*: Лингвистические исследования. – М., 1979.
21. Цивьян Т.В. Лингвистические основы Балканской модели мира. – М., 1990.

22. Цивьян Т.В. О некоторых способах отражения в языке оппозиции *внутренний / внешний* // Структурно-типологические исследования в области грамматики славянских языков. – М., 1973.
23. Этническая ономастика. – М., 1984.
24. Этнопсихолінгвістика / Отв. ред. Ю.А. Сорокин. – М., 1988.
25. Язык и личность. – М., 1989.
26. Beynen G.K. The vampire in bulgarian folktales // Sixieme congris international d'ytudes du Sud-Est Europeen. Rйsumйs des communications. Sofia 1989.
27. Teun A. van Dijk. Cognitive and conversational strategies in the expression of ethnic prejudice // Text. – Vol. 3 – 4. – 1983 – P. 375 – 404.
28. Teun A. van Dijk. Cognitive Situation Models in Discourse Production: The Expression of Ethnic Situations in Prejudiced Discourse // Language and Social Situations. – New York, 1985. – P. 61 – 79.
29. Teun A. van Dijk. Prejudice in Discourse. – Amsterdam, 1984. – Chapter 5. Stories about minorities. – P. 79 – 104.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Червінський Петро – доктор філологічних наук, професор Шльонського університету, Польща.

Наукові інтереси – актуальні питання лексикології.

ЦІННОСТІ В СТРУКТУРІ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Ірина ЧЕРНИШЕНКО (Кіровоград)

Стаття присвячена розгляду одного з питань когнітивного мовознавства: визначення місця ціннісних концептів у структурі мовної картини світу. Пропонується огляд теоретичних підходів з цього питання та його авторська інтерпретація.

The article is about one of the issues of cognitive linguistics: the determination of the place of value concepts in the structure of the Linguistic World Model. The theoretical review of different approaches and their author's interpretation is suggested.

Концептуальна картина світу складається з багатьох елементів, таких, як традиції, вірування, ритуали, обряди, цінності, знання, поняття, уявлення, моделі поведінки, стереотипи та інше. Буде доречним зазначити, що в будь-якій картині світу існують ключові та периферійні поняття. Саме ключові поняття, до яких можна віднести і цінності, формують центри концептуальних картин світу. Особливо цікавими для науковців є дослідження таких понять. Вони дозволяють виявити та описати певні національно-специфічні риси окремих народів, наблизитись до розуміння національного менталітету.

У вивчення оцінки та ціннісної лексики доклали зусиль багато філософів, логіків, лінгвістів (Аристотель, Платон, Б. Спіноза, Г.В. Гегель, І. Кант, Дж. Локк, Д. Юм, Н.Д. Арутюнова, В.М. Богуславський, Г. Вежбицька, О.М. Вольф, О.С. Кубрякова, О.В. Кунін, Ю.С. Степанов, В.М. Телія, Г.І. Приходько та ін.). Різні аспекти категорії оцінки не раз були об'єктом їхньої уваги. Нагромаджено значний емпіричний матеріал і сформовані певні напрямки дослідження оцінної семантики в різних мовах.

Водночас теорія цінностей не має завершеної репрезентації, що викликає необхідність продовження розробки пов'язаних з нею проблем у межах когнітивної парадигми.

У цій статті ми ставимо за мету розглянути наявні підходи до визначення, класифікації, структури та функціонування цінностей, що пропонують різні автори у філософській, соціологічній, педагогічній та лінгвістичній літературі. Крім того, метою дослідження є розгляд цінностей як елемента структури мовної картини світу особистості.

Національна та культурна свідомість формується поза мовою. Вона виникає у системі цінностей, традицій, обрядів етнічної групи. Однак, усе це знаходить своє розкриття в мові тому, що мова – це колективна пам'ять мовців, пам'ятник культури, хроніка національної історії, національної долі. “Мова як пам'ять нації та її історії відображає когнітивний досвід нації, її духовні й етичні ідеали, особливості історичного розвитку на шляху прогресу та її характер” [22, 4]. Компоненти лексичної системи в мові змінюються під впливом культурних і соціальних факторів, реструктуризації моральних та ідеологічних цінностей у суспільстві.

Будь-яка людська спільнота для свого існування передбачає наявність спільних цінностей. Саме вони взаємно орієнтують дії й очікування людей та їхні "можливі світи" [16, 73]. Цінності завжди існують як упорядкована система, котра є найважливішою складовою культури. Більш того ціннісна система є "сутністю" тієї чи іншої культури, що пронизує та об'єднує її технологічну, соціонормативну та символічну сферу [11, 77].

Цінності є об'єктом вивчення аксіології. Аксіологія (від грецького *axios* – той, що має цінність, *logos* – теорія, наука) – теорія цінностей або оцінки, що займається вивченням природи цінностей, їхніх критеріїв, видів та ієрархії, а також способів пізнання цінностей. Цінності визначаються як критерії та способи оцінки позитивного або негативного значення об'єктів навколишнього середовища для людини, групи людей, суспільства в цілому, які визначаються не властивостями цих об'єктів, а їхнім залученням до сфери людської діяльності, інтересів та потреб, соціальних відносин. “Оцінки пов'язані з культурним ґрунтом, на якому вони виростають” [4, 26]. В основі кожної цінності лежить уявлення – правильне або неправильне, свідоме або підсвідоме, людське або національно-культурне – стосовно конкретного об'єкта та явища. “Цінності – абстрактні ідеї, позитивні або негативні, що не є пов'язаними з певним об'єктом або ситуацією і відображають людські переконання про типи поведінки й цілі, яким надається перевага” [23, 60].

Система цінностей виступає як ланка, що поєднує суспільство з особистістю, залучає її до системи суспільних відносин, визначає, для чого відбувається та чи інша діяльність і якими засобами вона реалізується. Усе розмаїття предметів людської діяльності, суспільних відносин і природних явищ, які вводяться в це коло, може виступати у вигляді предметних

цінностей, як об'єктів ціннісного ставлення, таких, котрі оцінюються в аспекті добра і зла, істини або не істини, такого, що дозволяється або забороняється, справедливого або несправедливого. Засоби та критерії, на основі яких відбувається процедура оцінювання відповідних явищ, закріплюються в суспільній свідомості й культурі, як суб'єктні цінності, що виступають орієнтиром діяльності людини. Цінності є одним із засобів категоризації на основі оцінки, і *світ можна описати як ієрархію цінностей*.

Як зазначає І.Ф. Кононов, у сучасній постановці проблема цінностей своїм загальним витоком має філософію І.Канта з її поділом світу на сферу свободи та сферу необхідності. У наявній же формі вона була поставлена в середині ХІХ ст. німецьким філософом Рудольфом Германом Лотце (1817 – 1881), котрий увів до наукової термінології і саме поняття цінності. Для нього цінності – момент всесвітньої телеології. Ціннісна визначеність будь-якого об'єкта зумовлена його місцем і роллю в реалізації світового телеологічного процесу [11, 77].

Цінності не існують об'єктивно, вони являють собою концептуалізацію бажаного [20, 116] і знаходять своє віддзеркалення у вигляді моральних принципів та норм, ідеалів, установок та цілей. Вони перебувають під постійним впливом ситуативних факторів. Кожна конкретна суспільна група може бути охарактеризована специфічним набором цінностей, система яких виступає у вигляді вищого рівня соціальної регуляції. Це твердження є справедливим і стосовно кожного окремого етносу як єдиної сутності.

Цінність є там і тоді, де і коли одна реальність з її потенційними можливостями протистоїть іншій сутності, що обмежує, закінчує або доповнює першу. Таким чином, в одному випадку цінність об'єктивно може виступати як позитивна, а в іншому – як негативна.

У науковій літературі існує досить велика кількість підходів до систематизації цінностей. Виділяється категоризація цінностей за об'єктом вживання – матеріальні, морально-духовні; метою вживання – егоїстичні, альтруїстичні; рівнем узагальнення – конкретні та абстрактні; родом діяльності людини – термінальні та інструментальні; за змістом діяльності – пізнавальні; за належністю – особисті, групові, колективні суспільні, національні, загальнолюдські [7, 119]. Існує також ціла низка цінностей (ідеальні, глобальні), які досить важко віднести до певної групи або важко співвіднести тільки з однією групою, адже вони належать до багатьох з них. Слід зазначити існування типології цінностей за місцем у статусно-ієрархічній структурі цілісної свідомості членів суспільства. Наприклад, М.І.Лапін виділяє чотири групи цінностей: “ядро ціннісної структури, структурний резерв, периферія та хвіст” [12, 7].

Ядро – цінності вищого статусу, які явно домінують у суспільному сприйнятті й інтегрують соціальну спільноту в ціле. Вони поділяються більшою частиною населення. Структурний резерв – цінності середнього

статусу. Тут найбільш інтенсивно виявляється ціннісний конфлікт між особистістю і соціальними групами. Периферія – цінності, що розділяють членів відповідної спільноти. Хвіст – цінності нижчого статусу, які поділяє меншість у суспільстві.

Цінності як фактори регулювання існування і функціонування суспільства виконують певні функції. Філософські й соціологічні джерела виділяють декілька з них.

Перша, на яку звертають увагу фактично всі дослідники, може бути названа **інтеграційною**. В.С.Бакіров характеризує її таким чином: "Функціональне призначення ціннісної свідомості на соціальному рівні зводиться до інтеграції безконечної множини розрізнених людських дій і вчинків у єдину цілісну систему практичної взаємодії соціального організму з природою, систему, що характеризується особливим внутрішнім розчленуванням і що перебуває у постійному процесі руху до нових якісних станів" [3, 34].

Друга функція пов'язана з **регулюванням індивідуальної поведінки**. А.О.Ручка визначив її так: "Виступаючи як знаряддя соціального регулювання в нашому суспільстві, вони є тією проміжною ланкою, яка з'єднує поведінку людини з його найважливішими соціальними інститутами, з його ідеалами та вимогами" [19, 19].

Найбільш детально ця функція розглядається в диспозиційній концепції регулювання соціальної поведінки людини, розробленій В.О.Ядовим із співробітниками. Як один із класів диспозицій, розглядаються ціннісні орієнтації. Диспозиції структуровані ієрархічно. На найнижчому щаблі містяться елементарні фіксовані установки, пов'язані з потребами фізичного існування. Далі йдуть соціальні установки (аттїюди). Як третій рівень, виділяється система ціннісних орієнтацій на цілі життєдіяльності та засоби їхнього досягнення [27, 93].

Феномен ціннісних орієнтацій пов'язаний з тим, що людині доводиться самовизначатися в неоднорідному, іноді навіть суперечливому ціннісному просторі. Як виміри тут виступають різні ціннісні системи. Отже, ціннісна орієнтація – результат засвоєння певних цінностей, перетворення їх у "складові вищих рівнів у диспозиційній структурі **спрямованості особистості**" [24, 368].

Особливого обговорення заслуговує проблема співвідношення ціннісних орієнтацій та реальної поведінки людини. В.С.Бакіров пише: "Ціннісна орієнтація – системно пов'язані ціннісні уявлення, що **реально** детермінують вчинки та дії людей, які виявляються і відкриваються в практичній поведінці, визначаючи якісну своєрідність життєдіяльності особи, її спосіб життя" [3, 118]. Однак, можна стверджувати, що існують певні суперечності між уявленнями та діями, що можуть бути зумовлені впливом підсвідомості. Крім того, для людини й на свідомому рівні може бути характерною неузгодженість між різними її ціннісними орієнтаціями.

Скажімо, вищі світоглядні орієнтації (матеріалізм чи ідеалізм) можуть розходитися з орієнтаціями на цілі життєдіяльності (альтруїстичні чи егоїстичні).

Третя функція – **ідентифікаційна**. Самоідентифікація – механізм, завдяки якому особистість ототожнює себе з якоюсь спільнотою. Через таке ототожнення виникає і ставлення до норм цієї спільноти як до своїх. Тобто самоідентифікація виступає умовою дієвості функції регулювання індивідуальної поведінки. Безумовно, самоідентифікація – не просто результат вільного вибору людини. Спільнота, до якої особистість належить, вимагає від своїх членів певних ідентифікаційних практик, примушує до них. В умовах соціальної стратифікації елементом ідентифікаційних практик груп, що містяться вище інших на щаблях суспільної ієрархії, є примус груп, що містяться на нижчих щаблях, до певних ідентифікаційних практик, які відтворюють моменти залежності тих, що містяться нижче від тих, що містяться вище. У всіх цих випадках цінності відіграють найважливішу роль.

Функції ідентифікації треба відокремлювати від функцій регуляції індивідуальної поведінки. Адже, крім процесів самоідентифікації та примусу до здійснення певних ідентифікаційних практик, цінності виступають моментом та умовою виникнення макроідентичності (наприклад, національної самосвідомості) [1, 19]. Що ж стосується регулювання індивідуальної поведінки, то її можуть здійснювати навіть норми спільноти, з якою людина себе не ототожнює.

Не можна ідентифікаційну функцію ототожнювати й з інтеграційною. Макроідентифікація суспільства як свій момент передбачає усвідомлення його окремішності щодо інших суспільств. Ідентифікація людини стосовно певної спільноти одночасно є відділенням від інших спільнот. Якщо спільнота перебуває в антагоністичних стосунках, то розвиток їхніх ідентичностей збігається з розвитком конфліктної взаємодії. Тому цілком слушною видається думка А.О.Ручки, що "...ціннісно-нормативні регулятиви далеко не завжди відіграють інтеграційну роль" [19, 14].

Четверта функція була виділена Т. Парсонсом і полягає у тому, що **цінності відіграють роль стандартів чи критеріїв для вибору з наявних альтернатив**, які властиві будь-якій ситуації людської дії [17, 455]. Тобто цінності є необхідною передумовою операції оцінки, без якої людська діяльність неможлива.

У соціології значна увага приділяється розрізненню цінностей та норм. Т. Парсонс таким чином сформулював критерій поділу: "У зв'язку з розрізненням ролі та колективу на рівні одиниць встановлюється розрізнення між нормою та цінністю на рівні стандарту стосунків" [18, 467]. Американський соціолог відповідно до цього запропонував визначення: "Цінність – нормативний стандарт, котрий визначає бажану поведінку системи щодо її оточення без диференціації функцій одиниць або їхніх

окремих ситуацій. Норма у свою чергу є стандартом, що визначає бажану поведінку для одиниці або класу одиниць у специфічних для них контекстах, диференційованих від контактів, пов'язаних з іншими класами одиниць" [18, 467].

Е. Фромм зазначає, що на сучасному етапі в демократичних країнах офіційно визнаними усвідомленими цінностями є гуманістичні та релігійні: індивідуальність, любов, відповідальність, милосердя. Неусвідомлені цінності – власність, споживання, суспільне становище, розваги [24, 287].

На проблему значущості цінності в сучасній російській та вітчизняній філософській і соціологічній літературі склалися два погляди. Велика група авторів (Л. Архангельський, В. Василенко, В. Гречаний, О. Дробницький, М. Дьомін, М. Каган, Н. Мотрошилова, Л. Столович, та інші) уважають, що цінність – це позитивна чи негативна значущість предметів і явищ для життєдіяльності суб'єкта. Цей погляд знайшов своє розкриття і в розумінні цінності, що міститься у філософському словнику під ред. В. Кемерова [21, 1004].

Інші автори (Ю. Гранін, А. Гулига, А. Жукова, А. Коршунов, І. Попов, В. Тугаринов та інші), навпаки, вважають, що цінність розкриває лише одну із форм значущості, а саме – позитивну. А. Гулига, наприклад, констатує: "Цінностей зі знаком мінус не буває" [6, 64].

У своїй фундаментальній праці "Філософська теорія цінностей" М. Каган виділяє основні цінності: правові, політичні, релігійні (цінності соціальних макрогруп), естетичні й моральні цінності, цінності екзистенційні, що характеризують смисл життя, і цінності художні [8, 156].

М.Рокіч поділяє цінності на дві групи – цінності-цілі (термінальні) й цінності-засоби (інструментальні). Ця класифікація була адаптована Д. Леонтьєвим у російській аксіології [13, 14].

Білоруський педагог Б.Бігінас з погляду основи змісту виховання поділяє цінності на трансцендентні (душа, безсмертя, віра, надія, любов, покаєння тощо); соціоцентричні (свобода, рівність, творчість, гуманність, солідарність, злагода тощо); антропоцентричні (самореалізація, автономність, користь, щирість тощо) [5, 16]. Він підкреслює, що вибір системи цінностей – головне питання, яке виникає при визначенні змісту виховання, бо воно передбачає передачу підростаючому поколінню соціального досвіду людства, знань, розвиток здібностей та практичну діяльність.

О.А. Ціхоцька у своєму дисертаційному дослідженні доходить висновків, що історичні епохи й відповідно різні філософські вчення накладають свій відбиток на розуміння природи цінностей. У сучасну епоху інформаційної цивілізації та глобального еволюціонізму особливого значення в теорії цінностей набувають інтерес, потреба, знання. Така думка знаходить підтвердження цих тенденцій у концепції американського вченого Річарда Шуермана, який констатує, що в переході до нової ери

інформаційної цивілізації роль освіти повинна бути випереджальною, а її розвиток має здійснюватись у чотирьох напрямках. Перший – більш глибокі знання в галузі математики і загалом науки. Другий – загальне комп'ютерне навчання. Третій – добре поставлене вивчення іноземних мов. Четвертий – широке знайомство з культурою різних народів [26, 8].

А. Кір'якова в монографії “Теорія орієнтації особистості у світі цінностей” показала один з можливих варіантів змістовної основи орієнтації школярів на соціально значущі цінності [10, 117]. У вичленуванні провідних ідей визначених груп цінностей вона спиралася на спеціальні дослідження, які розкривають сучасне розуміння ціннісних категорій: людина як цінність (А. Титаренко, О. Крутова), краса як цінність (Ю. Борев, Л. Столович), Вітчизна як цінність (Л. Скворцов, В. Давидович), пізнання як цінність (А. Коршунов, Ю. Пономарьов), праця як цінність (П. Бунін).

У педагогіці цінності досліджуються в контексті виховання і емоційного розвитку індивіда, його навчання і світоглядного становлення. Цінності в структурі виховного процесу займають особливо важливе місце. Вони – його мета й основа, на яку спираються всі методики [2, 118]. Змінюються цінності – змінюються норми – змінюються цілі виховання [15, 3]. Дослідники розглядають виховання як “формування системи цінностей людини з її специфічним змістом та ієрархічною структурою”, як “спосіб перетворення цінностей соціуму в цінності особистості” [8, 176].

Сучасна система освіти в Україні опинилася в парадоксальній ситуації, коли різні гуманістично спрямовані педагогічні програми (“педагогіка серця”, педагогіка кордоцентричності родинних стосунків, педагогіка співробітництва, вальдорфська педагогіка, екзистенційна, релігійна, педагогіка “нового гуманізму”, школа віри, школа резерву, школа-родина, школа розвитку творчої особистості, особистісно орієнтовані концепції розвитку освіти (Г. Балл, І. Бех, С. Гончаренко, І. Зязюн, Ю. Мальований, О. Савченко, А. Фурман та ін.) стикаються з прагматичними установками значної частини молоді.

У працях сучасних педагогів і психологів [9, 111] здійснюється методолого-теоретичний аналіз проблеми ціннісних орієнтацій та інтересів різних категорій молоді, що навчається. Т. Мальковська, наприклад, розглядаючи основні теоретичні підходи до дослідження процесу формування ціннісних орієнтацій, аналізує співвідношення категорій “цінності” й “ціннісні орієнтації”, досліджує взаємозв'язок між соціальною активністю та ціннісними орієнтаціями. Вона виокремлює три найважливіших аспекти формування ціннісних орієнтацій школярів:

- Формування різнобічних ціннісних орієнтацій, які відповідають сучасному етапу суспільно-економічного розвитку суспільства.
- Формування в школярів випереджальних ціннісних орієнтацій, спрямованих на ідеали, соціальні цінності суспільства на основі усталених світоглядних принципів.

- Формування в школярів соціально цінних умінь, спрямованих на засвоєння соціальних цінностей суспільства в процесі навчання та різних видів діяльності, здійснюваних школою. Ціннісні орієнтації надають відповідну спрямованість соціальній активності школярів [14, 12].

Потрібно визнати, що сьогодні в суспільстві і, отже, у сфері освіти відбувається поширення псевдоцінностей, ірраціональних та псевдонаукових цінностей. На особистість систематично тисне злива інформації, зміст якої пов'язаний з паранауковим знанням (містика, окультизм, астрологія, магія, чаклунство і т.д.). Прикладом цього може бути соціально-економічна ситуація, що склалася сьогодні в Україні. Приватизація державної власності породила значне соціальне й майнове розшарування, роблячи багатих ще багатшими, а бідних ще біднішими. Здійснилася певна “перевернутість” у розумінні місця й ролі людини в суспільному розвитку: на місце людини, її гідності, духовності приходять світ вартостей, грошей, золота. Провідною ціннісною орієнтацією стає не людина, а максимальний прибуток у всьому.

О.А. Ціхоцька у своєму дослідженні на матеріалах педагогічного експерименту доводить, що гуманістичні цінності ще не зайняли належного місця в системі цінностей учнів. "Ми досить часто зустрічаємося із байдужістю, жорстокістю молодих людей, відсутністю у них терпимості і милосердя. В учнівському середовищі спостерігаються прояви крайнього індивідуалізму та егоцентризму, агресивність. Сьогодні винятково важливо знати стан учнівського середовища. Необхідні більш глибокі та точні знання про те, що відбувається у ціннісній свідомості школярів, яке їхнє життєве кредо, яким пріоритетам вони надають перевагу" [26, 17].

Серед гуманітарних дисциплін середніх загальноосвітніх закладів є дисципліни, у процесі викладання яких учитель має усі можливості формувати ціннісні орієнтації в учнів. Так, вивчення рідної та іноземної мов є унікальним засобом трансляції культури підрастаючому поколінню.

У рамках пропонованого дослідження нас цікавлять підходи лінгвістів до теорії цінностей та їхнє розкриття у мовній картині світу окремої особистості й цілого етносу. Зазначимо, що лінгвісти зосереджують свою увагу на дослідженні вербальних засобів вираження цінностей. Суб'єктом є особистість, соціальна група, суспільство, культура. У ціннісних категоріях виражені орієнтація знань, інтересів, переваги різних суспільних груп та особистостей. Відповідно до гіпотези нашого дослідження виявити ціннісну орієнтацію певної етнічної групи можна завдяки дослідженням мови, адже природна мова є не лише знаряддям оцінювання і носієм цінностей, субстратом їхньої реалізації, але й здатна інформувати про цінності, які існують у суспільстві, що їх використовує.

Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що цінності – це конструктивні принципи побудови суспільства, це таке співвідношення між частинами суспільства, яке забезпечує його успішне функціонування. У

цьому функціонуванні цінності виконують інтеграційну, регулювальну, ідентифікаційну функції та виступають у ролі стандартів для вибору людської дії. Без цінностей неможлива онтологія будь-якого суспільства. Ціннісні уявлення входять як складова частина до механізму дії суспільних законів. Закони неможливі без постійного відтворення відповідних практик, а це передбачає певну стабільну систему ціннісних уявлень. Цінності – це проекти задоволення суспільних потреб, це не що інше, як форми діяльності, котрі ведуть до бажаного наслідку, задовольняючи потреби. Хоча кожна з підсистем суспільного життя має свої ціннісні уявлення, існують ціннісні системи, які не дають суперечливому суспільству знищити себе. Це – насамперед моральна свідомість та інші форми світоглядної свідомості. Між різним ціннісними системами відбувається активна взаємодія у ході суспільної комунікації.

Ціннісні концепти вербалізуються у мові, тож завдяки дослідженню мови можна з'ясувати ціннісні орієнтації певного етносу й знайти способи формування мовної особистості, використовуючи цінності як фактори такого формування.

Розглянуті в статті наукові праці є певним внеском у розробку питання про сутність оцінки та цінностей, однак у них йдеться в основному про види оцінних значень та засоби їхнього вираження, у той час як питання вираження і вербалізації цінностей та системного аналізу ієрархії цінностей у мовній картині світу української та англійської мов усе-таки залишаються поза увагою їхніх авторів і є перспективою нашого дослідження.

БІБЛОГРАФІЯ

1. Аврамова Е.М. Формирование новой российской макроидентичности // *Общественные науки и современность*. – 1998. – № 4. – С. 19.
2. Артюхова И.С. Ценности и воспитание // *Психология*. – 1999. – №4. – С. 117 – 121.
3. Бакиров В.С. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора. – Харьков: Изд-во при ХГУ издательского объединения «Вища школа», 1988. – С. 34 – 35.
4. Бидни Д. Понятие ценности в современной антропологии // *Культурология XX века. Аксиология или философское исследование природы ценностей*. – М.: Наука, 1996. – С. 12 – 45.
5. Битинас Б. Процесс воспитания. Приобщение к ценностям. – Вильнюс, 1995. – 128 с.
6. Гулыга А.В. Эстетика в свете аксиологии. – СПб: Алетейя, 2000. – 447с.
7. Ігнатенко П. Р. Аксиологія виховання: від термінології до постановки проблеми // *Педагогіка і психологія*. – К., 1997. – №1 – С. 118 – 123.
8. Каган М.С. Философская теория ценности. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. – 205 с.
9. Казакина М.Г. Ценностные ориентации школьников и их формирование в коллективе. – Л.: ЛГПИ, 1989. – 158 с.
10. Кирьякова А.В. Теория ориентации личности в мире ценностей. – Оренбург: ОПИ, 1996. – 188 с.
11. Кононов І.Ф. Етнос. Цінності. Комунікація (Донбас в етнокультурних координатах України). – Луганськ: Альма-матер, 2000. – 494с.

12. Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социальные исследования. – 1986. – №5. – С. 3–15.
13. Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентаций. Психодиагностическая серия. Вып.5 – М.: СМЫСЛ, 1992. – 17с.
14. Мальковская Т.Н. Динамика социальных и педагогических факторов в формировании социально-активной позиции школьника // Формирование социально-активной позиции школьников в условиях взаимодействия социальных и педагогических факторов.: Сб. науч. Тр. – М.: АПН СССР, 1984. – С. 3–15.
15. Никандров Н.Д. Ценности как основа целей воспитания // Педагогика. – 1998. – №3. – С. 3–10.
16. Попович М.В. Раціональність і виміри людського буття. – К.: Сфера, 1997. – С.73.
17. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем // Американская социологическая мысль. Тексты / Под ред. В.И.Добренькова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 455.
18. Парсонс Т. Функциональная теория изменения // Американская социологическая мысль. Тексты / Под ред. В.И.Добренькова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 467.
19. Ручка А.А. Социальные ценности и нормы (Некоторые теоретические и прикладные вопросы социологического анализа). – К.: Наук. думка, 1976 – С. 14.
20. Ручка А. А. Ценностный подход в системе социологического знания. – К.: Наук. думка, 1987. – 134 с.
21. Современный философский словарь / Под общей ред. В.Е. Кемерова. – 2-е изд., испр. и доп. – Лондон, Франкфурт-на-Майне, Париж, Люксембург, Москва, Минск: “ПАНПРИНТ”, 1998. – 1064с.
22. Гарланов З. К. Язык и культура. – Петразаводск, 1984. – 104 с.
23. Тюрина В. А., Научитель Е. Д. Ценностные ориентации. – К.: Международное финансовое агентство, 1998. – 29 с.
24. Фромм Э. Психоанализ и этика.: Пер.с англ. – М.: АСТ-ЛТД, 1998 – 568 с.
25. Хмелько В.Е. Ценностные ориентации // Социологический справочник. – К.: Изд-во полит. лит-ры Украины, 1990. – С. 368.
26. Ціхоцька О.А. Формування гуманістичних ціннісних орієнтацій старшокласників у процесі вивчення іноземної мови: Автореф... дисерт. канд. пед. наук: 13.00.07 / Інститут проблем виховання АПН України. – К., 2003. – 21с.
27. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975. – С. 89-105.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ірина Чернишенко – кандидат педагогічних наук, доцент, докторант кафедри перекладу та загального мовознавства КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: загальне та зіставне мовознавство; проблеми мовних картин світу та мовної особистості.

РОЗДІЛ VIII.

ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ. ПИТАННЯ ПОЕТИКИ

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА СПОСОБИ ІМІТАЦІЇ ЖІНОЧОГО МОВЛЕННЯ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Тетяна БІДНА (Кіровоград)

В даній статті розглядаються поняття мовної особистості та основні гендерні стереотипи, а також досліджуються способи імітації жіночого мовлення у художньому тексті.

The article under consideration deals with the notion “language personality” and the main gender stereotypes. The ways of female speech imitation in the literary text are also researched in it.

У сучасній науці про мову спостерігається її своєрідний розподіл на дві сфери, кожна з яких має різні об'єкти та предмети вивчення. З одного боку – традиційне мовознавство, яке й надалі описує та вивчає мовну структуру. З іншого боку, набирає сили антропоцентрична (чи антропологічна) лінгвістика, яка розглядає мовні явища в тісному зв'язку з людиною, її духовним життям і в центр своєї уваги ставить мовну особистість. Велику зацікавленість викликає твердження про те, що мовлення пов'язане з гендером людини.

Метою нашої статті є розгляд існуючих гендерних стереотипів та дослідження основних способів імітації жіночого мовлення на прикладі художнього тексту.

Вихідною є думка про те, що чоловіки та жінки мають різні напрями і способи пізнання реальності, вони живуть в різних світах і по-своєму лінгвалізують їх. Гендерна лінгвістика співвідносить мову з особистістю за ознакою соціальної статі, оскільки, на думку багатьох науковців, гендер, як жодне інше соціологічне поняття, закорінений в умовах життя, нормах, певних реаліях та традиціях культури і продукується в процесі соціальної, культурної і мовної практики. Гендерні ознаки – це сутнісні прояви пізнання світу крізь призму чоловічого та жіночого бачення, котрі інтегрують як універсальні, так і національно специфічні ознаки, роблять зрозумілими особливості комунікативної діяльності чоловіків та жінок, а також вплив статі на мовну практику та поведінку [5].

Значні перспективи для дослідження особливостей мовлення чоловіків та жінок дає теорія мовної особистості Ю. Караулова. На думку вченого, мовна особистість має трирівневу структуру:

1) вербально-семантичний рівень відображає ступінь володіння повсякденною мовою;

2) на когнітивному рівні відбувається актуалізація та ідентифікація релевантних знань та уявлень, які є властивими даному соціуму;

3) вищий прагматичний рівень містить характеристику мотивів і цілей, що рухають розвитком мовної особистості [3, 36-39].

О. Козачишина стверджує, що „поняття „мовна особистість” може стосуватися як окремо взятої людини, так і групи людей, які є носіями спільної картини світу, оскільки свідомість та досвід, що формує свідомість, можуть бути не лише індивідуальними, а й колективними” [4, 1]. Отже, чоловіків та жінок можна розглядати як гендерно відмінні мовні особистості, які належать до різних субкультур та є носіями гендерно відмінних ціннісних поглядів, що знаходять своє відображення у мовленні двох статей.

Відповідно, кожний художній текст несе на собі відбиток гендерних ознак автора. Ці гендерно зумовлені риси, які є результатом гендерно специфічного досвіду, О. Козачишина пропонує розглядати в наступних трьох аспектах:

1) в особливостях організації авторських знань про світ та градацію цінностей в ньому (когнітивний рівень);

2) у специфічних поглядах письменника/письменниці на правила побудови мовленнєвої взаємодії (комунікативний рівень);

3) в емоційних пріоритетах автора, в його/її уявленнях про належні емоції та їхню інтенсивність (емотивний рівень) [4, 2].

Тому, на думку дослідниці, мовна особистість може бути представлена в найзагальнішому вигляді як єдність її когнітивної, комунікативної та емотивної сфер, а особливості мовленнєвої діяльності особистості – як відбиток її когнітивного, комунікативного та емотивного стилів [4, 6].

До основних стереотипних рис когнітивного стилю представників обох статей належить протиставлення чоловічої глобальності (направленості інтересів у макросвіт) та жіночої обмеженості, тобто спрямованості інтересів жінок на найближче оточення – у мікросвіт [4, 6]. Жіноча мова орієнтується на конкретику завдяки її безпосередності та імпульсивності, тому жіночий логос частіше фокусується на опредмечуванні речей, а не на відношенні. Жінки ближчі до зовнішньої реальності, оскільки намагаються злитися з нею, тому вони переважають чоловіків у розмовній мові в аспекті конкретики свого вокабуляру. Чоловіки ж навпаки тяжіють до абстрактних висловів, до відокремлення свого „Я”, до так званої відомості [6].

Найяскравішою стереотипною рисою гендерної специфіки комунікативного стилю виступає уявлення про переважання змагальних, авторитарних тенденцій у мовленні чоловіків та дружній характер жіночого мовлення. „Мова й мовлення жінок відрізняються м’якістю, поступливістю й емоційністю” [1, 345]. Жінки легко відволікаються на ситуативні моделі, культивуючи побічні теми, можуть брати на себе кілька ролей одночасно. Жіночі „маневри у спілкуванні” набагато витонченіші, ніж чоловічі. Вони

мають вишукану палітру маніпулятивних технік мови, паралельних смислових рядів. „Жіноча мова реалізується через конкретні лінгвістичні засоби: оцінні слова й модальні дієслова; перевагу окличних, спонукальних, а також питальних речень – у порівнянні з чоловічою мовою, насиченою стверджувальними висловами” [1, 345].

Стереотипізація рис емотивного стилю мовної особистості чоловіків та жінок ґрунтується на переконанні в надзвичайній емоційності жінок. Жінки вільніше висловлюють так звані „почуття слабкості”: любов, ніжність, страх, сум, тоді як чоловіки виявляють „почуття сили”: гнів, ворожість, впевненість [4, 6]. Емоція пронизує мовний самовияв жінки і поширюється на весь її словник через інтонацію та експресивний синтаксис. Чоловіки намагаються зберегти структурованість композиції розмови, віддаючи перевагу коротким реченням. Жінка може сказати про кілька речей одним реченням, будуючи його за принципом „розірваного” синтаксису, що зближує жіночий дискурс із стилістикою поетичної мови. У словнику жінки переважають емоційні слова, гіпертрофовані оцінки, надзвичайно активні зменшувально-пестливі та збільшувані імена [6].

Перераховані риси прослідковуються також і в стереотипних уявленнях про гендерні особливості художнього мовлення.

Особливо цікавим для виявлення гендерних особливостей перерахованих стилів є дослідження творів, написаних авторами-чоловіками від імені персонажа-жінки. Розглянемо новелу Стефана Цвейга „Лист незнайомки” (Stefan Zweig ``Brief einer Unbekannten``).

Імітуючи мовлення жінки на когнітивному рівні, автор спрямовує інтереси своєї героїні на найближче оточення, в так званий мікросвіт. У творі домінують жіночі асоціації при осмисленні дійсності. Зокрема, у великій кількості та деталізованості зустрічаються в тексті назви типово жіночих реалій буття (побут, почуття, материнство):

1) назви частин тіла: *der Leib, die Hände, die Augen, die Stirn, das Gesicht, der Mund, der Kopf, die Schläfen, die Glieder, die Lippen, der Körper, die Wangen, die Füße, der Finger, der Arm, die Fäuste*;

2) одяг: *entzückender Sportdress, der Hut, die Schulschürze, zugeschnittenes Hauskleid, dünnes Kleid, das Samtkleid, das Matrosenjäckchen, das Hemdchen, die Wäsche, der Mantel, der Schal, das Abendkleid, der Muff*;

3) житло та його частини: *das Haus, die Tür, die Treppe, das Haustor, das zauberische Schloss, die Wohnung, das Zimmer, das Schlafzimmer, der Keller, der Gang, die Türklingel, das Guckloch*;

4) меблі та предмети декору: *die Möbel, das Bett, das Feldbett, das Sofa, der Tisch, der Schreibtisch, der Sessel, die Stühle, die Schränke, der Teller, indische Götzen, die Kristallvase, italienische Skulpturen, die Bilder, der Spiegel, der Teppich, der Plaid, das Bettuch*;

5) опис емоційного стану та почуттів: *Liebe, Höllenqual der Erwartung, die Enttäuschung, die Verzweiflung, vor Glück weinen, die Klage, die Qual, die Erniedrigung, die Scham, die Sehnsucht, die Erinnerung, die Leidenschaft;*

6) опис фізіології жінки, зокрема вагітності та пологів:

Nun hatte ich Dich ja endlich gefangen, ich konnte Dich, Dein Leben wachsen spüren in meinen Adern [7, 70];

...da es aus meinem Leib gerungen wurde [7, 68];

Selbst in der Sekunde, da mein Leib sich krümmte in den Wehen, selbst in der Sekunde, da der Schmerz mir die Seele zerriß...[7, 71].

Навіть метафори та метонімії направлені в мікросвіт. Так своє життя до зустрічі з коханим героїня порівнює з підвалом, заповненим запиленими, заплетеними павутинням затхлими речами та людьми (*...irgendein Keller von verstaubten, spinnverwebten, dumpfen Dingen und Menschen, von denen mein Herz nichts mehr weiß* [7, 51]); спогади є павутинням (*kein Spinnfaden Erinnerung* [7, 65]); немовля – тремтячий шматок плоті, предмет сорому та вивчення (*ein zuckendes Stück Fleisch,...ein Objekt der Scham und des Studierens* [7, 71]); гіркота життя спонукає героїню взятися за перо (*ein Tropfen Bitternis in die Feder fließt* [7, 68]), квіти, які героїня щороку присилає, є подихом її єства, духом її кохання, маленьким подихом її життя (*Aber doch: es tat mir wohl, dass Du die Blumen hegst: so war doch ein Hauch meines Wesens, ein Atem meiner Liebe um Dich.* [7, 77]; *der kleine Hauch von meinem Leben, der einmal um Jahre um dich wehte, auch er wird verwehen.* [7, 81]).

Завдяки використанню цих прийомів творення мовлення героїні у читачів не виникає сумніву в тому, що лист написаний саме жінкою.

Перейдемо до комунікативного стилю. Розповідь починається та закінчується від імені автора, який вводить читача в історію та завершує її. Після першої ж сторінки відбувається зміна фокалізації (перспективи подання ситуації та подій в художньому тексті) від зовнішньої до внутрішньої, і в ролі оповідача вже виступає жінка – головна героїня новели. Оповідь представлена у вигляді листа, який отримує герой від незнайомки. Завдяки цьому досягається ефект присутності або навіть „підслуховування” розповіді. Ефекту інтимізації мовлення сприяє домінування узагальнень особистісного плану, присвячених проблемі взаєморозуміння, стосункам між чоловіком та жінкою, а саме, коханню з боку жінки і байдужості та „сліпоті” чоловіка.

З основних тактик втілення образу читача, тобто наратеми адресації, автор використовує:

1) велику кількість питальних та окличних речень:

Aber wozu all dies erzählen, diesen rasenden, gegen sich selbst wütenden, diesen so tragischen, hoffnungslosen Fanatismus eines verlassenen Kindes, wozu es einem erzählen, der es nie geahnt, der es nie gewusst? [7, 62];

Muss ich Dir sagen, wohin mein erster Weg ging, als ich an einem nebligen Herbstabend – endlich! endlich! – in Wien ankam? [7, 62];

Aber auch ich vergass mich selbst: wer war ich nun im Dunkel neben Dir? War ich's das brennende Kind von einst, war ich's die Mutter deines Kindes, war ich's die Fremde? [7, 78];

2) безпосередні звертання до читача цього листа, тобто героя:

Du mein Geliebter; mein Geliebter; Du; Liebster;

3) значну кількість наказових речень:

Verzeih, Geliebter, wenn ich Dir sage, dass Du es nicht verstehen kannst, was dieser Gang, diese Treppe für mich waren...[7, 67];

Fürchte nicht, dass ich Dich weiter bedränge – verzeih mir, ich musste mir einmal die Seele ausschreien in dieser Stunde, da das Kind dort tot und verlassen liegt [7, 80];

Geliebter, höre, ich bitte dich... es ist meine erste und letzte Bitte an Dich...tu mir's zuliebe, nimm an jedem Geburtstag - es ja ein Tag, da man an sich denkt – nimm da Rosen und tu sie in die Vase [7, 81];

4) передачу чужої мови у формі прямої та невластне прямої мови:

Da erfasste es mich mächtig, unwiderstehlich: noch einmal wollte ich es versuchen, Dich zu erinnern. ``Möchtest du mir nicht von deinen weißen Rosen eine geben?`` - ``Gern``, sagtest Du und nahmst sie sofort. ``Aber sie sind dir vielleicht von einer Frau gegeben, von einer Frau, die dich liebt?`` sagte ich. ``Vielleicht``, sagtest Du, ``ich weiß es nicht. Sie sind mir gegeben, und ich weiß nicht von wem; darum liebe ich sie so`` [7, 79];

5) підвищену діалогічність: конструювання реакції оповідача на можливу репліку адресата:

Aber Du fragst mich vielleicht, wie ich das Kind so im Wohlleben erziehen konnte, wie ich es vermochte, ihm dies helle, dies heitere Leben der oberen Welt zu vergönnen. Liebster, ich spreche aus dem Dunkel zu Dir; ich habe keine Scham, ich will es Dir sagen, aber erschrick nicht, Geliebter – ich habe mich verkauft [7, 73];

6) введення інтимних особистісних подробиць:

Du hast es nicht geahnt, dass vordem noch nie ein Mann mich berührt, noch keiner meinen Körper gefühlt oder gesehen. Aber wie konntest Du es auch ahnen, Geliebter, denn ich bot Dir ja keinen Widerstand, ich unterdrückte jedes Zögern der Scham, nur damit Du nicht das Geheimnis meiner Liebe zu Dir erraten könntest... [7, 67];

7) культивування побічних тем, відволікання на подробиці:

Das ganze Haus haßte mit einem gemeinsamen Instinkt diese Menschen, und als plötzlich einmal etwas geschehen war – ich glaube, der Mann wurde wegen eines Diebstahls eingesperrt – und sie mit ihrem Kram ausziehen mußten, atmeten wir alle auf [7, 52].

У результаті залучення автором згаданих тактик адресат постає в образі близької людини, якій жінка-оповідач довіряє свої найпотаємніші бажання,

найінтимніші подробиці свого життя та переживання, таким чином реалізується стратегія інтимізації мовлення, за допомогою чого досягається ефект жіночності мовлення.

Розглядаючи емотивний рівень, можна зазначити, що лист головної героїні дуже експресивний. Надзвичайна емоційність досягається за допомогою:

1) багаторазового повторення одного компонента в рамках речення:

Ich bin wieder allein, mehr allein als jemals, nichts habe ich, nichts von Dir–kein Kind mehr, kein Wort, keine Zeile, kein Erinnern, und wenn jemand meinen Namen nennen würde von Dir, Du hörtest an ihm fremd vorbei [7, 80];

2) перефразування змістового компонента:

Nein, ich weiß, Du verachtetest mich nicht, ich weiß, Du verstehst alles und wirst auch verstehen, dass ich es nur für Dich getan, für Dein anderes Ich, für Dein Kind [7, 73];

3) гіпертрофованих оцінок подій:

...so weißt Du, dass hier eine Tote Dir ihr Leben erzählt, ihr Leben, das das Deine war von ihrer ersten bis zu ihrer letzten wachen Stunde [7, 51];

Mein ganzes Leben will ich Dir verraten, dies Leben, das wahrhaft erst begann mit dem Tage, da ich Dich kannte [7, 51];

Dies, diese rasche Minute, sie war die glücklichste meiner Kindheit...Sie sollte ich Dir erzählen und jene andere noch, die fürchterlichste Stunde, die jener leider so nachbarlich war [7, 58];

4) величезної кількості складних речень, в межах яких розглядається декілька подій, розвивається декілька тем водночас:

Der Mann war ein Trunkenbold und schlug seine Frau, oft wachten wir auf in der Nacht vom Getöse fallender Stühle und zerklirrter Teller, einmal lief sie, blutig geschlagen, mit zerrauften Haaren auf die Treppe, und hinter ihr gröhnte der Betrunkene, bis die Leute aus den Türen kamen und ihm mit der Polizei dröhten [7, 52];

5) опису стану героїні в певні моменти.

В творі превалюють суто жіночі емотеми (якісні різновиди емоцій, що позначаються в тексті): захоплення, кохання, радість, щастя, замилування, відчай, розпач, сум, сором, збентеження, приниження, біль:

Jeden Tag während zweier Monate fragte ich...aber nein, wozu Dir diese Höllenqual der Erwartung, der Verzweiflung schildern [7, 68];

Ich habe gewartet, ich habe gewartet wie eine Verzweifelte [7, 68];

Ich zitterte wie im Frost, wie im Fieber, ich konnte nicht mehr Antwort geben, nicht mehr mein aufgejagtes Blut beherrschen [7, 76].

Таким чином, автор з успіхом імітує мовлення жінки, використовуючи типові стереотипні уявлення про те, яким воно має бути, а саме:

- направленість жіночих інтересів у мікросвіт на когнітивному рівні (що досягається за допомогою конкретики вокабуляру);

- надзвичайна емоційність висловлювань, велике розмаїття суто „жіночих” емоцій на емотивному рівні;
- ефект інтимізації мовлення на комунікативному рівні (домінування узагальнень особистісного плану, зміна фокалізації та використання жінки в ролі головного оповідача, різні види тактики втілення наративи адресації).

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Гендерний розвиток у суспільстві: (конспекти лекцій). – 2-е вид. – К.: ПЦ „Фоліант”, 2005. – 351 с.
2. Гендер: реалії та перспективи в українському суспільстві: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції/ м. Київ, 11-13 грудня, 2003 р. – К.: ПЦ „Фоліант”, 2003. – 300 с.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность /Отв. ред. Д.Н. Шмелев. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
4. Козачишина О.Л. Лінгвістичні прояви гендерних характеристик англословних художніх текстів (на матеріалі американської прози ХХ сторіччя): Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 /Київськ. національний лінгвістичний ун-т.– К., 2003. – 20 с.
5. Ставицька Л. Актуальні проблеми сучасної української гендерної лінгвістики, 2003. – http://www.linguistics.kiev.ua/seminar/2003/12/18/sem01_01_6/.
6. Ставицька Л. Мова і стать, 2003.– http://www.krytyka.kiev.ua/articles/s9_6_2003.htm/.
7. Цвейг С. Новеллы.– На нем. яз. – СПб.: Корона принт: КАРО, 2004. – 160 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Тетяна Бідна – викладач кафедри практики германських мов КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: мовні прояви авторської гендерної приналежності та актуальні проблеми художнього перекладу.

АНТОНІМІЧНА СИНТАГМА СВІЙ – ЧУЖИЙ У ВІРШОВАНИХ ТЕКСТАХ

Надія БОБУХ (Полтава)

У статті досліджується полісемічний антонімічний біном *свій – чужий*, конституенти якого характеризують соціальні відношення, на матеріалі українського поетичного словника, розглядаються співвідносні значення протиставлених лексем, встановлюється їх сполучуваність. Крім того, аналізуються співвідносні з опозицією *свій – чужий* антонімічні парадигми *рідний – чужий, близький – далекий, внутрішній – зовнішній*.

The article deals with a polysemantic antonymic binomial *own – alien*, the constituents of which characterize social relations, on the material of Ukrainian poetic vocabulary, the related meanings of the opposite lexems are studied, their combinability is explored. In relation to the opposition *own – alien*, antonymic paradigms *native – strange, close – far, internal – external* are analysed.

Міфологічній свідомості були властиві такі семіотичні опозиції, як *щастя – нещастя, життя – смерть, правий – лівий, верх – низ, південь – північ, схід – захід, день – ніч, світлий – темний, свій – чужий* і т. ін., компоненти яких репрезентують полярну оцінність: є ознаками позитивного і негативного для індивідуума.

Універсальний антонімічний біном *свій – чужий*, конституенти якого характеризують соціальні відношення, належить до базових опозитів архаїчної мовної картини світу. „У міфологічних текстах, де йдеться про походження і утворення спільноти, про її традиційні ритуали, її засновників, героїв і пращурів, про священні вірування і культу, ця опозиція є основоположною” [5, 274 – 275].

Зазначена антиномія описувалася в наукових студіях В'яч. Вс. Іванова, В.М. Топорова [3, 156 – 157], А. Стойнева [7, 95], Н.Д. Арутюнової [1, 263 – 264], С.Я. Єрмоленко [2, 135 – 136, 209], Г.В. Межжеріної [6, 36 – 43], О.О. Макушенко [5, 273 – 277] та ін.

Метою цієї розвідки є опис полісемантичної антонімічної парадигми *свій – чужий* на матеріалі української поезії.

В опозиції *свій – чужий* перший член „означає належність до певної соціальної групи, тоді як другий член означає належність до іншої соціальної групи, яка, проте, так чи інакше співвіднесена з першою групою” [3, 156]. Позитивне значення в аналізованому біномі виражає компонент *свій*, негативне – *чужий*. „Лексема *свій* набула значення позитивної оцінки ще і тому, що для кожної людини найкращим є те, що пов'язане з її родиною... Навпаки, негативне значення стало притаманним усьому, що знаходиться поза родиною, родом тощо” [4, 19].

В українській поезії відзначені такі парні значення полісемічних лексем *свій – чужий* (семантичний обсяг прикметникового епітета *чужий* у поезії Тараса Шевченка див.: [2, 136]):

1) „рідний край” – „чужий край”, що конкретизуються сполучуваністю з іменниками загальної локативної семантики (*земля, сторона, країна, край* і т. ін.), а також із субстантивами – найменуваннями шляхів сполучення (*дорога, стежка* тощо): *Землі чужої не топтавши зроду, / Своєю стеріг із косами в руках. / Пишайся цим, мій праведний народе, / Бо то найвищий подвиг у віках* (М. Руденко); *Зі своєї землі? В чужу? / На захід? Вертаться треба нам на схід, / там наші домівки zostалися, там наші кривні, незабутні* (П. Тичина). *Я не бував за дальніми морями, / Чужих доріг ніколи не топтав – / В своїм краю під буйними вітрами / Щасливим я і вільним виростав* (В. Симоненко).

У наведених віршованих уривках компонент *свій* передає любов персонажів до рідної землі, рідного краю, батьківщини. „Художній стиль, – підкреслює С.Я. Єрмоленко, – реалізує семантику слова одночасно в кількох виявах, тобто лексема виступає багатозначною не лише в межах твору, а й у межах одного сполучення” [2, 231];

2) „рідний” („який перебуває в родинних, дружніх або інших близьких стосунках” [СУМ ІХ: 82]) – „нерідний” (не пов'язаний з ким-небудь родинними стосунками), які реалізуються в сполучуваності з лексемами – назвами істот: *люди, люд* й т. ін.: *І чому по світах ми блукаємо, / І який ми спокутуєм гріх, / Ми ніколи до суду не визнаємо / Від людей ні чужих, ні*

своїх! (О. Олесь); *Тут я не стерпів! / Двигнув плечима! / Рвонув усе це к чорту, аж камінь закричав! – / Бо подавив свого й чужого люду – / без ліку ...* (П. Тичина).

Частіше названі значення передаються субстантивованими частинами мови: *І здобув він скрізь пошану: / І в чужих, і у своїх... / І боялись Святослава / Грек, хозарин й печеніг* (О. Олесь); *Сіялись, росли Нетудихати – / Крем'язні, загонисті, затяті. / Пхалися свої й чужі навчити, / Де їм ліпше хату становити* (Б. Олійник); *Ще Антанта дізнається, хто ми і що ми, / Хай „свої” та „чужі” нам'ятають про це* (С. Голованівський);

3) „який належить собі, власний” – “належний іншим, невласний”, що реалізуються в сполученні з іменниками – назвами конкретних або абстрактних предметів: *рілля, оселі, весілля, доля, щастя, тривоги, біда, душа, згоряння тощо: Де піду, де стану, / На свою я гляну – / не чужу ріллю* (В. Сосюра); *Не передбачить нам чужої долі, / Своєї також не збагнуть в людській. / Горять Гогена барви несхололі, / Мовчить митець в полоні дум і мрій* (Г. Коваль); *Свої й чужі тривоги, / незгоди людських взаємин, як давні дніпровські пороги, / Лежать на шляху моєму* (Л. Костенко).

У більшості випадків, – наголошує Н.Д. Арутюнова, – мається на увазі не стільки перевага одного предмета над іншим, скільки вибір між ситуаціями володіння або користування своєю чи чужою власністю, або прихильність до рідного чи чужого” [1, 263].

У поетичному словнику відзначена й субстантивована опозиція *своє – чуже*, яка репрезентує протиставлення „те, що надбане самим” – „те, що надбане іншими”: *Все своє вони любили, / Шанували і чуже, / Хай, мовляв, Перун і Волос / Всіх від лиха стереже* (О. Олесь); *Манекени чужим хизуються, / До свого ж в нелюбові – нестримні. / Щоправда, вони гризуться / За свої місця на вітрині* (Д. Павличко).

„Перевага свого над чужим часто відбиває емоційну прихильність до рідної домівки (землі, краю, родичів, сім'ї й т. ін.). Це позиція патріота” [1, 264].

У поетичному мовленні відзначені антонімічні біноми, в яких негативна оцінність лексеми *чужий* під впливом словесного оточення трансформується в позитивну: *Та нам не до цього було, / Коли трасуючі кулі / Світили доріжки кохань, / І ми цілували у вічі мертвих – / Своїх і чужих* (Л. Забашта).

Крім того, трапляються опозиції, в яких компонент *свій* передає виразно негативний оцінний зміст: *Свої – серця нам виривали, / Чужі – тесали нам хрести, / А ми дивились і не знали, / Куди нам з цвинтаря іти* (О. Олесь); *В залізо кутих пунт / пани свої, пани чужі / скували бідний люд* (І. Гончаренко).

Авторська експресема, утворена шляхом розширення компонентного складу фраземи *нести [свій] хрест* (терпляче переносити страждання, випробування долі) за рахунок додавання антонімічного конституента

чужий, створює потрібний художньо-змістовий ефект: *Несіть же ви, благословенні, / Хрести свої, а не чужі; / Для вас лежать путі огненні, / Путі без краю, без межі* (Г. Чупринка).

Виразно негативну оцінність конотує прикметник *ворожий*, що вживається як синонім до ад'єктива *чужий*: *Галичино! ... Нехай гримлять кайдани, / але встають бійці уже нові, / ідуть на штурм, у боротьбі титанній, / і у ворожій, і своїй крові* (В. Сосюра).

Наведені приклади свідчать, що поетичне мовлення розширює семантичні зв'язки полярних лексем *свій – чужий* шляхом уведення їх у різноманітні контексти.

Опозиція *свій – чужий* співвідноситься також з атрибутивним протиставленням *рідний – чужий*, конституенти якого передають у поетичному словнику такі полярні значення:

1) Який має кровну спорідненість, кровний зв'язок із ким-небудь [СУМ VIII: 557].

1) Не пов'язаний з ким-небудь родинним зв'язком; нерідний [СУМ XI: 377].

Душа – підстрелений лелека, / Не може згодиться із тим, / що друг близький мій – став далеким, / А рідний брат – зробивсь чужим (В. Крищенко).

Частіше трапляються віршовані уривки із субстантивованим антонімічним біномом *рідні – чужі*, компоненти якого репрезентують протиставлення *рідні – нерідні* (люди): *Поглянь: народ твій – раб з рабів, / Чужими й рідними забутий, / Гниє віки в недолі лютій / І віру в долю загубив* (О. Олесь); *Ой, хто низом, / хто горою, / а поема – без героя. / Він якраз часу не має, – / Він когось в свій дім приймає. / Хто чужий – не рідний, звісно* (С. Йовенко);

2) В якому народився, виріс хто-небудь або який пов'язаний з чийось місцем народження [СУМ VIII: 558].

2) Який не є батьківщиною або місцем постійного проживання для кого-небудь [СУМ XI: 378].

Досліджуваний матеріал показує, що вказані контрастні значення конкретизуються сполучуваністю з субстантивами – назвами простору (*край, земля, степ*), будівель (*дім, хата*) тощо: *Та де б не ходив я в далекій дорозі, / В чужім чи у ріднім краю, / Я згадую вогник у тихій тривозі / І рідну хатину свою* (А. Малишко); *Немало в море неозоре / я проводжав прощальним зором / до рідних і чужих земель / тих кораблів* (І. Гончаренко); *Краще в ріднім краї милім / Полягти кістьми, сконати, / Ніж в землі чужій, ворожій / В славі й шані пробувати!* (М. Вороний).

В останньому прикладі позитивна оцінність словосполучення *рідний край* підсилюється вживанням прикметника *милий*, а негативна оцінність словосполучення *чужа земля* – означенням *ворожа*.

Субстантивовані прикметники середнього роду *рідне* і *чуже* реалізують протиставлення „характерне для певного народу, належне йому” – „те, що

належить іншому народові”: *І в епіцентрі логіки і стресу, / де все змішалось – рідне і чуже, / цінує розум вигуки прогресу, / душа скарби прадавні стереже* (Л. Костенко).

У переносному вживанні лексеми *рідний – чужий* передають полярні значення „близький / далекий кому-небудь духом, звичками, поглядами й т. ін.”: *Тепер пора прощатися нам. Будень. / На білих вікнах змерзли міражі. / І як ми будем, як тепер ми будем?! – / Такі вже рідні і такі чужі* (Л. Костенко); *Всі, хто віддав життя своє за волю / для мене також рідні, не чужі. / Поезія – то сплани цвіту й болю / вразливої і чуйної душі* (Д. Луценко).

У поетичному мовленні рідні і чужі можуть бути не тільки в людей, а й у абстрактних понять, а близькими й далекими духом, звичками тощо не лише істоти, а й персоніфіковані образи: *В палацах на порогах / Її [свободу] зустрінуть кулі і ножі, / У неї будуть рідні і чужі, / Бо на людину чесну схожа воля* (Д. Павличко); *Прийшов я до тебе [море] змарнілий та бідний, / Проте не чужий, але близький та рідний* (М. Вороний).

У віршованих текстах використовується й опозиція *рідний – чужий*, в якій лексема *рідний* має значення „знайомий”, а *чужий* – „незнайомий”: *Відпливає трамвай і лице чуже... / Ні-бо, рідне. / Десь його вже стрічали. / Десь на дні пам’яті є це* (С. Йовенко).

Прийом паронімічної атракції підсилює семантику відповідного компонента антонімічної синтагми *рідний – чужий* звуковими повторами й дозволяє передати психічний світ ліричного героя: *Ідуть за днями дні – безслідно... / Все очужіло, все чуже. / І тільки туга... туга рідна. / Очуждена душа... невже?* (В. Коломієць).

У поетичних текстах засвідчений також антонімічний біном *рідний – чужинський* (синонім до прикметника *чужий*), в якому підкреслюється негативна оцінність другого конститuenta: *Арка – стежка у рідний дім / дітям краю свого, не чужинського. / А вгорі слова: / „Дитяча трудова / Комуна імені Дзержинського”* (Д. Білоус).

В українській поезії трапляються контексти, в яких як синонім до ад’єктива *рідний* уживається прикметник *близький*, а до лексеми *чужий* – *далекий*: *Європи очерк, милий, дорогий / на тім сріблястім і далекім крузі, / той неприступний континент, який / вгорі горить тобі, мов світле чудо, / колись близький тобі, – тепер чужий* (Ю. Клен). *В день ясний і в ночі горобині, / В рідній чи в далекій стороні – / Ти в моєму серці, Україно, / Думою Шевченка гомонии* (Б. Олійник).

Варіантом протиставлення *свій – чужий* є опозиція *близький – далекий*, „у цьому випадку мається на увазі просторова інтерпретація” [3, 165]. Компоненти вказаної антонімічної парадигми репрезентують у поетичних текстах такі протилежні значення:

1) „Який є або відбувається на невеликій відстані, недалеко; протилежне *далекій*” [СУМ I: 198] – „Який знаходиться, відбувається на

великій відстані” [СУМ II: 207]. Ад’єктиви *близький* – *далекий* сполучаються з субстантивами загальної просторової семантики (*земля, країна, край* тощо), а також з іменниками – номенами шляхів сполучення (*дорога, путь, шлях*): *Вічевий майдан – повний ущерт / (а знизу товща... дух тисячоліть) / Воскресінська гора за Прутом: / – видно всю Україну / (з усіх країн – близьких і далеких – / сюди прибули)* (В. Коломієць); *Близька чи далека хвилює дорога – / Охопить приємна та дивна тривога: / Хто буде сусідом? Зустріну кого там, / Щоб стат у житті нерозлучними потім?* (О. Ющенко).

У межах цих полярних значень виділяються лексико-значеннєві підзначення: „який перебуває, живе недалеко / далеко”, що конкретизуються сполучуваністю з субстантивами – назвами істот (*люди, друзі, сусіди* й т. ін.): *І написано кров’ю наказ-заповіт; / Нам стояти за друзів – / близьких і далеких, / Ми в одвіті за цей невлаштований світ!* (Л. Дмитерко);

2) „Який перебуває у прямих родинних стосунках з ким-небудь” [СУМ I: 198] – „Віддалений у роді; малоспоріднений” [СУМ II: 207]: *Звалити б хрест хоча б на час, / На час короткий вільним стати, / І там любити і страждати / За всіх близьких – далеких вас* (О. Олесь);

3) „Зв’язаний почуттям симпатії, дружби, спільністю ідей, інтересів” [СУМ I: 198] – „Який не перебуває в близьких взаєминах з ким-небудь, не пов’язаний спільністю ідей, інтересів”: *Душа – підстрелений лелека, / Не може згодитись із тим, / Що друг близький мій – став далеким, / А рідний брат – зробивсь чужим* (В. Крищенко).

Особливою виразністю відзначаються поетичні контексти, в яких ад’єктив *далекий* одночасно протиставляється прикметникам *близький* і *рідний*, що підсилює позитивний оцінний зміст зазначених компонентів: *Неначе білі пави, / Пливають хмарки у небі. В долині / Цвіркоче коник. Дівчина далека / Співає пісню рідну та близьку* (М. Рильський); *Хто б подумав – / Далекий Тобольськ / Стане рідним, близьким, / Наче Київ* (Г. Чубач).

Як синонім до лексеми *свій* у значенні „який належить собі, який є у себе” вживаються прикметники *власний* і *особистий*, що протиставляються ад’єктиву *чужий*. Зазначені конститuentи означають субстантиви *руки, кров, крик, пісня, щастя, болі, напасть, лихо, досвід* та ін.: *Хто Батьківщину продавав, / хто нам копав криваву яму / чужими й власними руками, – / але в ту яму сам попав* (В. Сосюра). *Але чи здатні будемо на ділі / Утрачене кохання берегти? / І, нехтуючи особисті цілі, / Чужому щастю будувать мости?* (Л. Дмитерко). *Іде по лікарняному покої / І, втіюючи добираючи слова, / Чужою, наболілою бідною / Невиплакану власну прикрива* (Л. Талалай).

Протиставлення *своє – чуже* в поетичних текстах передається також за допомогою субстантивованих прикметників середнього роду *власне – чуже*:

Тепер минулося, змарніло і зістарілось. / Невже безслідно згубиться ? Невже / І не збагнеш тепер, де власне, де чуже ? (М. Бажан).

Ад'єктив *невласний* уживається як синонім до прикметника *чужий*, реалізуючи значення „належний комусь іншому, не свій”: *В рядки зіжнеш ти й осінь обережно, / весь перетворений на зір та слух, – / у спів, що крізь усе життя прослався, / як вічний шлях той – / власний і невласний* (В. Коломієць).

Паралельні антонімічні біноми *власний – чужий* і *власний – невласний* відрізняються ступенем вияву ознаки. Різнокоренева опозиція передає вищий ступінь її виявлення, виражає максимальне протиставлення. Однокореневі антоніми, утворені за допомогою префікса *не-*, характеризують ослаблення якості.

Опозиція *свій – чужий* також „безпосередньо співвідноситься з антиномією *внутрішній – зовнішній*” [7, 95], де компонент *внутрішній* виражає значення „який стосується життя та діяльності всередині держави”, а *зовнішній* – „який стосується відносин з іноземними державами”: *Війська в Чехословаччині – трагедія для всіх, / адже і внутрішнє, і зовнішнє – ланці одного цепу, / над Прагою насильство – то й насильство / над нашим духом, волею України* (В. Коломієць).

Аналіз матеріалу підтверджує, що антонімічний біном *свій – чужий* „виділяється з усього масиву протиставлень, набуваючи функцій орієнтаційно-оцінного оператора, який поділяє увесь світ на „сприятливі (свої)” та „несприятливі (чужі)” об'єкти” [8, 10].

Опозиції *свій – чужий, рідний – чужий* лежать в основі оксиморонних парадигм, відзначених у поетичному словнику. Так, одночасне поєднання протилежних ознак, які є несумісними з погляду формальної логіки, дає змогу авторові передати суперечність душевного стану ліричного героя: *На пізню не дивлячись пору, / Ми з батьком – чужі і свої – / Вслухаємось мовчки в прозору / Задумливу пісню її [дівчини]* (Л. Первомайський); *Страшніше смерті, як нема де вмерти. / Коли для всіх однаково ти свій, / чужим для всіх лишаючись одначе* (Б. Олійник); *Й не вистачить зусиль, / Й нема такої клятви чи напою, / Щоб відігнать, забути. Щоб межа / Нас поєднала смугою ясною, / Щоб не була ти – рідна і чужа* (Є. Маланюк).

Оксиморон *рідна чужина*, за допомогою якого передається суперечливе ставлення до певного місця перебування, відзначений у поетичних творах В. Стуса та В. Коломійця: *Ні. Вистояти. Вистояти. Ні – / стояти. Тільки тут. У цьому полі, / що наче льон. І власної неволі / спізнати тут, на рідній чужині* (В. Стус); *Стояти й вистояти! Хай сльоза мовчить. / З могил виходять козаки юрбою. / І ти за ними... ти – за крайсобою. / І рідна чужина – вже не мовчить* (В. Коломієць).

Отже, полісемічна антонімічна парадигма *свій – чужий*, конституенти якої характеризують соціальні відношення, вживається в українському поетичному словнику в різноманітних контекстах, зберігаючи позитивну й

негативну маркованість компонентів. З нею співвідносяться опозиції *рідний – чужий, близький – далекий і внутрішній – зовнішній*, у яких протиставлювані лексеми також конотують полярну оцінність.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н.Д. Языки и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 896 с.
2. Єрмоленко С.Я. Нариси з української словесності. – К.: Довіра, 1999. – 431 с.
3. Иванов Вяч. Вс., Топоров В. Н. Славянские языковые моделирующие семиотические системы. – М.: Наука, 1965. – 236 с.
4. Космеда Т. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
5. Макушенко О.О. Категорії „своє – чуже” та „інше” в болгарській літературі періоду Відродження // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – Вип. 14. – Кн. 1. – К.: Видавничий дім Д. Бураго. – С. 273 – 277.
6. Межжеріна Г.В. Етнолінгвістичний дискурс літописів Київської Русі: болгари, торки, литва, німці, угри, хозари, печеніги // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія. – С. 36 – 43. – Т. 7. – № 2.
7. Стойнев А. Светогледът на прабългарите. – София: Изд-во на Българската Академия на Науките, 1985. – 177 с.
8. Суковата В.А. Концептуально-модельючі опозиції в культурно-мовній картині світу: Автореф. дис. ... канд. філос. наук. – Х., 1998. – 17 с.
9. Словник української мови: В 11 т. – К.: Наук. думка, 1970 – 1980. – Т.1–11.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Надія Бобух – кандидат філологічних наук, доцент кафедри культурології та історії Полтавського університету споживчої кооперації України.

Наукові інтереси: проблеми лінгвістичної поетики.

ТЕКСТОТВІРНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗАЙМЕННИКОВИХ ІМЕННИКІВ

Ганна ВОЛЧАНСЬКА (Кіровоград)

У статті розглядається функції займенникових іменників (особових, особово-вказівних, питально-відносних, неозначених, заперечних) у структурі тексту

The article deals with the functions of pronominal nouns (personal, personal-demonstrative, interrogative, infinitive, negative pronoun).

У сучасному українському мовознавстві чільне місце посідають праці, присвячені висвітленню актуальних проблем лінгвістики тексту.

Спеціального дослідження, яке б узагальнювало особливості вживання займенникових слів у структурі тексту немає [1,3,9,10,11,20,21,24,25]. Опосередковано вивчалоя це питання в контексті інших проблем лінгвістики (І. Чередниченко, Л. Булаховський, А. Коваль, Н. Бабич, І. Циганок, В. Ожоган, І. Вихованець, А. Загнітко).

“Внутрішньореченнєве функціонування займенникових слів об’єднує їх відповідно з власне-іменниками, власне-прикметниками, власне-числівниками і власне-прислівниками. А міжреченнєве функціонування

займенникових слів істотно відрізняє їх від ядра частиномовних класів текстотвірними властивостями [8,187].

Першим етапом у дослідженні сутності мовних явищ є формальний підхід до їх вивчення, який допомагає розкрити, уточнити певні теоретичні положення

Мета статті – дослідити функції займенникових іменників (особових, особово-вказівних, питально-відносних, неозначених, заперечних) у структурі тексту.

За функціонально-синтаксичним критерієм до прономінативних субстантивів належать слова *він, вона, воно, вони, хто, що, хтось, щось, хто-небудь, дехто, дещо, ніхто, ніщо, я, ти, ми, ви, себе, хтозна-хто, казна-хто, хтозна-що, казна-що, будь-хто, будь-що, що-будь, що-небудь, абихто, абищо*.

У структурі словосполучення прономінативні субстантиви функціонують переважно як залежні компоненти (*щось знайоме, кожний з нас, мені здається*) рідше як головні (*хтось із них, що нового*), що пов'язано з однією з основних особливостей займенникових іменників, яка “полягає в їх майже нульовій здатності утворювати словосполучення, де вони були б основними компонентами” [11,24].

У структурі простого неускладненого речення займенникові іменники виконують “формально-синтаксичні функції підмета й сильнокерованого другорядного члена речення й семантико-синтаксичні функції суб'єкта, об'єкта, адресата, зняряддя і под. “[11,49]. Наявність прономінативних субстантивів, зокрема особово-вказівних, у структурі простого неускладненого речення є ознакою його синсемантичності, а отже, й залежності від попереднього або наступного контексту, напр.: *Крізь неї час від часу злякано прозирало біде сонце (М. Рутинський); Хіба рвався б він так шалено за ворогом, тримаючись по-яструбиному в сідлі, витягнувшись усім корпусом вперед? (О. Гончар)*

Щодо складного сполучникового речення, то тут займенникові іменники виступають у ролі з'єднувальних елементів, пов'язуючи підрядну предикативну частину з головною, напр.: *Збиваючись, перестрибуючи з одного на інше, Олесь говорив про те, що згадувалося найпершим, що здавалося найважливішим (В.Владко); В лісі, що ріс над берегом ставу і раз у раз приглядався у ставі, а деколи й купав свої голови кудряві в його водиці, – було тихо (Б. Лепкий).*

Додаткова синтаксична ознака з'являється в прономінативних субстантивів, якщо вони поза ізольованим реченням у тексті як ряді висловлень служать засобом зв'язку речень [11, 87]. “Співвідносячись із морфологічно членованим іменником у попередніх висловленнях, займенникові іменники функціонально наближаються до своєрідних текстових морфем. Якоюсь мірою службова роль займенників у тексті,

можливо, спричинила поступову втрату їхньої морфологічної членованості [11, 89].

Функції займенникових іменників у структурі тексту відрізняються від їх функцій у структурі речення, адже текст як лінгвістична одиниця характеризується наявністю різного типу логіко-змістових зв'язків між його компонентами, що реалізуються у вигляді текстотвірних засобів. Вони відіграють важливу роль у встановленні контекстуальних зв'язків між реченнями: передовсім виокремлюють функцію субститута та з'єднувальну, хоча кожна з цих функцій фактично передбачає іншу.

Особливості вживання прономінативних слів будемо розглядати на матеріалі монологічних текстів, “зв'язність яких більш лінгвістична” [15, 8].

До особових займенникових іменників належать слова *я, ми, ти, ви*, які не співвідносяться з конкретними іменниками, отже, не можуть їх заступати. Для займенникових іменників першої та другої особи, на думку І. Вихованця, характерною є тільки вказівна функція [11]. Вони можуть не тільки вказувати на конкретну особу (на мовця або співрозмовника), а й набувати узагальнено особового значення” [14, 91].

Функції особових займенникових іменників у структурі тексту залежать від типу тексту: текст-розповідь, текст-роздум та поєднання розповіді з роздумом. У реченнях з суб'єктом *я* реалізується твердження про те, що відбувається з “я”, тобто стверджуване відноситься не до навколишнього світу, а до внутрішнього стану “я”.

Якщо в розповідях ширше використовується прономінативний субстантив *я*, у роздумах *ти*, то в розповідях-роздумах наявні обидва слова, пор.: *Я працював, не часто полишаючи цей будинок. Викінчував книжку, на яку чекали видавці. І навіть спонукали мене регулярно віддавати їм в роботу кожний завершений попередній розділ. Хоч я і противився такій методиці, бо звук у процесі роботи повертається до вже написаного неодноразово... Тож я квапився (В. Палинський).*

Функції займенникових іменників *ти, ви* в структурі тексту насамперед пов'язані з стилістичним аспектом використання мовної одиниці: вони надають текстам відтінків інтимності, сердечності, ліричності, водночас узагальнюючи певні твердження, тому й вживаються здебільшого в текстах-роздумах, напр.: *Одна коротка мить – це ж ціле багатство, якщо сповна її наситити інтенсивністю думки і почуття! Подумай, от ти щойно вдихнув ковток повітря, відчув, як пульсує кров у скронях, ворухнув рукою... у твоєму мозкові майнула згадка – Моніка в білій сукні з букетом у руках, вся залята сонячним промінням, пекуча ніжність у твоїх грудях... Хіба мало цієї одної миті? В ній же ти сам і цілий світ! (Ю. Дольд-Михайлик)!*

Найбільш значущими для формування структури тексту є особово-вказівні прономінативні слова *він, вона, воно, вони*. Питома вага їх у тексті досить висока.

“Займенникові іменники третьої особи за своєю природою звичайно функціонують поза межами простого речення, у якому наявний іменник, що його вони заступають, становлячи важливий засіб організації складного речення та тексту, послідовного розгортання їхніх складників. Вони заступають назви людей, інших істот, предметів, явищ, згадуваних раніше або (рідше) названих пізніше. Отже, ці анафоричні елементи містять у своєму значенні відсилання до відповідного висловлення або тексту, до якого входить це висловлення. Вони відсилають (частіше) до власне-іменника, що виступає в попередньому місці тексту або (рідше) до власне-іменника в наступному складникові тексту (випереджувальна функція). В обох випадках між анафоричним займенниковим іменником і власне-іменником-антецедентом, що його заступає цей анафоричний займенниковий іменник третьої особи, наявний анафоричний зв’язок [11, 191].

У структурі тексту особово-вказівні прономінативні субстантиви функціонують як синсемантичний компонент конектора, що посідає власне-анафоричну позицію, автосемантичний компонент представлений словом, словосполученням або сполученням слів, напр.: *Під берестом, як і раніше, стояла Лукерка. Вона стояла, повернувши голову до лугів, від яких несло вологою, потім не то схлинула, не то зітхнула і тихою ходою пішла в хату. Тимко ще трохи чекав, гадаючи, що, може, вона вийде, але вона не виходила (Г. Тютюнник); Розглядаючи судно, Віталій і Тоня перезиркувалися між собою, обмінювалися усмішками, в яких зараз було щось схоже на таємницю, зближуючу, нікому, крім них, не доступну. Навіть і ця загадкова поява крейсера була для них ніби не зовсім випадковою, той крейсер був теж ніби причетний якимось чином до цього їхнього душевного зближення, що так несподівано виникло на межівнику і по-новому освітило їх одне одному (О. Гончар).*

Проаналізувавши значну частину монологічних текстів (йдеться про понад тисячу слововживань аналізованої одиниці), можна вважати, що функція власне-анафори для займенникових іменників певною мірою є облігаторною, функція ж катафори – факультативною. К.Боост узагалі вбачає в прономінативних субстантивах тільки власне-анафоричну функцію і не розглядає катафоричної, хоча результати, отримані вченим при дослідженні проблем зв’язку речень, на думку М. Пфютце, повинні бути доповнені потенційно заданою функцією катафори, що властива займенниковим словам [19, 228].

Ілюстративний матеріал підтверджує, що займенникові іменники *він, вона, воно, вони* в структурі тексту можуть уживатися у функції катафори, але при цьому насамперед потрібно брати до уваги стилістичний аспект використання мовної одиниці, адже, як уважає В. Дресслер, “заборона на анафоричний суб’єкт на початку тексту діє тільки в стилістично немаркованих нормальних формах тексту або ці субститути є швидше

катафоричними” [13, 115]. Такої самої думки притримується й Л. Булаховський, підкреслюючи, що, якщо автор починає своє оповідання з можливих різних форм анафоричних займенників (*він, вона, воно*), – це тільки літературний прийом [5, 11].

Займенникові іменники як синсемантичні компоненти конектора поєднують здебільшого контактні речення. Автосемантичний компонент конектора функціонує в реченні як підмет або додаток. Заступаючи антецедент-підмет, займенникові іменники виконують здебільшого ту саму функцію й у наступних реченнях, узгоджуючись у роді й числі з антецедентом, напр.: *Схилився **Ілько** на тин і завмер, – ні думок, ні бажань, навіть дихання не чув він у собі, тільки чув, як сонце гріло, пекло в спину, як розливало якісь лінощі на тілі і байдужість до всього. Байдуже дивився **він**, як піднявся вихор (Винниченко); Пройшовши іще деякий час, з-за паровика, трохи задихавшись, з’явилася рум’яна, здорова **Хима**. Пошукавши очима й забачивши економа, **вона** з діловитим, поважним виглядом підійшла до його (В. Винниченко)*

Прономінативні особово-вказівні субстантиви найчастіше репрезентують плавний, безперервний зв’язок. Однак у художньому тексті синсемантичний компонент конектора може бути розміщений не безпосередньо перед антецедентом чи після нього (контактна позиція), а через певну кількість речень (дистантна позиція). Це залежить здебільшого від типу тексту (опис, розповідь, роздум). Якщо розповідь ведеться “про дві і більше особи (предмети), то не можна створювати текст без використання прийому дистантного міжфразового зв’язку. Спочатку говориться про один предмет (особу), потім про другий, потім знову про перший, потім про другий... Частина тексту, що стосуються однієї особи й знаходяться на віддалі, пов’язані дистантним зв’язком [16, 44].

На наш погляд, треба звернути увагу й на те, яким субстантивом (власною чи загальною назвою) виражений антецедент. Найчастіше займенникові субстантиви заступають окреме слово тоді, коли у попередньому реченні антецедентом виступає іменник-онім. Якщо ж антецедентом є іменник-апелятив, то займенниковий субстантив заступає переважно словосполучення, оскільки семантично він тісніше пов’язаний саме з словосполученням, хоча категорично стверджувати це, мабуть, не варто, пор.: *По шляхах і по межах подекуди суне поважно **гарба зі снопами**. На **ній**, задравши догори голову, лежить собі який-небудь **засмалений**, з **білими плямами хлопець** і хльоскає іноді згори батіжком. **Йому** сонце не вадить. Часом, підвівшись, **він** крикне ліниво “гей”, плюне через губу і знов розляжеться й тягне безкраю пісню свою (В. Винниченко); Прокинувся **Юхим** від якогось штовхання в бік. Підвівши голову **він** озирнувся і зразу перед собою бліде, довгасте, худорляве личко Маринки, що стоячи біля його на колінах, дивилась просто на його своїми широко розплющеними синенькими оченятам (В. Винниченко).*

Зауважимо, що при вживанні займенникового субстантива *він* у формі множини, антецедентом може бути слово, словосполучення та сполучення слів.

Займенниковим іменникам властива й функцію катафори, випереджувальна. Формою вираження катафоричної позиції прономінативних субстантивів виступає називний відмінок однини, значно рідше форма іншого відмінка. При цьому змістовий компонент конектора може мати як контактне, так і дистантне розміщення, напр.: *Йому сімнадцять літ, і шинель у нього першого носіння. В плечах широка, висить на матросикові, бо він худий-худий* (В. Логвиненко, поч оповідання)

Основною функцією займенникових іменників у структурі тексту є функція зв'язку. Мінімальною структурою конектора є два речення, максимальну кількість визначити дуже важко (практично неможливо), оскільки це залежить насамперед від типу тексту (розповідь, роздум, опис). Найбільшими за кількістю зв'язаних речень є змішані типи текстів: розповідь-опис, розповідь-роздум, розповідь-роздум-опис, при цьому пов'язуються як контактні, так і дистантні речення.

Займенникові слова *він, вона, воно, вони* в реченні виступають у функції підмета, додатка, рідше – обставини, напр.: *Осінь. Чудова, соковита, барвиста осінь. Її видно скрізь. На кожному кроці помітні її сліди... І на городі, і в садку, і на полях. Вона була на кожному місці, зробила все, що треба було, й пішла далі... Любить її Володько, тільки ця осінь, так само, як і минула, наводить скорше сум, ніж радість* (У. Самчук); *Задихана, червона, з розірваним рукавом, стояла Людмила під ворітьми якогось будинку і дрижачою рукою витирала піт на лиці. Біля неї стояло декілька робітників і два студенти і, також важко дихаючи, червоні, пом'яті, дивились туди де тільки що були* (В. Винниченко).

Найчастіше займенникові іменники заміщають підмет попереднього речення, що зумовлено стилістичним аспектом: це забезпечує “повільно-розмірену, “епічну” інтонацію. Характерним для цього виду зв'язку є порядок слів другого речення, який визначений структурою першого речення й видом зв'язку. Єдиної думки щодо позиції займенникового іменника та його функції, що зумовлена саме такою позицією немає. Г. Солганик вважає, що на початку другого речення здебільшого знаходиться прономінатив, який **несе на собі значне змістове навантаження й тісно об'єднує речення** (виділення наше – Г. В). На думку ж Л. Лосевої, займенникове слово **не має особливого змістового навантаження, а служить засобом зв'язку** [16]. Беззастережно приймати перше чи друге твердження як правильне, мабуть, не варто, адже кожен із авторів виокремлює одні й ті самі функції займенникових слів із деяким застереженням. На наш погляд, основною функцією займенникових особово-вказівних субстантивів є зв'язувальна функція, а додаткове

значення з'являється в тому випадку, якщо це передбачено змістом попереднього чи наступного речення.

До питально-відносних займенникових іменників належать слова **хто**, **що**. У структурі складнопідрядного речення вони служать засобом поєднання головної предикативної частини з підрядною, напр.: *І перший, хто виявив, – двоюрідний брат Володьчин, Костя, сліпий танкіст, точніше його кокетуха Наталка, котру він проводжав до раннього автобуса, не ховаючи ніжності, як буває в них щоразу, коли помиряться після сварки (О. Гончар).*

Ця група в питальній функції об'єднує позареченнєві контексти. Питальне слово, що стоїть окремо або в питальному реченні, відкриває “порожнє місце” в комунікації, яке обов'язково повинно бути заповнене. Тому питання стосовно невідомого елемента повідомлення веде нас вперед і змушує передбачити хід розмови: питальний елемент з погляду функції зв'язку в реченні й у контексті діє як вказівне займенникове слово з катафоричною функцією [19, 228-229]. Отже, основною функцією питальних слів є вказування не тільки на нові елементи, що будуть уведені в наступних реченнях, а й на цілі поняття, ситуації, що розкриваються в одному або низці речень, напр.: *А це лекція для тих, що перецікавлювалися, перецікавлюються й перецікавлюватимуться Україною.*

Що є таке Україна?

Ненька – Україна – це держава від Біскайського моря і до пустелі Гобі або Шамо.... (О. Вишня); Чого б я найменше хотів? Найменше б я хотів дожити до такого моменту, коли після хоча і нелюдськи тяжкої, але переможної війни кожна наша ганчірка перетворилася б у священну реліквію... (О. Довженко).

Іноді питальні речення, які містять у своєму складі займенникові іменники, що формують цю структуру, не потребують вербально вираженої відповіді, оскільки вона не передбачена типом мовлення. У такому разі можна говорити про нульовий антецедент. Це спостерігаємо передусім у текстах-роздумах, напр.: *Що заподіяв Неро? Хто, врешті, він такий? Якось дивно: коли людини не стає, аж тоді відчуваєш потребу дізнатись, хто вона... Стає боляче: чому не цікавився ніколи, хто вона, що відчуваєш прикру потребу знати її (О. Досвітній).*

Значення заперечних прономінативних субстантивів (**ніхто**, **ніщо**), які зафіксовано в СУМ, може розкритися в межах речення [23, V, 429, 431], де вони функціонують як підмет або додаток. Однак важливою для з'ясування функцій заперечних іменників є структура підмета: якщо займенниковий іменник входить до структури складеного підмета, а іншим компонентом є власне-іменник, то його функції обмежуються структурою речення, напр.: *Ніхто з Гаврилівчан не знає, мабуть, яку славу носить село їхнє, хіба один професор кам'янецький! (Г. Косинка); Ніхто з панів не зважився заступити їм дорогу: побоювалися, що може враз вибухнути повстання, не згіри як за*

Наливайка – надто вже кипіли гнівом козак и селяни від такої королівської ласки (М. Пригара).

Якщо іншим компонентом підмета виступає займенникове слово *вони* або *ми* у формі родового відмінка й немає уточнювального щодо підмета члена речення, то функції заперечного прономінативного субстантива поширюються за межі речення. Відзначимо, що речення із підметом, вираженим сполукою *ніхто з нас* належать найчастіше до текстів-роздумів.

Заперечні займенникові іменники порівняно з особово-вказівними менш важливі для формування структури зв'язного тексту. Вони, разом із неозначеними та питальними, не потребують конкретної референції, оскільки їх значення виключає конкретну співвіднесеність, хоча в деяких текстах прономінативні субстантиви можуть виконувати випереджальну (катафоричну) функцію і бути засобом розгортання тексту, напр.: *Знеможені з голоду, обмерзлі, люди сірими примарами, обкутаними в лахміття, тягнулися під пронизливим вітром, засніженими дорогами до міста, надіючися здобути чого-небудь їстівного. І не діставали нічого. Навіть і кусника хліба, ними виробленого і в них віднятого. Падали множинно на вуличні бруковики: вмирати в суміші снігу і грязюки (В. Барка).*

Потрапляючи в позицію іменної частини складеного присудка, займенниковий субстантив *ніщо*, набуває конкретності, виражаючи значення “той, що не має ніякої ціни, ваги тощо” [18, 91 – 92].

Досить часто заперечні прономінативні субстантиви виконують узагальнювальну функцію, підсумовуючи викладені думки, при цьому в займенниковому іменнику акумулюються не тільки вербально висловлені поняття, а й ті, які домислюються. У таких випадках можна говорити про функцію згортання тексту. Окрім того, у структурі даних речень (хоча й не обов'язково) наявні й інші заперечні прономінативні слова, ад'єктивні чи адвербіальні, які підсилюють узагальнення думок, напр.: *А що ми, власне, без знань? Ніщо (Ю. Мушкетик); Так! – схопили нарешті й другий кінець моєї душі! Вже не піду я на край города злочинно ховати себе. І тепер я маю одно тільки право. Нікому, ніколи, й нічого не говорити, як розкололось моє власне “я” (М. Хвильовий).*

До неозначених прономінативних субстантивів належать слова *хтось*, *хтозна-хто*, *казна-хто*, *дехто*, *хто-небудь*, *будь-хто*, *хто-будь*, *абихто*, *щось*, *хтозна-що*, *казна-що*, *дещо*, *що-небудь*, *будь-що*, *що-будь*, *абищо*.

Уважають, що неозначені прономінативні слова пов'язані у висловлюванні з функціонального погляду з усіма тими навантаженнями, які на себе приймає ім'я, тобто, заміщаючи ім'я або як складник іменного словосполучення, неозначені займенникові слова ніби заповнюють деякі функціональні крапки всередині висловлення [1, 20].

Переважає більшість цих слів не поширює своїх функцій за межі речення, лише для деяких неозначених займенникових іменників, як і для

заперечних прономінативних субстантивів, важливою є та роль, яку вони виконують в реченні: простий чи складений підмет, пор.: *Наприкінці січня (термін змінювався декілька разів) мав приїхати в Наше з концертом співак світової слави Модест Мединський, українець з походження, а дехто твердив, що навіть уродженець Покуття (І. Вільде) та Дехто з товаришів підвіся й дав місце Сегалеві й Еммі (О. Досвітній.).*

Вони можуть бути катафоричним компонентом тексту лише за певних умов, зокрема при вживанні з модальними словами *необхідно, треба, бажано, можна, хотіти.*

Функції займенникового іменника *щось* у складі речення стосовно тексту є дуже близькими до ролі узагальнювального слова в реченні, напр.: *Кожний день щось ставалось нове. То розцвітали черешні, то підросли й пустили бульбахи півонії, то розгорнули перші липкі листочки косаті берези. На полях кожний день ішли орачі. Вони співали пісні, розгортали землю, сіяли зерно. На городах з кожним днем творились нові грядки. Хати були білі, ще великодні, осяяні сонцем. Навкруги церкви стоптана земля. У Левинських праця, рух і клопіт. Олег від'їхав. Пан Гліб знову ходить учити. Ольга лежить, о. Клавдій лежить. Матушка бігає по господарстві. Решта хто де... (У. Самчук).*

Таким чином, особові займенникові іменники не мають власне-текстотвірних властивостей. Особово-вказівні іменники виконують функцію анафори та функцію зв'язку між реченнями. Характерним для цього виду зв'язку є порядок слів другого речення, що зумовлений структурою першого речення і видом зв'язку. Питально-відносні займенникові іменники мають текстотвірну функцію, якщо вони виступають засобом утворення питальних речень. Заперечні слова *ніхто, ніщо* можуть мати текстотвірні властивості, основними з-поміж яких можна вважати функцію згортання та розгортання тексту. Неозначені займенникові іменники мають текстотвірні властивості, хоча вони не так яскраво виражені, як у особово-вказівних.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Алехина М. И. Определенность – неопределенность предмета как контекстуальная категория // Рус. яз. в шк. – 1974. – № 5. – С. 81–85.
2. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы. – М.: Наука, 1976. – 383 с.
3. Беллерт Ирена. Об одном аспекте связности текста // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1978. – Вып. VIII: Лингвистика текста. – С. 172-207.
4. Белунова Н. И. Бессоюзные сложные и соположенные самостоятельные предложения с лексико-синтаксическим повтором в текстовом аспекте. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Л., 1987. – 16 с.
5. Булаховський Л.А. Синтаксис (зв'язки) займенників у простому реченні. – К.: Рад. шк., 1959. – 29 с.
6. Вихованець І. Р. Частини мови в семантико-граматичному аспекті. – К.: Наук. думка, 1988. – 256с.
7. Вихованець І. Р., Городенська К. Г. Теоретична морфологія української мови: Академ. граматики укр. мови / За ред. І. Вихованця. – К.: "Пульсари", 2004. – 400 с.

8. Вихованець І.Р. Граматика української мови. Синтаксис. – К.: Либідь, 1993. – 348 с.
9. Вольф Е. М. Грамматика и семантика местоимений. – М.: Наука, 1974. – 222 с.
10. Гальперин И.Р. Сменность контекстно-вариативных форм членения текста // Рус. язык. Текст как целое и компоненты текста. – М.: Наука, 1982. – С. 18-29.
11. Генералова А. П. Про місце займенників у системі частин мови сучасної німецької мови. – Мовознавство. – 1970. – № 1. – С. 22–25.
12. Дикарева С. С. Нулевое замещение в русском языке // Лингвистические проблемы функционального моделирования речевой деятельности. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1979. – Вып. 4. – С. 115 – 120.
13. Дресслер Вольфганг. Синтаксис текста // Новое в заруб. лингвистике. – Вып. VIII: Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – С. 111 – 137.
14. Жовтобрюх М. А., Кулик Б. М. Курс сучасної української літературної мови. – К.: Вища шк., 1972. – Ч. I. – 399 с.
15. Карабан В. И. Аспекты связности поверхностной структуры английского текста. – К., 1978.
16. Лосева Л.М. Как строится текст. – М.: Просвещение, 1980. – 96 с.
17. Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Синхронно-сопоставительный очерк. – Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990. – 170 с.
18. Ожоган В.М. Займенникові слова у структурі сучасної української мови: Дис. ... д-ра філол. наук. – К, 1998. – 388 с.
19. Пфютце М. Грамматика и лингвистика текста // Новое в зарубеж. лингвистике. – Вып. VIII: Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – С.218-242.
20. Саламин Э. О. О неопределенных местоимениях и наречиях в современном русском языке // *Studia slavica*. – Hung., 1975. – XXI. – S. 351 – 357.
21. Сильман Т. И. Синтаксико-стилистические особенности местоимений. – Вопр. языкознания. – 1970. – № 4. – С. 81 – 91.
22. Слинько І. І., Гуйванюк Н. В., Кобилянська М. Ф. Синтаксис сучасної української мови: Проблемні питання: Навч. посібник. – К.: Вища шк., 1994. – 670 с.
23. Словник української мови: В 11 т. – К.: Наук. думка, 1970 – 1980.
24. Федорова М. В. Русские вопросительно-относительные местоимения // Филол. науки. – 1965. – № 1. – С. 87 – 96.
25. Фивегер Д. Лингвистика текста в исследованиях ученых ГДР // Синтаксис текста: Сб. статей. – М., 1979. – С. 320–326.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ганна Волчанська – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови КДПУ ім.В.Винниченка.

Наукові інтереси: функції мовних одиниць у структурі тексту.

ВЛАСТИВОСТІ КОРЕЛЯЦІЇ «ВИСЛОВЛЮВАННЯ – НОМІНАЦІЯ ВИСЛОВЛЮВАННЯ» ТА ЇЇ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗВ'ЯЗНОСТІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Людмила ГАРКУША (Кіровоград)

У статті розглядаються семантичні та синтаксичні властивості кореляції «висловлювання – номінація висловлювання» як одного із засобів реалізації текстової категорії когезії.

The article deals with the semantic and syntactical features of the correlation “utterance – nomination of the utterance” which is one of the ways to realize the textual category of cohesion.

Проблема зв'язності тексту, опису системи кодових перетворень, за допомогою яких з окремих значень смислових комплексів, що "покривають" собою фрази та їх єдності, формуються ансамблі й цілий текст, успішно розв'язується в багатьох працях вітчизняних та зарубіжних лінгвістів. Але як би широко не проводився пошук і подальше вивчення семантики, структури та функціонування елементів, що забезпечують реалізацію категорії зв'язності й здійснюють горизонтальне та вертикальне породження тексту, ряд цих елементів залишається відкритим, оскільки кожний новий ракурс, під яким дослідники вивчають текст, може дати нові одиниці, для яких основною або другорядною, явною або прихованою є функція когезії.

Об'єктом дослідження в цій статті є функціонування в художньому англійському тексті кореляції "висловлювання – номінація висловлювання", які споріднені між собою семіологічно, семантично та синтаксично, а тому не лише виконують у тексті формальну функцію анафоричного чи катафоричного посилення, але й сприяють його смислому розвитку та композиційній завершеності.

Перший член кореляції – висловлювання персонажів чи самого автора – відтворюється письменником засобами так званої «чужої мови», що існує у двох різновидах – вимовленої та невимовленої – а також кількох стилістично маркованих формах: прямої мови – у вигляді цитування; непрямої мови – передаванні слів персонажа від особи автора або іншого персонажа; переказу – передаванні чужої мови в скороченій формі, аж до називання однієї лише теми повідомлення; невластиво-авторської та невластиво-прямої мови, що втілюють різний ступінь злиття мови автора з мовою персонажа [3, 88-91].

Залежно від кількості учасників і тривалості зображуваного мовленнєвого спілкування висловлювання персонажів можуть утворювати складні архітектоніко-мовленнєві форми монологу, діалогу чи полілогу. Специфіка всіх перерахованих форм визначає й ступінь складності їх синтаксичної організації, що варіюється від окремих слів, словосполучення або речення до НФС (надфразної єдності) та їх об'єднань. *At the beginning of*

November Andrew received from Burr a packet of three thousand dollars in Kentucky bank notes, with an order to build five flags boats and to outfit them /Stone. The President's Lady/; ...You see, it seems to me, one's like a closed bud, and most of what one reads and does has no effect at all; but there are certain things that have a peculiar significance for one, and they open a petal; and the petals open one by one; and at last the flower is there," Philip was not satisfied with his metaphor..." /Maugham, Of Human Bondage/.

Висловлювання як продукт мовленнєвої діяльності комунікантів у зображуваній ситуації спілкування, розглядається як складна подієва номінація, в семантичній структурі якої відтворюються обов'язкові компоненти реальної ситуації спілкування. Відповідно до цих компонентів, семантична структура висловлювання містить як денотативний складник, так і комунікативний складник з його інформативним, оцінним, емотивним, пресупозиційним, прагматичним, соціальним і ситуативним аспектами [4, 23].

Позицію другого члена кореляції заповнюють одиниці морфологічного рівня, а саме іменники, які ми називаємо номінаціями висловлювань, наприклад, *voice, words, utterance, remark, phrase, expression, thought, idea, conclusion, order, request, belief, wish*. Вони звичайно використовуються для введення мови автора або персонажа твору і можуть міститися у висловлюванні того ж самого комуніканта, зворотній репліці іншого комуніканта чи авторському введенні, коментарі або авторській ремарці.

На відміну від подієвих імен, денотатом номінацій висловлювань є не предмет чи подія об'єктивної реальності, а вищезазначене висловлювання, тобто мовленнєвий твір, а саме його поверхнева, а також семантична структура в частині її комунікативної надбудови: *"She virtually has pneumonia, and if you think I'm going to enjoy disturbing her for money..." Selena delivered the incomplete sentence with all possible aplomb (J.D. Salinger); ... and below, in type smaller but still of magnitude, was the dogmatic statement: "Procrastination is the Thief of Time" (S.Maugham).*

Отже, номінації висловлювань виступають у ролі метазнаків стосовно висловлювань, а тому на їхні відношення мають поширюватися закономірності семіологічного означування. Зв'язок між висловлюваннями та іменними номінаціями як між «означуваним-означником» підтверджуються у вияві їхньої семантичної спільності. Номінації, подібно до дієслівних глибинних компонентів, експлікують такі аспекти змісту висловлювань, як **логіко-розумовий**: *thought, idea, judgement, observation, speculation, reflection, meditation, resolution, conclusion, decision, memory, explanation, argument, theory, definition, axiom, dogma, problem*; **модальний**: *truth, lie, statement, misstatement, constation, oath, assertion, declaration, opinion, persuasion, belief, doubt, guess, suspicion, hint, confession, rumour, gossip*; **інформаційний**: *information, message, subject, topic, theme, news*; **прагматичний**: *promise, warning, threat*.

Залишаючи поза увагою численні кількісно-якісні характеристики мовленнєвої ситуації, що відтворюються в прагматичному змісті висловлювань, а отже, й у семантиці відповідних номінацій, ми згрупували досить представницький корпус останніх за параметром «ступінь конфліктності стосунків між комунікантами». У результаті склалася таксономія **прагматичних номінацій** з трьох груп, що відповідно маркують: 1/ **доброзичливі стосунки**: *advice, suggestion, proposal, offer, agreement, permission, promise, request, appeal, report, instruction, order, command, call*; 2/ **нейтральні або межеві стосунки**, що можуть змінитися як на доброзичливі, так і на ворожі: *warning, reproach, rebuke, complaint, objection, denial, regret*; 3/ **антагоністичні стосунки**: *threat, prohibition, accusation, insult, abuse, denial, refusal, protest, condemnation, denunciation, protestation, charge*.

Означальні можливості номінацій охоплюють також формально-структурні характеристики висловлювань на різних рівнях мовної організації: 1/ **інтонемно-фонемному** – *voice, tone, cry, shout, whisper, sigh, utterance*; 2/ **лексемному** – *words*; 3/ **синтаксемному** – *sentence(s)*; 4/ **суперсинтаксемному**. На останньому із зазначених рівнів номінації висловлювань диференціюються відповідно до таких означувальних кількісних параметрів, як число учасників комунікації та довжина висловлювання на **монологічні**: а/ **короткі** – *expression, phrase, formula, remark*; б/ **довгі** – *tirade, monologue, recital, speech, discourse* (в одному зі значень); в/ **частини більших висловлювань**: *question, inquiry, answer, reply, response, comment, retort, interruption, repetition*, – та **полілогічні /найчастіше усномовні/** – *conversaton, talk, chat(ter), dialogue, interview, dispute, discourse* (в одному зі значень).

Варіативні поєднання кількісних характеристик висловлювань з якісними (стилістичними) породжують висловлювання з вираженими стилістичними ознаками. Номінації, що їх позначають, поділяються на імена а/ **фігур мовлення**, що виділяються з цілісного за змістом тексту інтенсивним стилістичним забарвленням: *metaphor, paraphrase, comparison, simile, cliché, tag, paronomasia, euphemism*; б) **композиційно і змістово завершених частин більшого твору**, зв'язаних з ним єдиною сюжетною лінією: *refrain, quotation, citation, chapter, entry, passage, summary, exposition*; в/ **структурно і змістово незалежні лаконічні висловлювання певної жанрової орієнтації**, що виражають квінтесенцію людського пізнання: *motto, slogan, aphorism, saying, proverb, parable, fable, riddle, epigram, inscription, anecdote, joke*; г/ **інші композиційно завершені мовленнєві твори різної протяжності**, призначені для обслуговування певних функціональних сфер: *verse, tale, essay, article, sketch, narration, story, parable, legend, sonnet, quatrain, diary, letter, telegram, postcard, note, sign, account, announcement, advertisement, notice, report, obituary, absolution, sermon, statute, lesson, grace, prayer, collect, homily, epistle, anathema*,

evidence, inquest, law, subpoena, application, motion, verdict, testimony, invective, precept.

Подаючи в цьому переліку лексико-семантичні ряди номінацій висловлювань, зауважимо, що ми не претендуємо на створення їх вичерпної таксономії. Вона може поповнюватися як за рахунок включення інших, менш частотних імен (головним чином, із семантикою прагматичного аспекту та жанрової належності), так і в результаті деталізації класифікації. Оскільки багато імен мають широкий об'єм змісту, в них інколи важко однозначно виділити референційну сему, а отже, й безапеляційно віднести їх до певних лексико-семантичних груп.

Весь корпус наведених номінацій можна узагальнити у дві великі групи залежно від широти їхньої семантики (обсягу змісту).

На референції, що стосується комунікативного змісту висловлювань, ґрунтуються номінації, які ми назвали **спеціалізованими**. Наявність у їхньому компонентному складі сем, що співвідносяться з диференційними аспектами концептуального змісту висловлювання (пор., наприклад, відмінність модусів у номінаціях *truth, lie, belief, wish* і прагматичного змісту в номінаціях *order, request, menace, statement*), дає їм можливість виступати повноцінними текстовими замісниками висловлювання, тобто, здійснювати відносно нього не тільки референційну, але й ідентифікувальну, характеризувальну та інтерпретувальну функції.

Номінації, сфера референції яких обмежується рівнем лінгвістичного представлення висловлювань, виступають у ролі їхніх **універсальних замісників**, оскільки весь семантичний зміст таких номінацій (пор. *words, phrase, utterance*) зводиться до семи «говоріння» (мовлення), яка вказує на форму існування будь-якої мовленнєвої події. Широта референції таких імен, відсутність у їхньому компонентному складі диференційних сем, які б сприяли розрізненню висловлювань, послабляє замісні потенції номінацій, зводячи їх до здійснення лише референційно-текстової функції, можливої, до того ж, тільки в контактній позиції щодо висловлювання. *'I never arrange anything,' said Gumbriel, very much the practical philosopher. 'I take things as they come.'* And as he spoke **the words,** suddenly he became rather disgusted with himself (A. Huxley, 131).

Необхідність заповнення семантичної та функціональної недостатності універсальних імен зумовлює їхню високу сполучуваність з модифікаторами, прагматичні компоненти яких, приєднуючись до сем "«говоріння» (мовлення)" в номінаціях, підвищують їхню комунікативну й інформативну значущість та перетворюють їх на спеціалізовані замісники висловлювань (пор., напр.: *offensive voice* \approx *offence*; *menacing words* \approx *menace*; *true words* \approx *truth*; *appealing tone* \approx *appeal*). Відповідно, це урізноманітнює когезивні функції номінацій у тексті. У прикладі "*You killed me*" **came the deep, artificial, accusing voice** (Laurance) за допомогою модифікатора **accusing** здійснюється експлікація комунікативної

спрямованості висловлювання, а відповідно, до референційної функції, яку здійснює номінація *voice* (разом з модифікатором), додаються ідентифікувальна та класифікувальна функції.

Як і будь-який мовний знак, висловлювання та його номінація включаються в текст на основі своїх синтаксичних зв'язків з іншими словами [2, 32], а отже, й один з одним. Залежно від форми репрезентації мовлення персонажа у висловлюванні (редукованої чи повної) між ним та номінацією встановлюються синтагматичні, тобто лінійні, зв'язки двох типів: комбінаторні та некомбінаторні [6, 30-40].

На основі **комбінаторних зв'язків** утворюються підрядні конструкції, в яких номінація (N speech) виконує функцію ядерного, а висловлювання (у формі підрядного речення (clause – Cl), словосполучення (word-group – W-G) або слова (word – W)) – функцію залежного члена.

Моделі, за якими утворюються підрядні конструкції, умовно можна зобразити таким чином:

(1) < N speech + Cl >, наприклад: *“There has been **a request**,” Judge Taylor said, “that this courtroom be cleared of spectators or at least of women and children”* (H. Lee).

Модель з висловлюванням у формі слова або словосполучення:

(2) < N speech + W/W-G. > – має декілька варіантів:

а) < N speech + V inf. >, наприклад: *“All I can get is **a request to return**”* (E. Waugh);

б) < N speech + prep. + V ger. >, наприклад: *Apparently she'd heard **the news about leaving the convent*** (V. Canning);

в) < N speech + prep. + N/W-G, наприклад: *How he trembled at **the thought of her red lips*** (W. S. Maugham).

На відміну від комбінаторних, **некомбінаторні зв'язки** базуються не на конструктивних, а на семантичних відношеннях між мовними знаками в лінійному ланцюгу. За цим параметром взаємопов'язаними виявляються дистантно розташовані слова та предикативні утворення. Некомбінаторні зв'язки між висловлюванням та його номінацією мають місце тоді, коли ці одиниці функціонують у різних предикативних групах:

а) поєднаних сурядним чи підрядним зв'язком у складне речення: *“Mark my **words**, don't be caught on Scottish soil on that day”* /E. Waugh/;

б) поділених на синтаксично незалежні, але контактено розташовані речення: *“Oh, if you please, madam, could I speak to you a moment?” It might be thought that this **request** was in the nature of an absurdity, since Edna, Miss Marple's little maid, was actually speaking to her mistress at the moment* /A. Christie/;

в) розташованих один від одного на певній, інколи досить значній відстані: *“Have you seen Mallarmé lately?”* (далі ідуть 30 рядків тексту прямої мови)... *“He talked very well.” Larson and Clotton knew that Cronshaw's **remark** was **an answer** to the question about Mallarmé’* (S. Maugham).

На відміну від комбінаторних побудов, у яких номінація і висловлювання посідають фіксовані позиції (номінація за синтаксичним статусом домінантного члена завжди передує висловлюванню), некомбінаторні побудови допускають варіативність позицій своїх членів.

1. Відповідно до референтної ролі висловлювання відносно номінації, їх кореляція в тексті здійснюється найчастіше за моделлю

< Utterance ← N speech >, що зберігає онтологічно зумовлений порядок передування предмета позначення знаку, який його позначає: "*When I have something to say,*" *Craig said, "she'll be the first to hear it."* – "**I take that as a promise,** *Mr. Craig,*" *the girl said* (I. Shaw). Анафорична позиція властива номінаціям, що належать мові автора, адресата висловлювання або третього учасника комунікації. Семантичні обмеження у виборі номінації на цю позицію не накладаються.

2. Наступною за частотністю вживання є модель

< N speech → Utterance >. Функціонування номінації в катафорі в авторській мові розглядається нами як відхилення від нормативної появи імені після актуалізованого висловлювання. Це мотивоване, найімовірніше, міркуваннями стилістичного характеру: такі випадки можна віднести до прийомів оповіді за принципом «початок із середини» [5, 30], метою чого є підготовка читача «більш обізнаним» автором до однозначного сприйняття висловлювання (у плані його комунікативної спрямованості, емотивності тощо). Наприклад: *Then his reply came automatically: "I've been beaten before"* (A. Maltz). Для досягнення зазначеної мети використовуються всі номінації висловлювання.

Навпаки, в мові персонажів катафорична позиція номінації відповідає дійсній послідовності елементів у ході їх актуалізації. Якщо автором номінації і висловлювання є той самий персонаж, то використання номінації служить меті попереднього акцентування мовцем комунікативного завдання його висловлювання, що сприяє посиленню мовленнєвого впливу на адресата «*Take my advice, madam, try dressmaking*» (Maugham). У вказаних випадках не використовуються лише ті номінації, що позначають комунікативну інтенцію, яка не експліцирується мовцем та не запитується слухачем з міркувань комунікативної доцільності, наприклад: *threat, menace, boasting*.

3. Значно рідше використовується модель

< Utterance ← N speech → Utterance >. Її реалізація в тексті пов'язана із семантичними обмеженнями на вживання номінації, яка посідає в такому випадку інтерпозицію між двома частинами єдиного у своїй логіко-семантичній організації мовленнєвого твору. Розрив континууму висловлювання мовою автора, що містить номінацію, відбувається звичайно після першого речення або синтагми й зумовлюється переважно фонетико-просодичними чинниками. В авторському введенні підкреслюється, зокрема, модифікація фонетичних (акцентних) та інтонаційних

характеристик актуалізованого висловлювання внаслідок перепадів в емоційному стані мовця, зміни виконуваної ним ролі, зміни його ставлення до адресата, перемикання уваги на інший предмет мовлення, переорієнтування комунікативної настанови тощо, наприклад: *“You could do with a rinse and set,” said Trimmer, adding **in the tone of the maitre-d’hôtel**, “Madam’s hair is un peu fatigued, n’est-ce-pas? It is the sea air”* (E. Waugh).

У рамках такої моделі має місце також ідентифікація за параметром «голос» мовця – в ситуації візуальної відсутності останнього (голос по телефону, із сусідньої кімнати, з натовпу), оскільки лише після пред'явлення хоча б першої фрази можна судити за характерними ознаками голосу про особу його власника, наприклад: *“**Querry,**” **a voice unmistakably balled,** “Querry.” – “**Rycker**”, Querry said* (G.Green).

Описані моделі є ядерними побудовами некомбінаторного типу. Їхне поєднання одна з одною, а також із комбінаторними моделями дають значну різноманітність варіантів синтагматичної співвіднесеності висловлювання з декількома його іменами-позначниками, що перебувають між собою у відношеннях повторної номінації.

Розгляд семантики та синтагматики номінацій мовлення в художньому творі дозволяє зробити висновок щодо специфіки їхнього функціонування. У перспективі всього тексту номінації служать замісниками висловлювань; у рамках кореляції «висловлювання – номінація мовлення» вони класифікують висловлювання за типом мовленнєвого твору. У ролі замісників номінації виступають аналогами прономінальних слів. Не повідомляючи в більшості випадків такої інформації, якої не можна було б добути зі змісту й форми текстової репрезентації самого висловлювання, номінації використовуються як будівний, лише синтаксично значущий елемент, навколо якого групуються інші члени предикативного утворення, що беруть на себе роль семантичного центру. Саме вони несуть додаткову, комунікативно значущу інформацію.

Здійснювана номінаціями функція класифікації, метою якої є «зведення предметів у класи більшого чи меншого обсягу» [1, 180], важлива у двох аспектах. По-перше, в ряді випадків номінації висловлювань справді функціонують у ролі повнозначних класифікаторів, за допомогою яких встановлюється належність висловлювання за тою чи іншою ознакою (частіше – прагматичною) до певного класу таксономічної множини: *“I’m sorry, Mr. Archer.” – “Well, I’m going to see that you are sorry.” – “Is that a **threat?**” – “No, that isn’t a **threat**... yes, damn’t, it is...”* (E.S.Gardner).

По-друге, навіть якщо функція класифікації не є комунікативно значущою внаслідок малої інформативності семантики таких номінацій, як *voice, words, sentence, phrase, thought*, що відносять висловлювання до максимально широких і цілком очевидних класів, зберігається їхня гносеологічна значущість. У рамках кореляції «висловлювання – номінація висловлювання» виявляється модифіковане умовами художнього твору

загальне, властиве всім сферам пізнавальної людської діяльності прагнення, з одного боку, замінити конкретне абстрактним, споглядання – поняттям, багаточисленне – одним, а з другого – конкретизувати абстрактне поняття, звузивши його до рівня часткової реалізації.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Аругюнова Н.Д. К проблеме функционирования типов лексического значения // Аспекты семантических исследований. – М.: Наука, 1980. – С. 156-242.
2. Бархударов Л.С. Структура простого предложения современного английского языка. – М.: Высш. шк., 1966. – 135 с.
3. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка. – М.: Высш. шк., 1983.- 271 с.
4. Гак В.Г. О семантическом инварианте предложения // Проблемы синтаксической семантики: Материалы науч. конф. – М., 1976.– С . 125-179.
5. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. – Л.: Просвещение, 1979. – 326 с.
6. Morokhovskaya E. J. Fundamentals of Theoretical English Grammar. – Киев: Вища шк., 1984. – 285 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Людмила Гаркуша – викладач кафедри практики англійської мови КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: лінгвістика тексту, теорія комунікації, методика викладання іноземних мов.

ТИПИ РЕМАТИЧНИХ ДОМІНАНТ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

Світлана ГУЗЕНКО (Миколаїв)

У статті автор досліджує типи рематичних домінант рекламного дискурсу, аналізує вплив використаної рематичної домінанти на тип аргументації, визначає найбільш продуктивні у створенні рекламних дискурсів.

In this article author investigates the types of rheme dominants of the advertising discourse, analyses rheme dominants and their impact on the type of argumentation, defines the most productive types in advertising discourse creation.

Категорії актуального членування – тема і рема (дане і нове) – є одними з головних організаторів зв'язності тексту, руху думки від речення до речення. Значною є роль теми у композиційно-синтаксичних зв'язках між реченнями. Адже це вербалізація даного, знайомого для адресанта й адресата мовлення. Це той «кістяк», до якого додається нова інформація. Але не менш значущою є роль реми в організації цілісного тексту. Як зазначає Г.О. Золотова, рема має подвійне функціональне призначення: у реченні вона протиставлена темі, поєднуючи вихідну і нову, комунікативно значущу інформацію, а за межами речення вона «вступає в змістові відносини з ремами сусідніх речень, при цьому створює рематичну домінанту текстового фрагмента, що сигналізує про його семантичну єдність і сприяє членуванню тексту» [1, 388].

Дослідники Г.О. Золотова, Л.Г. Бабенко узагальнили особливості текстових структур, які спостерігаються здебільшого в художньому матеріалі, меншою мірою – у газетно-журнальному. **Метою** нашого дослідження є аналіз рематичних домінант у рекламних текстах. Необхідно визначити, як завдяки рематичним домінантам зв'язуються різнопланові компоненти у рекламному дискурсі, як реалізуються різні рематичні домінанти в текстах різних комунікативних реєстрів та різних темо-рематичних структур.

Звертання до аналізу мови реклами вважаємо **актуальним**, адже реклама відіграє неабияку роль у сучасному суспільстві. До того ж вона є частиною масової культури, формою масової комунікації.

Дослідники кваліфікують рекламний дискурс як такий, що містить у собі інформацію про товар чи послугу («інформативний дискурс» – Зелінська), а також переконання, спонукання споживача реагувати на рекламований об'єкт («аргументативний дискурс» – Волкогон). А В.В. Зірка стверджує, що «сьогодні з позиції ХХІ століття, у порівнянні зі століттям ХХ, можна з упевненістю констатувати, що рекламне повідомлення поступове втрачає ознаки інформативності і стає усе більш прагматичним, маніпулятивним, таким, що впливає на нашу свідомість і підсвідомість. Ступінь маніпулювання у різних засобах масової комунікації настільки високий, що можна вказати на існування маніпулятивної комунікації, що реалізується у таких видах словесності, як реклама, масова інформація, ділове спілкування і пропаганда» [2, 3].

Дослідниця додає, що «реклама – значущий і специфічний феномен сучасності, що має у своїй основі першочергове і конкретне завдання – спонукати людину до діяльності. Для досягнення цієї мети реклама черпає мовні засоби з життєвих ситуацій, відповідно до образів з існуючих, звичних для повсякденного життя стандартів поведінки і соціально-психологічних установок. У цьому полягає головний "секрет" ефективності й успішності рекламного звертання, тому що людина купує не товари, а красу, мужність, надійність, привабливість, незалежність, волю, затишок, життєвий тонус тощо» [2, 21].

У статті представлені результати вивчення шляхів реалізації комунікативних можливостей синтаксису, які автори реклами використовують для досягнення певної мети. За аналізу дотримано класифікації рематичних домінант Л.Г. Бабенко, яка вслід за Г.О. Золотовою виокремлює такі види: предметна, якісна, статальна, динамічна та імпресивна [3, 206].

Предметна домінанта. «Тексти з предметною домінантою характеризуються активним використанням у рематичній частині іменників і їхніх заміників, що дозволяє висунути в описі на перший план предметний світ, світ людей і речей, що заповнюють життєвий простір» [3, 206].

У рекламному дискурсі тексти з предметною домінантою можна поділити на декілька типів, залежно від семантики іменників та функціонального навантаження тексту.

I – інформативні тексти.

*«ОФШОРНІ
КОМПАНІЇ*

Рахунки в першокласних західних банках.

Реєстрація закордонних фінансових і страхових компаній, фондів.

Акредитування представництв.

Реєстрація та перереєстрація, юридичне обслуговування підприємств в Україні» [«Бізнес», 2004 р., № 3, С. 41]

Подібні рекламні оголошення перш за все інформують споживача про наявність підприємства та знайомлять із переліком послуг. Частіше використовуються в таких текстах конкретні іменники, а для позначення дії, яка рекламується, – віддієслівні іменники. Створені такі тексти у репродуктивному реєстрі, який допомагає поєднати у часі картини світу автора і адресата.

II – стимулюючі тексти.

«Газова колонка ...

В подарунок – рушник!

Малюк із потужністю ВЕЛЕТНЯ!

Junkers Bosch Groupe

Адреса ...» [«Контракти», 2004 р., № 6, С. 37]

Семантика подібних текстів, окрім інформації про наявність товару чи послуги, доповнюється підкресленням переваг, позитивних якостей товару. Це вдається завдяки використанню поруч із конкретною лексикою (наприклад, *«Газова колонка»*) великої кількості оцінної (наприклад, *«із потужністю ВЕЛЕТНЯ»*). Спрямована така реклама на стимулювання збуту товарів, формування позитивного образу товару, імпліцитно висловлена вигода від його придбання. Висловити емоційну оцінку в таких текстах допомагає домінуючий реактивний реєстр із переважно окличними реченнями.

III – Іміджева реклама.

«ART COOL

Функціональність як дизайнерська річ – ось що дійсно може бути витоком творчості, створювати середовище, в якому народжується натхнення.

Краса речей стає красою життя

LG Life's Good» [«Контракти», 2004 р., № 15, С. 4 (обкл.)]

Такий вид реклами спрямований на створення схвального образу рекламної компанії, товару або ж її послуг. Споживачам разом із товаром пропонується його надійність, ефективність, стабільність, краса тощо. У такому разі іменники виступають у ролі маніпулятивних засобів. В.В. Зірка

з цього приводу зазначає, що такі іменники «поділяються на іменники-цінності та іменники-атрактиви. Вони роблять корисну послугу і рекламистам, і споживачам: залучають і зосереджують увагу споживача на товарі, пропозиції, послугі, нашоствують на образи, порівняння і змушують думати про цінність товару за рахунок слів, що визначають "вічні" цінності, тобто іменники-цінності (*життя, любов, здоров'я*) та іменники-атрактиви (*новинка, внимание, акция, скидка, подарок, цены, приз, качество, гарантия*)» [2, 22].

Як засвідчує аналіз рекламних текстів, саме іменники-цінності частіше вживаються у прикладах із предметною і статальною доміантами. До того ж спирається іміджева реклама на фрагменти із генеритивним регістром. Адже перевага концептуальної інформації, висловленої у вигляді міркувань, у таких текстах також спрямована на переконання адресата.

Якісна доміанта. Виявляється в текстових фрагментах і текстах, що містять характеристизацію предметів, осіб, усього навколишнього світу. При цьому звичайно переважають прикметники, оцінні іменники, прислівники [3, 210].

Дійсно, саме оцінна семантика важлива для рекламування переваг того чи іншого товару. В літературі можна зустріти кілька поглядів на використання такої лексики, зокрема оцінних прикметників. Більшість констатує, що «саме прикметнику, через велику концентрацію в ньому оцінності, приділяється основна увага у мовній парадигмі маніпулятивних засобів: *хороший, лучший, эксклюзивный, приемлемый, надежный, современный, эффективный, новый, новейший, дешевый, уникальный, доступный* тощо». А також додають, що за своєю семантикою вони співвідносні зі словом «кращий» (яке зустрічається у кожному п'ятому рекламному тексті) [4, 3].

У порадах щодо складання рекламних текстів Т.М. Капуза підкреслює, що саме широка ад'ективація сприяє залученню уваги, пробудженню довіри й переконання. «У насиченні тексту прикметниками проявляється прагнення рекламного тексту до динамізму, неординарності, намір заінтригувати читача й спонукати його дочитати текст до кінця... Вони визначають предмет реклами, підкреслюють його специфіку й унікальні якості» [5, 3].

Але є думки, що патетичність і перебільшення достоїнств підривають довіру до реклами. Так, В. Ільїнський пропонує: «...заберіть прикметники з вашої мови, намагайтеся говорити дієсловами... Незрозуміла балаканина завжди повна оцінних прикметників. Так вони до того ж проєктують завищені очікування» [6, 1].

Отже, все зазначене вище пояснює, чому в проаналізованих рекламних текстах велика кількість «вкраплених» прикметників, але дуже мало текстів суто із якісною доміантою. Якщо і трапляються такі матеріали, то в них якісна доміанта комбінується із предметною чи будь-якою іншою. Наприклад:

«Скучили за Індією? Так!

*Потужна і старовинна. Стильна і сучасна. Нескінченна і яскрава.
Відкрита і незбагненна. Нірвана і обід за дві рупії. Індія.*

*У подарунок разом із довгоочікуваною весною – свіжі індійські серіали
«Небесна кара» і «Терни кохання» від телеканалу СТБ.*

*Індійський проект здійснюється за підтримки: Посольства Республіки
Індія в Україні, Міжнародної громадської організації «Індія Клуб»
[«Контракти», 2004 р., № 10, С.3 (обкл.)]*

«ВИГРАЄ КОЖЕН!

НИЗЬКІ!

Дешеві дзвінки в мережі.

ПРОСТІ!

Єдині базові тарифи.

ЧЕСНІ!

Чим більший пакет – тим більша знижка.

ТАРИФИ 2004

Оберіть пакет – отримайте знижку!» [«Контракти», 2004 р., № 6, С. 9].

Як засвідчують приклади, комбінування якісної і предметної домінант відбувається двома способами: або одна з частин має якісну домінанту, інша – предметну (як у першому прикладі), або ж висловлювання із якісною та предметною домінантами чергуються (як у другому прикладі). Об'єднує такі приклади те, що якості предмету реклами представлені в парцельованих структурах, тим самим кожна з них виведена в рематичну позицію. Це сприяє спрямуванню уваги споживача саме на них. У другому прикладі цей ефект підсилено вживанням знаку оклику після кожного такого речення («Низькі! Прості! Чесні!»).

Комбінація якісної і предметної домінант в одному тексті пояснюється, на нашу думку, тим, що речення із якісною домінантою впливають перш за все на емоційну сферу споживача, а речення із предметною – інформують про товар, послугу та їх переваги. Тим самим використовується логічна аргументація. Таке поєднання емоційної та логічної аргументації є, на думку маркетологів, найефективнішим для переконання споживача. А домінуючий репродуктивний реєстр ґрунтується на пошуку спільних цінностей у системі адресант-адресат.

Статальна домінанта. При домінанті цього типу рематично виділяються текстові фрагменти, що містять лексику стану людини (фізіологічного і психологічного) і навколишнього середовища. Це можуть бути іменники, дієслова, прикметники, безособово-предикативні слова. [3: 208]. Наприклад:

«У кріслі фірми «Ліга-нова»

Я відчуваю смак життя.

Я – Бонапарт! Я – Казанова!

Це переможця відчуття!

Меблі від компанії «Ліга-нова»

Більш 1000 найменувань меблів

Адреси дилерів ...» [«Контракти», 2004 р., № 18, С. 51]

Автори, які використовують статальну доміанту у рекламних текстах, спираються на глибинну мотивацію людини. В основі такого підходу є ієрархія потреб, які людина намагається задовольнити протягом свого життя.

Виділяють вісім груп потреб людини, які використовуються авторами реклами як лейтмотив: 1) потреба в їжі, диханні, відпочинку; 2) безпеки, упевненості, самооцінці; 3) злитті з якоюсь істотою, приналежності до певної групи; 4) творчості; 5) пізнанні /освоєнні миру; 6) прояві волі; 7) світогляді; 8) надзмісті. Тобто в подібних текстах автор розповідає не про товар та його переваги, а про відчуття, які матиме людина, якщо скористається запропонованим товаром чи послугою, про можливість задоволення його потреб.

У побудові таких текстів можна знайти прояв мовних закономірностей, які співвідносяться з глибинними шарами свідомості, а саме: спрощення синтаксису – зростає кількість простих непоширених речень, ланцюжків фраз номінативного характеру; у лексичному плані підвищується роль «вузькоденотативних знаків» – високочастотних лексичних знаків, які мають конкретний і високоемоційний зміст.

Автори текстів у цьому випадку уникають прямого опису предмета реклами, його якостей, характеристик і переваг. Вони «створюють образ», здійснюючи це:

а) за допомогою особливої ретельно продуманої графічної й ілюстрованої подачі матеріалу і його лінгвістичного оформлення, що асоціює предмет реклами з якимось символом;

б) через асоціацію предмета реклами із приналежністю до певної соціальної групи, що володіє «престижністю» в очах потенційного споживача.

Такий текст, апелюючи до наявної в кожній людині ієрархічної системи цінностей, часто спирається на принципи, за якими здійснюється приховане навіювання, підсвідомий вплив. Зміст того, що необхідно вселити в думки клієнтів, включається в повідомлювану інформацію у схованому, завуальованому вигляді, і засвоєння такого повідомлення характеризується безпосередністю й мимовільністю, як, наприклад, у вищенаведеному тексті. Сприяє цьому також і поєднання репродуктивного та реактивного реєстрів.

Динамічна доміанта. Звичайно вона з'являється в «масці» дієслів конкретної фізичної дії, діяльності, руху [3: 209]. Враховуючи тяжіння реклами до номінативності, тексти із такою доміантою трапляються в українському рекламному дискурсі. Розглянемо для прикладу рекламу побутової техніки:

ЖИВЕ СРІБЛО SAMSUNG

Нова технологія *Silver Nano*, створена компанією **Samsung** для застосування в нових моделях пральних машин, холодильників, кондиціонерів, очищувачів повітря і пилососів, дає змогу значно посилити антибактеріальні й дезодоруючі якості побутової техніки. Іони срібла, які містяться в покритті внутрішніх стінок та фільтрів побутових приладів **Samsung** і активізуються під впливом води чи ультрафіолетового випромінювання, впливають на різні види бактерій і нейтралізують їхню життєдіяльність. Так, унаслідок використання технології **Silver Nano** у пральних машинах іони срібла знищують 99,9% бактерій. Понад те, вони проникають у волокна тканини й упродовж місяця запобігають подальшому росту бактерій, які викликають алергічні реакції. Застосування технології **Silver Nano** в холодильниках запобігає розмноженню шкідливих грибків і мікроорганізмів, а в кондиціонерах – стерилізує повітря і очищає його від неприємних запахів. [«Контракти», 2004 р., № 26, С. 41]

У таких текстах рекламований товар чи, як у наведеному прикладі, технологія показані в дії. Тобто автори переконують споживача, спираючись на логічні аргументи. Достатньо велика кількість дієслів, перш за все, додає змістовності, динамічності текстові, викликає та підтримує інтерес до рекламованого товару. Найчастіше використовуються форми теперішнього часу дійсного способу, які актуалізують повідомлення, наближують його до споживача у часі. Створюються подібні тексти частіше у репродуктивному або інформативному регістрах.

Подібні тексти побудовані як розповідь про товар, при придбанні якого у покупця відкриється безліч можливостей, збережеться багато часу, зекономиться купа грошей тощо.

Маркетологи зазначають: «Для того, щоб реклама читалась із зацікавленням, в ній краще писати не про те, що повинен зробити покупець, а про те, що для нього зробить товар (виділено нами – С.Г.)» [7, 87]. А також додають: «Для ефективного створення образу товару в свідомості споживача завжди варто показати покупку в дії, розповісти, як нею скористатися, що і яким чином вона робить для людини. Корисні якості товару повністю можуть бути зрозумілими лише спеціалістам і самому рекламодавцю. Споживач може багато про що не здогадатися. Тому не варто соромитися стверджувати очевидне» [7, 115-116].

Імпресивна домінанта. Цей тип рематичної домінанти властивий текстам і текстовим фрагментам, виконаним у волюнтивному і реактивному регістрах, тому що основна їхня особливість – вираження волевиявлення, спонукання до дії або вираження емоційно-оцінного ставлення (емотиви-регулятиви), емоційного стану мовця (емотиви-рефлективи). Звичайно, подібні висловлення володіють емоційною й експресивною зарядженістю [3, 211].

Побудова текстів саме із цією домінантою властива українському рекламному дискурсові. Створені вони у волюнтивному реєстрі. Але детальний аналіз таких одиниць дозволяє стверджувати, що частіше імпресивна домінанта, тобто висловлювання із спонукальною модальністю, використовується у комбінації з якоюсь іншою домінантою. Так, саме волюнтивний реєстр частіше комбінується з іншими структурами. Це спричинено тим, що такі висловлювання, з одного боку, спонукають до активної дії придбання товару (є позитивним для авторів реклами), з іншого боку – можуть сприйматися як безцеремонний психологічний тиск, вторгнення в особистий простір (є негативним для авторів). Окремо описувана домінанта використовується лише в текстах, які складаються з одного-двох речень. У такій рекламі підвищується роль невербальних елементів, зокрема фотографій, малюнків. Так наприклад, у рекламі соку «Сандора» на фоні склянки з апельсиновим соком, яку хтось наповнює, розташований текст «Наповни життя!» [«Контракти», 2004 р., № 14, С. 55].

Як засіб реалізації спонукальної функції реклами для звертання до аудиторії використовується дієслівна лексика, зокрема наказовий спосіб. Вона робить рекламну інформацію більш динамічною, експресивною, має маніпулятивний характер. Імператив несе виклик, заряд, заклик, така реклама зорієнтована частіше на молодіжну аудиторію. Але звернемо увагу, що інформація саме про товар передається імпліцитно. Як зазначає В.В. Зірка, «адресат у цьому разі не відчуває тиску з боку рекламодавця, що робить для нього об'єкт реклами більш привабливим; підвищується запам'ятовування реклами, що пояснюється мірою залучення адресата у процес обробки інформації, що передається: імплікація – це суб'єктивний продукт розумової діяльності адресата»[2, 17].

У комбінації з іншими імпресивна домінанта трапляється дуже часто. Адже емоційно-оцінне ставлення або спонукання до дії є необхідним знаковим елементом рекламного тексту.

«Philips

Змінимо життя на краще.

Ви хочете побачити більше? Тоді погляньте на Philips Pixel Plus Flat TV і Ви побачите не просто елегантний дизайн. Адже наш відзначений нагородою кінескоп із більшою кількістю пікселів покращує якість кабельного та супутникового телебачення, VHS і DVD-зображення, забезпечуючи більше деталей, глибини та чіткості. Завітайте до Вашого найближчого дилера Philips і переконайтеся на власні очі.

Для детальнішої інформації завітайте на сайт ...» [«Контракти», 2004 р., № 9, Обкл. 3]

Ефективним є поєднання динамічної та імпресивної домінант в одному тексті. Адже такі тексти характеризуються активним використанням у рематичній частині перш за все дієслів, що дозволяє привернути увагу покупця до можливої дії товару, а також спонукати саме його до активної

дії – купівлі товару. До того в багатьох порадах щодо створення рекламних текстів зазначається: «... намагайтеся говорити дієсловами. Набагато сильніше, ефективніше звучить мова із переважанням дієслів. Одне дієслово варте 10 прикметників» [6, 1]. А також вважають, що «дієслова наповнюють ваші слова силою, яка робить ваше висловлювання ЖИВИМ, СИЛЬНИМ І НАМАГНІЧЕНИМ. ...коли людина читає, то переваги, представлені у вигляді дієслів стають, буквально наказом для підсвідомості» [8, 2].

Функціонує значна кількість рекламних текстів, які побудовані із використанням інших доміант, але розпочинаються або завершуються спонукальним реченням. Причиною такого явища, на нашу думку, є те, що реклама має вплинути на адресата, спонукати до дії – купівлі товару. *А говорити про наявність у таких текстах імпресивної доміанти, на наш погляд, не є обґрунтованим.*

Комбінована доміанта. Цей тип організації текстової семантики характеризується послідовним з'єднанням і чергуванням у тексті двох і більше рематичних доміант. Це може бути статально-динамічна, статально-якісна, предметно-якісна доміанти й ін. [3, 211].

У рекламному дискурсі текстів із такою доміантою набагато більше, ніж текстів із якоюсь одною. Як вже зазначалося вище, найчастіше комбінуються з іншими речення із якісною та імпресивною доміантами.

Автори рекламних текстів намагаються уникати одноманітності, створювати щось нове, креативне, тому з'являються тексти із комбінованою доміантою. Як, наприклад, поєднується імпресивна та якісна доміанти:

«БАЖАЄТЕ ПРИДБАТИ ШИНИ ДЕШЕВШЕ? КУПУЙТЕ В ТЕХНООПТТОРГЦЕНТР

БЛИЗЬКО (склади в 12 регіонах України), ЗРУЧНО (800 видів шин) ТА ДУЖЕ КОРИСНО. Адреса» [«Контракти», 2004 р., № 5, С. 53].

Таким чином, в українському рекламному дискурсі є всі представлені у класифікації доміанти. Текстів із комбінованою доміантою набагато більше, ніж текстів із якоюсь одною. Частіше використовуються фрагменти із предметною доміантою. Це спричинено тенденцією реклами до інформативності й одночасно до лаконічності. Друге місце посідають фрагменти із імпресивною доміантою, адже спонукання до дії є провідною ознакою цього дискурсу.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Золотова Г.А. и др. Коммуникативная грамматика русского языка / Г.А.Золотова, Н.К. Оніпенко, М.Ю. Сидорова. – М., 1998. – 403 с.
2. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі: Автореф. дис... докт. філолог. наук: 10.02.02 / Дніпр. нац. ун-т. – К., 2005. – 35 с.
3. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: Учебник; Практикум /Л.Г. Бабенко, Ю.В. Казарин. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 496 с.
4. Язык рекламы. – 2005. – 3 с. – Эл. ресурс. – <<http://www.stilistika.by.ru/34.shtml>>
5. Капуза Т.М. Лінгвістика реклами. – 2002. – 15 с. – Ел. ресурс. – <<http://lingvoskop.iatp.by/text1.htm>>

6. Ильинский В. Креатив, ну и что же это, такое?! – 2006. – 2 с. – Эл. ресурс. – <<http://www.advertme.ru/creative/28>>
7. Назайкин А.Н. Практика рекламного текста. – М.: Бератор-пресс, 2003. – 313 с.
8. Действия привлекают подсознание. – 2006. – 3 с. – Эл. ресурс. – <<http://subscribe.ru/archive/ad.vipwords/200605/31230505.html>>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Світлана Гузенко – старший викладач кафедри мовно-літературної освіти Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти.

Наукові інтереси: синтаксична організація рекламних текстів, лінгвістика тексту.

ФАКТОР АДРЕСАТА В НАУКОВОМУ ТЕКСТІ

Вікторія ЗАНІЗДРА (Кіровоград)

У статті з'ясовуються основні функції автора й адресата в науковому тексті, подаються класифікації адресатів та адресантів. Проблема адресованості тексту розглядається як обов'язкова передумова наукової комунікації. У статті представлені різні способи впливу на адресата, що використовуються авторами наукового тексту; порушується питання про те, що прогнозоване маніпулювання сприйняттям адресата перебуває в основі стратегій створення та інтерпретації наукового тексту.

The article deals with the main functions of addresser and addressee in scientific texts. The classification of addressees and addressers is presented. The problem of text addressing is considered as an obligatory prerequisite of scientific communication. Different ways to exert influence on addressees used by authors of scientific texts are systematized. The author also addresses the issue of predictable manipulation of the addressee's perception which is at the heart of scientific text strategy creation and interpretation.

Здобутки в лінгвістичному вивченні комунікативного аспекту тексту вможливають новий підхід до деяких проблем стилістики, зокрема стилетворчої функції адресата. Комунікативний акт як процес взаємодії двох або кількох суб'єктів не може бути повністю зрозумілий без урахування спрямованості висловлення на типізованого реципієнта. Важливість вивчення адресата зумовлюється також підвищенням інтересом до питань мовного впливу, антропоцентричною орієнтованістю сучасних лінгвістичних досліджень, зростанням уваги до мовної особистості, яка здійснює мовленнєву діяльність, її психологічних та соціальних характеристик як детермінантів мовного спілкування.

Існують різні погляди щодо проблеми присутності автора в науковому тексті та способів його впливу на адресата. З одного боку, сама логічність наукового тексту, чітко відпрацьовані коди, якими оперує відповідна наука, когнітивний тип інформації переконують читача. Як уважає Д. Шмельов, у науковому тексті "повідомлення дається у формі об'єктивної констатації фактів, незалежної від суб'єкта мовлення та її адресата. Саме логіка фактів в ідеалі визначає хід викладу" [18, 62]. З другого боку, науковий текст – це діалектична єдність інформаційного й комунікативного, в ньому органічно взаємодіють об'єктивне й суб'єктивне в науковому пізнанні [3, 13]. У більшості випадків дослідники визнають важливу роль адресата й адресанта

в науковому тексті. М.П. Котюрова підкреслює, що значеннева структура наукового тексту детермінована складним комплексом суб'єктно-об'єктних відношень науково-пізнавальної діяльності та її продукту [10, 37]. На думку М.М. Кожині, когнітивний аспект взаємодіє з комунікативним, що відображається в значенневій структурі та стилі наукового викладу. У науковому тексті виявляється активність фактора "суб'єкта мовленнєво-розумового процесу", який зумовлює особливості рефлексивно-особистісного компонента наукового тексту [7, 15].

Відносини між комунікантами активно вивчаються в сучасному мовознавстві. В основі аналізу перебуває теорія мовної діяльності, що розглядає мову як систему, яка функціонує тільки в соціальній взаємодії [2, 3]. У зв'язку з цим в аспекті цілісного структурно-функціонального аналізу наукового тексту дослідження ролі адресата є особливо актуальним.

Спрямованість мовного впливу та його ефективність стали предметом вивчення багатьох лінгвістів [1; 5; 17]. Розробляючи ще в 20-і роки ХХ ст. загальні принципи мовного впливу, М.Рубакін писав: "Яким саме словом, яке почуття збудити і яку роль упровадити, – це залежить, насамперед, від властивості слухача" [16, 132]. Наявність конкретного співрозмовника, на якого орієнтований мовний акт, визнають усі лінгвісти, які займаються типологією мовних актів, поряд із такими компонентами його структури, як пресупозиції мовців, мета повідомлення, розвиток, внутрішня організація мовного акту, контекст і ситуація спілкування.

Спрямованість мовного акту тісно пов'язана з апелятивною функцією, яка, на думку багатьох лінгвістів, є однією з основних функцій мови. Широко відомою стала теорія мовних функцій австрійського психолога й лінгвіста К. Бюлера. Виходячи з наявності трьох основних компонентів, необхідних для здійснення мовного акту (відправник, одержувач, предмет висловлення), він виділяє три функції мови: вираження, звернення, повідомлення. Ця теорія набуває подальшого розвитку в працях М.Трубецького, який уточнює зміст функції вираження (експресивної) та функції звернення (апелятивної). На його думку, остання необхідна для того, щоб викликати, збудити в співрозмовника певні почуття. А. Ісаченко також робить спробу описати апелятивну функцію мови, виходячи з функціональної цілеспрямованості висловлення. Згідно з розробленою ним типологією функцій, в апелятивному висловленні переважає орієнтація на адресата. Про існування апелятивної функції говорить і О. Ахманова; на її думку, ця функція полягає у звертанні до слухача і спонуканні його до сприйняття мовлення. Деякі дослідники розглядають апелятивну функцію у зв'язку з тим впливом, який здійснює мовлення адресанта задля досягнення ним певної мети. Так, Л. Павлова апелятивну функцію мови аналізує у зв'язку з реакцією реципієнта на отриману інформацію. Вона виділяє такі види комунікативного ефекту: ефект співпереживання, ефект спільних міркувань та ефект спонукання реципієнта до певних дій. Отож, у сучасній

лінгвістиці визнається факт існування апелятивної функції, і цим терміном позначається орієнтованість як мовного твору в цілому, так і його складників на адресата з метою здійснення певного впливу.

Спрямованості мовного акту сприяє сама його структура, в якій виділяються два учасники: відправник і одержувач, адресант і адресат. У різних авторів об'єкт мовної спрямованості називається по-різному: одержувач, рецептор, реципієнт, інтерпретатор, слухач, аудиторія, співрозмовник тощо. Адресат – особа або група осіб, якій/яким адресоване висловлення, що виходить від мовця; це типізована модель, що має певні характеристики, з урахуванням яких і будується висловлення.

Образ адресата, відповідно до енциклопедичного словника-довідника [11, 376], – це уявлення про реального або потенційного "одержувача" повідомлення; на образ адресата автор спирається, будуючи своє мовлення. Цьому образу автор приписує зовнішню локалізацію в просторі й часі, а також внутрішні (індивідуальні й соціальні) властивості, серед яких такі мовні ознаки, як ступінь володіння мовою та функціональними стилями, умовностями жанру, ступінь терпимості до неохайності мовлення, здатність сприймати мовлення небуквально й т.п. Орієнтація на ці ознаки диктується "культурою інтерпретації", що існує в певну епоху в конкретному соціальному оточенні.

Під адресованістю розуміють іманентну властивість наукового тексту як об'єкта вербальної комунікації, крізь призму якого опредметнюються уявлення про прогнозованого адресата будь-якого типу наукового тексту та специфіку інтерпретаційної програми, зумовленої екстралінгвальними особливостями спеціальної наукової комунікації. Ця програма здійснюється за допомогою системи лінгвістичних засобів і способів, для текстів певної інформаційної спрямованості [9].

Як відомо, мовне повідомлення виконує своє комунікативне завдання лише за умови його адекватного сприйняття відповідним адресатом. А тому адресант, прагнучи бути правильно зрозумілим, звичайно певним чином орієнтується на того чи іншого адресата як під час добору мовного матеріалу, так і під час побудови мовлення. При створенні висловлення під впливом фактора адресата відбувається оброблення цього висловлення з метою встановлення контакту з адресатом і досягнення максимального комунікативного ефекту .

Без глибокого проникнення в сутність комунікативної природи тексту неможливо зрозуміти його внутрішню організацію, функціонування в ньому мовних засобів, які використовуються відповідно до конкретних цільових настанов, спрямованих на адресата. Помилка у визначенні типу адресата спричиняє певну його реакцію. Ця реакція не збігається з тією, якої прагнув досягнути мовець, але одночасно вона служить індикатором для корекції подальшої мовної поведінки.

"Комунікативний портрет" адресата розглядається в лінгвістиці як "упорядкована і взаємозалежна сукупність необхідних авторові відомостей про ті сторони особистості адресата, які зумовлюють його властивості як отримувача тексту" [4, 119]. Модель мовної поведінки автора в працях такого напрямку найчастіше передбачає настанову на якомога повніше доведення до адресата авторського задуму, настанову на те, щоб адресат його принаймні зрозумів, а як максимум – став об'єктом успішного сугестивного впливу. Запорукою реалізації настанови на розуміння є дотримання цілого комплексу умов, серед яких основними є такі: реципієнт повинен мати достатній обсяг спеціальних знань у тій сфері, в межах якої відбуватиметься комунікативний акт; реципієнт повинен мати достатній обсяг тезауруса; текст мусить відповідати прогнозованій автором моделі майбутнього спілкування, що коригується в процесі комунікативного акту й т.п. [4, 120-121].

Традиційна модель комунікативного акту становить неподільне ціле і складається з трьох компонентів: адресант – текст – адресат. Усунення хоча б одного з них унеможлиблює здійснення мовної комунікації. Однак на комунікативно-мовному рівні при розгляді прагматичних відношень між компонентами комунікативного акту кожен з його складників може бути представленим незалежно від інших, вичленованим з комунікативних відношень.

Адресат у такій моделі комунікативного акту є кінцевою ланкою комунікативного ланцюга. Його функція полягає в сприйнятті та інтерпретації повідомлення, що зумовлює його відносну комунікативну пасивність. Але адресат, будучи кінцевим компонентом комунікативного акту, неминуче входить до сутнісної характеристики мовного твору, яка містить у собі умову адекватності мовного впливу на комуніканта й визначає цілісність і сутність самої комунікації. Активна комунікативна діяльність адресата полягає в істотному конструктивному впливі на два інших компоненти ланцюга завдяки дії випереджального відбиття. Активність адресата виражається в тому, що вже своєю присутністю в комунікації він впливає на форму й зміст породжуваного висловлення.

Адресат виступає завжди носієм певних соціальних властивостей, є виконавцем тієї або іншої соціальної ролі, наділений певним рівнем соціальних знань. Усе це має свій особливий зміст для попереднього мовного орієнтування суб'єкта й відбивається на структурно-семантичних і фізичних характеристиках породжуваного висловлення.

"Фактор адресата" закладений і в моделі, запропонованій Р. Якобсоном. Т.Ф. Плеханова [14, гл. 1], посилаючись на Р.Якобсона, зазначає, що в комунікації беруть участь адресант і адресат, від першого до другого спрямовується повідомлення, створене за допомогою коду; контекст у моделі Якобсона пов'язаний зі змістом повідомлення, з інформацією, що ним передається, а поняття контакту пов'язане з регулятивним аспектом

комунікації. Модель має такий вигляд (наведемо її за виданням [14, гл. 1]) – рис.1:

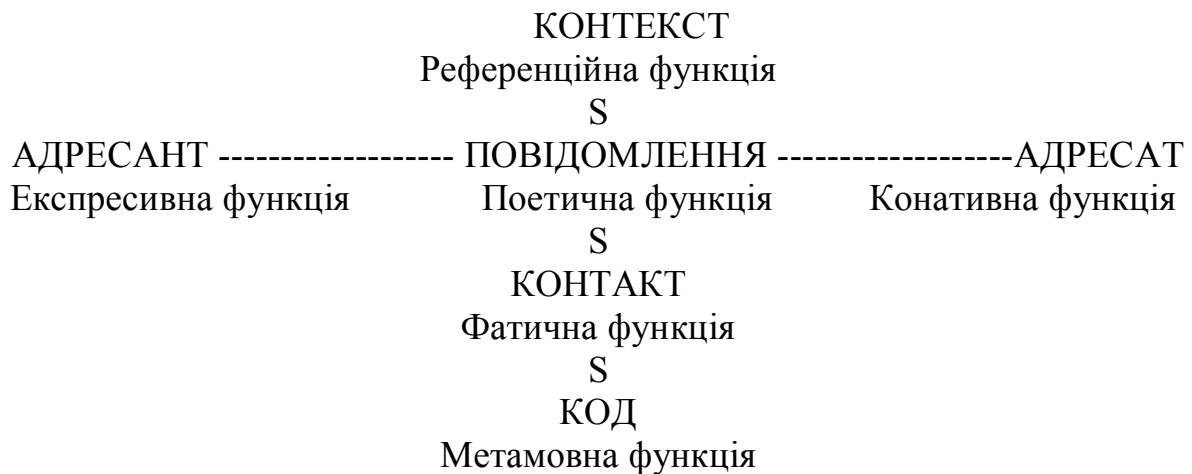


Рис. 1. Компоненти й функції в комунікативному акті

Виділені Р.Якобсоном шість компонентів комунікативного акту: адресант – повідомлення – контекст – адресат – код – контакт – реалізують шість функцій: експресивну (адресант), референційну (контекст), поетичну (повідомлення), конативну (адресат), фатичну (контакт), метамовну (код). Усі ці функції виділені з позиції тільки мовця, залежно від його комунікативних цілей. Адресат фігурує як пасивний учасник, оскільки він потрібний для контакту, як аудиторія для мовця.

Фактор адресата згадує й Н.Д. Арутюнова, підкреслюючи, що мовне висловлення свідомо звернене "до особи (конкретної або неконкретної), яка може бути певним чином охарактеризована", причому комунікативний намір автора мовлення повинен узгоджуватися із цією характеристикою [1, 358]. Крім того, ця характеристика є певною мірою "спільною" для комунікантів. "У нормальній мовній обстановці параметри мовця й адресата повинні бути між собою погоджені" [1, 358].

Л.В.Славгородська переконана, що "«запрограмований» автором адресат разом з ним буде текст, його передбачуване сприйняття відображене в словесній тканині твору і є компонентом стильової структури" [17, 102]. Добір відповідних мовних засобів різних рівнів при творенні висловлення – це комунікативний обов'язок мовця стосовно адресата.

Спрямованість мовного акту, за визначенням Г.В. Колшанського [8, 25], передбачає, що адресат повністю оволодіє мовою і матиме необхідні відомості, завдяки яким забезпечується розуміння певної інформації. Це означає, що для того, щоб бути точно й правильно зрозумілим, адресант повинен брати до уваги всі особливості адресата: його знання, мовну компетенцію, пресупозиції. На думку Н.Д. Арутюнової, "задоволення

пресупозиції адресата є однією з важливих умов ефективності мовного акту" [1, 361].

Тут варто уточнити, хто є читачем наукового тексту. Як правило, науковий текст призначений для вузької групи фахівців. Це читач із високим рівнем інтелекту, що вміє міркувати й обґрунтовано робити вибір з безлічі думок і оцінок. На думку В.В.Прозорова, крім цього читача, існує якийсь "ідеальний" читач, уявлення про якого складається у свідомості автора. Він і є осередком письменницьких устремлінь, зусиль впливу [15, 31].

Мета автора наукового тексту – переконати адресата. Переконавання полягає в тому, що ставлення одержувачів інформації до навколишньої дійсності змінюється під впливом певним чином організованої інформації. Адресат може витлумачити інформацію по-різному, але адекватне розуміння буде досягнуте лише за умови його відповідності задуму автора. Це пояснює основний комунікативний намір автора – впливати словом. Автор повинен впливати на адресата ще й тому, що попередніх знань у читача може виявитися недостатньо для сприйняття складного наукового матеріалу, тому необхідна їх актуалізація під час розуміння.

З огляду на свою функціональну спрямованість, науковий текст повинен орієнтуватися на визначену читацьку аудиторію, оскільки вчений розраховує на певну оцінку своєї концепції, полемізує, прагне визнання. Як зауважує Л.В. Славгородська, "науковий текст – не лише носій інформації, але й засіб наукового спілкування" [17, 95]. Треба також ураховувати, що наукове спілкування відбувається переважно між людьми, які мають спільну сферу знань і концептів. Тому автор наукового тексту уявляє свого адресата добре обізнаним у цій галузі науки, таким, що володіє прийнятою в ній системою знаків, щоб розуміти сказане з натяку, а іноді тільки через формули та умовні зображення.

У процесі наукового викладу автор посилається й на те, що для читача не є відомим, але стає очевидним завдяки логічному мисленню й умінню користуватися певною системою доказів. Автор може також пропустити деякі ланки в ланцюгу своїх роздумів, тим самим даючи можливість адресату виявити самостійність, по-своєму осмислити запропоновану інформацію. Такий автор розраховує на активну участь читача і робить його потенційним співавтором. Ідентифікація є найпростішим способом переконання. Але, щоб переконати, автор повинен розмовляти з адресатом однією мовою. Не випадково в науковому тексті використовується займенник *ми*, який об'єднує адресата й адресанта, або мовні кліше, що регулюють діалог автора з уявним адресатом. Повідомляючи адресату свої наміри, автор прагне викликати в нього потрібні асоціації, актуалізувати вже наявні в нього знання, стимулювати процес творчого сприйняття. Цю ж функцію виконують і різні покликання та нагадування, вказівки на зв'язок із попередніми відтинками тексту, спонукальні речення, звернені до читача.

Ними автор ніби запрошує адресата до спільних роздумів, прагне встановити тісніший контакт, що сприяє більшій зрозумілості його роздумів для читача. З метою впливу на адресата автор наукового тексту може покликатися на авторитетну думку або на загальновідомий факт. Переконати можна й вибудовуючи різні ієрархічні відношення описуваних об'єктів, виділяючи одні, на які слід звернути увагу читача, або підкреслюючи важливість інших.

Крім цього, автор може застосувати такий засіб впливу, як діалогізація – прихований у тексті діалог, який виражається у формі безпосереднього звертання автора до читача, наприклад, у формі спонукальних речень. Автор може повідомити про відсутність у нього інформації стосовно певної проблеми, тим самим спонукаючи адресата знайти інформацію або хоча б замислитися над проблемою. Автор може вступити в діалог із читачем, використовуючи прямі й непрямі запитання. З їх допомогою читач краще орієнтується в тексті. Питання може також викликати певний дисонанс у замкненій системі логічних зв'язків, змушуючи думку змінити свій хід і тим самим розкрити внутрішню суперечливість предмета викладу, якої не помітно через логічну обґрунтованість монологічного мовлення.

Для утримання уваги адресата автор може спочатку розкрити сподівання реципієнта, а потім повністю або частково їх задовольнити. Розкриття сподівань апелює до зацікавленості адресата, експлуатує його творчі задатки: перед сприйняттям подальшої інформації, яка задовольнить сподівання адресата, в його мозку неусвідомлено твориться певний план розвитку тексту, з яким авторський текст може й не збігтися. Відбувається своєрідна "гра розуму", до якої залучається адресат у ході мовного акту. Схема взаємовідносин автора з читачем може варіюватися залежно від поставленого автором завдання, концепції, матеріалу дослідження і навіть індивідуальності відправника повідомлення.

Адресат і його сприйняття відіграють у науковому стилі викладу велику роль, оскільки "без правильної оцінки ролі адресата неможливо повністю з'ясувати точку зору автора" [17, 102].

На думку Г.Г.Матвєєвої [12, гл. 3], за обсягом професійних знань, а також за рівнем зацікавленості в темі викладу одержувачі інформації можуть бути поділені на три групи:

- одержувачі, які мають меншу, ніж автор, інформованість у темі повідомлення і менший, ніж автор, інтерес до повідомлення (одержувачі науково-популярних і деяких побутових текстів);
- одержувачі, які володіють меншим, порівняно з автором, обсягом знань, але активно цікавляться темою повідомлення;
- одержувачі, які мають рівні з автором професійні знання й інтерес до теми повідомлення (одержувачі спеціальних наукових текстів).

Адресантів теж можна поділити на три групи залежно від того, на якого адресата вони розраховують:

- автори, які орієнтуються на поінформованого, зацікавленого читача і дають максимально повну інформацію. Такі адресанти (автори спеціальних наукових текстів) використовують оптимальну, але не надлишкову кількість способів утримання уваги реципієнтів;

- автори, які орієнтуються на малоінформованого, але зацікавленого читача. Ці адресанти (автори навчальних текстів) подають дозовану інформацію і використовують оптимальну для реципієнта кількість способів утримання уваги;

- автори, які орієнтуються на неінформованого і не зацікавленого в повідомленні читача. Адресанти (автори науково-популярних і частини побутових текстів) подають найбільш цікаву, важливу, суттєву інформацію з використанням максимальної кількості способів утримання уваги реципієнта [12, гл. 3].

Прогнозоване маніпулювання сприйняттям адресата перебуває в основі стратегій інтерпретації наукового тексту, в якому традиційно виділяють простий, складний і надскладний лабіринти [13, 181]. Форма тексту аналогічно, наприклад, до конфігурації простого лабіринту, сама веде за собою адресата до центру тексту й потім показує правильний вихід з нього. Простий лабіринт передбачає просту схему: вхід в інформаційний "лабіринт" тексту і швидкий вихід з нього.

Складний лабіринт прогнозує варіанти ходів для одержання й подальшого викладу інформації, охоплюючи помилкові варіанти, що можуть спричинювати певні зміни тактичних кроків у ході інтерпретації. Цей процес передбачений програмою інтерпретації, яка припускає при цьому також один "вихід", один результат інтерпретації.

Надскладний лабіринт не передбачає вписаної в нього автором програми інтерпретації, тобто не показує чіткого "виходу" з тексту. У подібному лабіринті розповідні траєкторії перетинаються в будь-якому місці тексту. Основна ідея надскладного лабіринту полягає у виборі адресатом такого ракурсу інтерпретації, який може слугувати відправним пунктом серед багатьох інших, заданих у конкретному тексті.

При складних процесах інтерпретації наукових текстів має місце складна процедура взаємодії різних типів лабіринтів усередині одного тексту. Це пов'язане з тим, що при створенні наукового тексту здійснюється його одночасне коректування у свідомості того, хто пише, і численні операції контролю зумовлені тим, що автор є першим читачем свого тексту й перебуває під впливом уже написаної частини тексту. Автор тексту постійно реалізує цілу систему програм, частково змінюючи текст під впливом уже написаного, одночасно керуючись рамками певного стилю, співвідносячи створюване повідомлення з текстом-еталоном [6].

Незважаючи на те що автор тексту не має змоги спостерігати за впливом "свого" тексту на адресата й, отже, безпосередньо робити висновок про реакцію реципієнта на результат розуміння, він орієнтується на сформований у його свідомості "образ результату". Цей образ визначає використання лінгвальних засобів, що забезпечують і прогнозують, на думку автора, повне розуміння тексту адресатом. Саме цим пояснюється надмірна докладність писемного мовлення [6]. Автор писемного тексту попередньо ретельно обмірковує, планує його й, при необхідності, добирає цитати, записує тези. Потім, у процесі творення, текст редагується, іноді повністю або частково переробляється, в результаті чого він відповідає потенційно правильному, нормативному мовленню [6].

Усе це дозволяє зробити висновок про те, що характер заданої в наукових текстах загальної інформаційно-розповідної стратегії інтерпретації базується на різному сполученні трьох основних розповідних лабіринтів, які визначають вибір засобів і форм викладу розумового змісту з урахуванням фактора адресата, для впливу на якого й призначена текстова наукова інформація. Докладне вивчення арсеналу мовних засобів і прийомів впливу на читацьку аудиторію в науковому тексті становить перспективу подальших лінгвістичних досліджень.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М., 1981. – Т. 40. – № 4. – С.356-367.
2. Губарева Т.Ю. Фактор адресата письменного текста. – М.: Диалог – МГУ, 1996. – 136с.
3. Данилевская Н.Д. Вариативные повторы как средство развертывания научного текста. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1992. – 144с.
4. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – М.: Высшая шк., 1990. – 152 с.
5. Каспранский Р.Р. Речевая деятельность в её апеллятивном аспекте // Виды и функции речевой деятельности. – М.: Изд-во АН СССР, 1977. – С.16-21.
6. Кожина М.Н. Стилистика научного текста (общие параметры). Введение, гл. 1, 2, 3. – Ч. 1. – Пермь, 1996. – 380 с.
7. Кожина М.Н. Очерки истории научного стиля русского литературного языка XVII-XXвв. – В 3т. – Т.1: Развитие научного стиля в аспекте функционирования языковых единиц различных уровней. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1994. – Ч.1. – 304с.
8. Колшанский Г.В. Паралингвистика. – М., 1974. – 81с.
9. Котюрова М.П. Логичность научной речи // Стилистика научного текста (общие параметры). – Пермь, 1998.
10. Котюрова М.П. Об экстралингвистических основаниях смысловой структуры научного текста. – Красноярск, 1988.
11. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. / Под общим руководством Л.Ю.Иванова, А.П.Сковородникова, Е.Н.Ширяева. – М.: Флинта; Наука, 2003. – С.376-377.
12. Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица ("портрета") говорящего: Дис. ... д-ра филол. наук. – СПб., 1993.

13. Михайлюк Т.М. Тактические и стратегические проявления специфики адресованности научного текста // Стереотипность и творчество в тексте: Межвузовский сборник научных трудов. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1999. – С.180-194.
14. Плеханова Т.Ф. Текст как диалог. – Мн.: МГЛУ, 2002. – 253с.
15. Прозоров В.В. Читатель и литературный процесс. – Саратов, 1975.
16. Рубакин Н.А. Тайна успешной пропаганды // Речевое воздействие. Проблемы прикладной лингвистики. – М.: Наука, 1972. – С.130-135.
17. Славгородская Л.В. О функции адресата в научной прозе // Лингвистические особенности научного текста. – М.: Наука, 1981. – 178 с.
18. Шмелев Н.Д. Русский язык в его функциональных разновидностях (к постановке проблемы). – М.: Наука, 1977. – 168 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Вікторія Заніздра – аспірантка кафедри української мови КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: функціональна стилістика, лінгвістика тексту.

ДИСКУРСНА СЕМАНТИКА ОСОБОВОГО ІМЕНІ РОМАНУ ГРИГОРІЯ ТЮТЮННИКА “ВИР”

Людмила КРИЧУН (Кіровоград)

У статті на прикладі одного класу антропонімів – особових імен історичного роману “Вир” - зроблено спробу часткової характеристики ідіостилю Григорія Тютюнника. При цьому виокремлено оніми, найчастотніші і найпоширеніші в іменнику прозового твору, і встановлено їх стилістичне навантаження у художньому тексті.

The depiction of Hrygorii Tyutyunyk's idiostyle on the basis of the proper names from the historical novel “Vyr” is attempted in this paper. The most frequently used and widely spread onyms in fiction in relation to their textual stylistic colouring are explored.

Антропонімікон художнього твору являє собою складну систему онімів, яка разом з іншими мовними засобами бере участь у реалізації авторської концепції світобачення, у побудові художнього образу. Антропонімний простір творів одного літературного жанру створює уявлення про найтипівіші підходи до номінації персонажа, а також дає змогу виділити індивідуально-авторські прийоми у використанні літературного оніма в художньому тексті. Поетоніми – один із важливих і невід’ємних аспектів мови, а отже, і форми будь-якого літературного твору. Як елемент форми, антропонім є показником ідіостилю письменника, засобом тлумачення авторського задуму.

Сучасні студії з художньої ономастики представлені солідною кількістю наукових праць вітчизняних лінгвостилістів, з-поміж яких виокремлюються доробки Ю.Карпенка, В.Калінкіна, Л.Белея, М.Карпенко та багатьох інших. Межи українських праць з літературної ономастики чимало екстенсивних, що поширюють наявні здобутки на вивчення нових текстів, нових письменників. Але існує й солідний ряд досліджень

інтенсивних, які оновлюють схеми опису, розробляють теоретичні засади літературної ономастики. .

Так, представники Одеської ономастичної школи професора Ю.О.Карпенка розглядають оніми з парадигматичної точки зору, тобто досліджують усю складну систему власних назв одного художнього твору або літературні ономастичні знахідки певного жанру. Входячи до складної системи художнього тексту, літературний антропонім сприяє розумінню його змісту. Отже, цілком природним є лінгвостилістичне дослідження тканини твору словесного мистецтва, а в ньому - одного з лексичних класів - антропонімів.

Сучасні лінгвостилістичні та ономастичні розвідки ґрунтуються на теоретичних засадах, розроблених у роботах Г.Й.Винокура, В.В.Виноградова, Л.В.Щерби, Л.А.Булаховського, О.В.Суперанської, Н.В.Подольської, С.І.Зініна, Ю.О.Карпенка, В.Д.Бондалетова та ін.

Спираючись на теоретичні засади лінгвостилістики в цілому, сучасна літературна ономастика вивчає антропонім як один з елементів форми художнього твору у його безпосередній єдності зі змістом. При цьому напрямки вивчення такого класу слів у сучасній художній ономастиці можуть бути різноманітними: 1) визначення статусу антропоніма в тексті художнього твору (В.М.Михайлов), 2) дослідження конотацій власних назв (Є.С.Отін, Н.В.Ботвина), 3) розкриття стилістичних можливостей літературних онімів (Е.Б.Магазаник, М.В.Карпенко, Ю.О.Карпенко, Л.І.Колоколова, Т.В.Немировська, В.М.Галич, О.І.Фонякова, Г.П.Лукаш, Т.Д.Суслова, В.Б.Дорога та ін.).

Досить широко в сучасній літературній ономастиці представлений аналіз художнього ономастикону творів окремих письменників російської літератури (О.Пушкіна, М.Гоголя, М.Салтикова-Щедріна, А.Чехова, В.Катаєва, К.Паустовського, І.Льфа, Є.Петрова – роботи І.В.Мурадян, Т.Ф.Шумариної, С.І.Зініна, Л.І.Колоколової, Л.І.Андрєєвої, Т.Д.Суслової, Р.У.Таїч, М.В.Карпенко, Г.Ф.Митрофанова, І.О.Мариненко та ін.). У полі уваги дослідників перебував і художній ономастикон творів окремих жанрів. Так, на матеріалі російського історичного роману написана дисертація В.І.Рогозиної «Антропонимическая номинация в русском историческом романе» (1991), антропонімії творів романтичного напрямку присвячена робота В.М.Калінкіна «Поэтика собственных имен в произведениях романтического направления» (1988). Конотативні антропоніми в сатиричних творах повоєнного періоду стали предметом наукового дослідження Н.В.Ботвиної (1988).

У сучасному українському мовознавстві майже відсутні дослідження художньої антропонімії, виконані на матеріалі творів національної літератури. Дисертаційні доробки Т.В.Немировської «Собственное имя в творчестве М.М.Коцюбинского» (1988), О.Ф.Немировської «Ономастичний простір у художньому тексті (на матеріалі роману О.Гончара «Твоя зоря»)»

(1989), В.М.Галич «Антропонімія Олеся Гончара: природа, еволюція, стилістика» (1993), Г.П.Лукаш «Ономастикон прозових творів Володимира Винниченка» (1997), виконані протягом останнього 10-річчя ХХ століття, без сумніву, не дають повної картини українського художнього ономастикону, матеріалу для глибинних наукових узагальнень. Виходячи із зазначеного вище, вважаємо за необхідне дещо заповнити прогалини у вітчизняних розвідках із літературної ономастики.

Мета статті: простежити функціонування антропонімної моделі “Особове ім’я” (далі-ОІ) у тексті історичного роману Григорія Тютюнника “Вир”. Для реалізації мети ставляться і розв’язуються такі завдання:

- 1) проаналізувати ситуації вживання моделі на тлі епохи й жанру;
- 2) виокремити й описати найпоширеніші антропономінації роману;
- 3) дослідити вплив варіантів оніма на сприйняття поіменованого образу реципієнтом;

- 4) визначити особливості ідіолекту письменника крізь призму одного із складників лексики його твору – власних імен персонажів.

Власні імена, що функціонують у тексті літературного твору, являють собою “особливу сферу ономастичної дійсності” [5, 78], специфіка якої полягає, насамперед, в її суб’єктивності, оскільки актуалізація будь-яких власних імен у художньому тексті відбувається відповідно до авторського задуму. Але, як справедливо твердять лінгвісти, створюючи ономастичний простір художнього твору, “письменник не може абстрагуватися від реальної ономастики” [3, 34].

Власні імена, включені до художнього тексту, неминуче піддаються впливові таких системних особливостей, як ідіолект митця й епохи, авторський стиль, оповідна форма, жанрова специфіка твору тощо.

Не дивно, що особове ім’я персонажа представлене в аналізованому романі найширше. Це можна пояснити багатьма чинниками, з-поміж яких й історичний: в системі сучасних антропомоделей передували одноклексні іменування слов’ян, котрі діяли ще в дописемний період, а із “уведенням християнства давньоруські імена побутували паралельно з новими, що, за свідченнями писемних пам’яток староукраїнської мови, тривало аж до кінця ХVІІ століття” [2, 144]. Такої ж думки й дослідниця С.Медвідь-Пахомова, яка стверджує що, інтенсивність християнізації колишнього язичницького іменника східних слов’ян призвела до його розшарування протягом кількох століть на офіційний та неофіційний [4, 29].

Однією з індивідуально-авторських особливостей антропонімікону роману Г.Тютюнника “Вир” є переважання імен з демінутивними суфіксами: Петрусь, Сергійко, Серьожка, Артемонько, Василько, Михайлик, Дениско, Кузько, Лукерка, Тетянка, Марійка, Оленька, Анютка, Ганнуся. Хоча суфікс -к- може бути і нейтральним, ці імена, виходячи з їх підтексту, можна вважати характеризувальними меліоративами, а їх конотативний зміст, безперечно, містить авторське ставлення до носія.

Виразними у творі є й жіночі імена, з яких нині вживається лише третина: Явдоха, Федора, Харитя, Одарка, Мотря. Ці імена звучать так (можливо, дещо згрубіло), як вони вживаються в розмовному мовленні. Цим самим автор відтворює національний колорит і вказує на походження носіїв.

Оскільки митець пов'язує ці антропоніми з епохою та місцем описуваних подій – період Великої Вітчизняної війни на селі, то функціонування рідковживаних ОІ у тканині твору є цілком закономірним явищем. І в цьому, можна сказати, яскраво виявляються риси таланту та ідіостиллю письменника .

Можна твердити, що у трактуванні жіночих характерів і жіночого щастя Г.Тютюнник продовжує класичну традицію українського письменства, бо саме через долю жінки, матері прозаїк осмислює долю народу. Вона – берегиня роду, народу, а відтак і нації. Жіночі образи в романі – це дуже сильні і водночас прекрасні особистості: Ольга була червона, як калиночка , сорочечка на рукавах червоними квіточками вишита, очіпок зелененький, і сама повна та здорова, як з тугої води вийшла...”[7, 349]. Всього у романі функціонує 24 жіночих ОІ.

Біль і страждання супроводжують життя колись красивої і пристрасної Уляни – матері Тимка Вихора. Цей онім, як і більша частина жіночих ОІ у романі, вживається не просто для творення тексту, а виконує найчастіше характеризувальну, рідше – номінативну функції. Уже з перших сторінок роману ми знайомимося з Уляною (ім'я походить від Юліан – римське особове ім'я) [6, 96]. Це ім'я асоціюється із мужнім і хоробрим полководцем, імператором Римської імперії Юліаном Цезарем. Уляна горда й тверда, мудра і виважена жінка, яка все життя важко працює, турбуючись спочатку про дітей, а потім і про внуків. У творі це чи не найголовніший жіночий образ, адже вона рятівниця роду, справжня хранителька нації.

Найчастотнішим серед усіх чоловічих імен, що вживаються в романі, є наймення головного героя – Тимко, яке у творі складає 781 вживання. Представлені також варіанти цього імені – Тимонько, Тимусь. У контексті авторського антропонімікону з погляду художнього навантаження виділяється демінутив Тимонько, хоч і має незначну кількість ім'явжитків (7) та Тимусь (3). Обидва варіанти мають зменшувально – пестливі суфікси, в які традиційно закладена здатність викликати у реципієнтів позитивні асоціації.

Демінутив Тимонько є засобом вираження ставлення інших дійових осіб до носія цього оніма. Названий варіант імені використовується здебільшого у мовленні дружини Тимка Ориси: “– Тимусю, журавлику мій, ходім до нас на сіновал. У нас нема нікого вдома, зарію тебе, приголублю, подушечку принесу вишивану. Спи хоч до вечора”. [7, 208]. “– Тимоньку, скажи, чого воно так, що людей багато на світі, а серце любить тільки одного?” – тихо запитала Орися, лежачи на грудях в обіймах коханого. [7, 208]. “Орися несміло потяглася до Тимка, вся просвітлівши обличчям,

несміло потяглася до нього, як прибита грозою билиночка до сонця: - Поцілуй мене, Тимоньку. Я тоді про все горе забуду”.[7, 236].

Іншою особливістю іменника роману “Вир” є широкий ужиток антропомоделі “Демінутивна суфіксація усіченої форми імені”: Гаврюша, Інокеша, Інокешка, Оксаша, Оксюша, Прокоша, Серьожа, Тиміш, Тимонько, Тимочко, Тимусь. Ця антропонімна модель належить шести персонажам і вживається у романі 32 рази (найчастіше за ситуації звертання, в авторському мовленні та іноді в дистантній позиції).

Виконуючи емотивну функцію, суфіксальні демінутиви з усіченою формою імені вказують на характер стосунків між персонажами, на їх близькість, свояцтво та на почуття комуніканта в тій чи тій ситуації. У спілкуванні між персонажами при використанні такої ономаодиниці соціальний стан до уваги не береться: “Дай мені, Оксюшо, когось іншого, – зашепотів Йонька”. [7, 480]; “Ну, це ти, Серьожо, перегнув. З вашого села я нікуди не піду”. [7, 163]. Такі форми у творі не є засобом розрізнення персонажів за віком. Так, серед старших маємо такий ужиток: “Йонька висякався, розгублено хлипнув губами: - Не буду я повторювати, Інокеша. За таку молитву німці шворку надінуть”. [7, 556]. У мові однолітків усічена форма використовується частіше: “Все, Оксашо! – прошепотів він і важкими руками обняв Оксану. – Відвоювався”. [7, 531]; “Тимочку, а ти не заявиш на мене?” [7, 379].

У родинних стосунках звертання тяжіє саме до суфіксальних демінутивів з усіченою формою імені, які містять у собі яскраво виражену пестливість, що іноді залежить від контексту та інтонації: “Мати хапала старшого сина за руку, примовляючи: “Гаврошо! Що–бо ти робиш ? Гаврошо !” [7, 111]; “Заспокойся, Прокошо, не гарячись, – сокорить біля нього Одарка” [7, 144].

Усталені демінутивні форми імен з часом можуть стиратися, емоційно нівелюватися, тобто закладена в них емоційність зазнає уневиразнення . Це відбувається тоді, коли та чи та форма найменування стає для певної людини найуживанішою. Так, нейтральною у тексті є форма імені Тиміш, якою іменують персонажа у стандартній ситуації (загальноприйняте іменування в однорідному соціальному середовищі): “– Від Федота нічого не чути? – Прописав в останньому листі, що прямо в бій. – А від Тимоша ? – Той до письом лінивий. Переказував через людей, що направили в тил обучать” [7, 335]. Як бачимо, вжита у дистантній позиції форма Тиміш, на наш погляд, є нейтральною.

Серед демінутивів з усіченою твірною основою, які мають суфікси пестливості, автором використовується лише один. Утворена за допомогою суфікса –ш(а) форма Інокеша, несе у собі позитивну конотацію. Втім, стійке закріплення певної форми за певною особою призводить до досить швидкого стирання стилістичної маркованості, до нейтралізації будь–якого демінутивного утворення: “Інокеша гоготить, як з дубової бочки дихає

грозою“ [7, 546]; “Одні били себе кулаками в груди та присягалися, що на власні очі бачили, як Інокеша стояв посеред хати на колінах і молився на свою жінку, як на ікону” [7, 93]. Як бачимо, форма Інокеша у романі виявляється ситуативно нейтральною, хоч, узята поза контекстом, вона сприймається або як виразно пестлива, або як відверто фамільярна.

Структура власного імені у художньому творі може допомогти письменнику виразити не лише різні відтінки стосунків між персонажами, але й власне ставлення до зображуваного. Досягається це ще й варіюванням антропонімів. А відомий дослідник Л.Белей зазначає, що “варіативність, як необхідна умова існування антропоніма, а точніше, моделювання варіантності на літературно-художньому антропонімному матеріалі забезпечує літературно-художній антропонімії твору природність та правдивість, ..номінативний дух” [1, 13].

Використовувані митцем форми ОІ, що набувають меліоративного звучання, творяться переважно за допомогою зменшено–пестливих суфіксів, які служать засобом мовної експресії.

Більша частина імен, які зустрічаються у романі “Вир”, є чітко індивідуалізованими, що, у свою чергу, посилює неповторність персонажа. Хоча й помітна тенденція до використання одного і того ж імені для називання абсолютно різних персонажів, однак, повторювані імена у тексті представлені абсолютно різними формами, що є також одним із показників ідіостилію письменника. Серед ОІ можна виділити такі, що вживаються з детермінативом, який вказує на певну особливість носія (старий Вихтір, дід Панас, баба Прокопиха, молодичка Ганна) тощо. В основному ці моделі є стилістично нейтральними і виконують власне номінативну функцію.

В окрему групу можна також виділити ОІ з демінутивними суфіксами та імена-гіпокористики, тобто ті, що мають скорочену форму основи або одну повну основу замість двоосновної форми, типу Варка (тітка Варвара), Даша, Таня, Тетянка, Галя, Ганнуся тощо. Вживання цих демінутивних форм імені виражає ставлення автора до поіменованого персонажа.

Таким чином, одночленна антропонімна модель ОІ у Г. Тютюнника виконує номінативну, характеризувальну, ідіостилістичну, текстотворчу та емотивну функції.

Переважна більшість демінутивних форм імені стилістично марковані і разом із найближчим контекстом слугують засобом :

- 1) створення національного колориту твору;
- 2) характеристики носія за віком;
- 3) вираження ставлення автора (позитивне чи негативне) до поіменованого персонажа.

Отже, поетоніми роману Григорія Тютюнника “Вир” – невід’ємний елемент художнього дискурсу, один із важливих засобів прочитання твору словесного мистецтва.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Белей Л. Функціонально-стилістичні можливості української літературно-художньої антропонімії ХІХ–ХХ ст. – Ужгород, 1995. – 119 с.
2. Демчук М.О.. Слов'янські автохронні власні імена в побуті українців ХІV – ХVІІ ст. К.: Наук. думка, 1988. – 172 с.
3. Карпенко Ю.А. Специфика имени собственного в художественной литературе // *Onomastika* XXXI. – 1986. – Т. 31. – С. 5 – 22
4. Медвідь-Пахомова С.М. Еволюція антропонімних формул у слов'янських мовах. – Ужгород, 1999. – 246 с.
5. Михайлов В.Н. Специфика собственных имен в художественном тексте// *Филологические науки*. – 1987. – С.78 – 82
6. Скрипник Л.Г., Дзятківська Н.П. Власні імена людей: Словник – довідник. – 2-е видання. – К.: Наук. думка, 1986. – 335 с.
7. Тютюнник Г.М. *Вир: Роман*. – К.: Дніпро, 1979. – 591 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Людмила Кричун – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: ономастика, літературна ономастика, лінгвостилістика.

СЕМАНТИЧНИЙ ЗВ'ЯЗОК ЗАГОЛОВКА ЗІ ЗМІСТОМ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ (на матеріалі англійських оповідань)

Марина ЛУЧИЦЬКА (Кіровоград)

У статті досліджуються особливості та самобутній характер семантичного зв'язку заголовок зі змістом англійських оповідань ХІХ – ХХ століття.

The peculiarities and the specific character of the semantic link of the title and the content of the English short stories of the XIX – XX centuries are investigated in the given article.

Двадцяте століття у царині філологічних наук відзначилось підвищенням інтересу до вивчення та детального дослідження таких понять, як заголовки та дискурс, їх взаємозв'язків та взаємовпливів. Дискурс як поняття отримав ретельне тлумачення та підпав чітким класифікаціям згідно зі змістом твору. Дослідженням даного поняття займалися такі провідні світові лінгвісти та культурологи сучасності, як М. Фуко, К. Крамш, Д. Нюнен [7, 108-109] та інші. Однак заголовок досі залишається малодослідженою одиницею тексту, особливо – заголовок оповідань.

Актуальність нашого дослідження зумовлена відсутністю ґрунтовних досліджень особливостей заголовків художньої прози, а також – їх зв'язків із текстом.

Об'єктом дослідження є заголовок оповідань як невід'ємний компонент тексту художнього дискурсу.

Предметом дослідження виступає виявлення характеру та особливостей семантичного зв'язку та взаємозв'язку заголовка і художнього тексту.

Метою даного дослідження є комплексний підхід до аналізу семантичного аспекту заголовка тексту оповідання. Для досягнення даної мети необхідно визначити особливості зв'язку і взаємозв'язку заголовка і тексту на значенневому рівні.

Практична цінність дослідження вбачається у можливості використання основних положень під час аналізу оповідання як особливого жанру художньої літератури на семінарах із філологічного читання, стилістики та практичного курсу англійської мови, а також у роботі творчих філологічних гуртків та секцій. Дане дослідження може бути цінним для починаючих письменників у плані використання ними принципу підбору заголовків для найменування їхніх творів.

Основними методами дослідження є метод індуктивно-дедуктивного аналізу та метод інтерпретації тексту.

Заголовок як особлива одиниця перебуває у певному зв'язку із текстом, який він називає. Він має двоплановий характер – план номінації і план комунікації, багатшарову семантичну структуру, що зумовлює особливості його функціонування, які витікають з характеру номінації тексту художнього дискурсу і репрезентації багатшарової інформації [2, 63].

Заголовок за своєю природою є вивідним від цільової спрямованості [3, 10]. Він має узагальнюючу соціально-загострену силу і може набувати характер універсального узагальнення. У процесі розшифрування заголовка, як правило, спостерігається включення множинних значущостей різних елементів художнього тексту, що дозволяє значенню, пройшовши крізь етап конкретизації, набути узагальнюючого характеру, стати знаком типового [4, 50-51]. Заголовок, втілений у тексті, є максимально завершеним втіленням ідеї, яку автор намагається передати на широкому тлі психосоціолінгвістичного узагальнення. Аспекти такого узагальнення неминуче носять багатшаровий характер і можуть бути представленими крізь різноманітні конфліктні ситуації, аж до взаємовиключаючих. Таке взаємо виключення є лише формою більш загостреного вираження ідеї, і в цьому плані можна стверджувати, що заголовок у будь-якому випадку, навіть якщо він сформульований як антитеза, має фіксувати спрямованість ідеї [3, 10].

Розуміння смислу заголовка можливе завдяки впливу всієї художньої системи твору, що, як правило, призводить до повної зміни вихідного, фактуального значення заголовка і заміни його концептуальним (асоціативним) або під текстовим, релевантним лише для даної художньої системи значення, тобто для конкретного художнього твору.

Фактуальне значення заголовка виступає як базисне в його послідовній еволюції. Конотативне значення – метафоричне та символічне – можуть виявлятися у семантичній структурі заголовка у процесі сприйняття і переосмислення внутрішньотекстових реалій під впливом художньої системи всього літературного твору [3, 9].

Виходячи з вищезазначеного, можна виділити два види семантичного зв'язку назви із текстом оповідання:

- 1) логіко-предметний;
- 2) логіко-асоціативний.

Заголовок, перебуваючи у вищезазначених семантичних зв'язках із текстом оповідання, виступає як смисловий репрезентант реалій тексту, оскільки його семантика зумовлена змістом ідейно-тематичної основи твору і глибинної семантики тексту.

Розглянемо, перш за все, **логіко-предметний вид зв'язку**. В основі цього виду лежать лексичні повтори та різного роду семантичні субститути. Він є досить типовим для однокомпонентних та двокомпонентних заголовків. Перша із двох вищезазначених структурних груп заголовків – однокомпонентні – становить собою назви оповідань, компоненти яких є одного граматичного статусу, як правило це або іменники або дієслова; друга група – двокомпонентні – виділяється за умови вживання автором у назві прийменників і сполучників [3, 8-9].

Логіко-предметний зв'язок спостерігається, передусім, в однокомпонентних заголовках без модифікуючих елементів, виражених власною назвою: “Eleanora”, “Morella” Е. По, “Lord Montdrago” У.С. Поема. У тексті таких оповідань зустрічаємо лексичні повтори, що є ідентичними їхній назві.

Серед однокомпонентних заголовків з модифікуючими елементами (власна чи загальна назва + лімітатор ад'єктивного чи адвербіального характеру) також знаходимо наявність лексичних повторів заголовка у тексті. Як, наприклад, в оповіданні О. Генрі “The Last Leaf”, де останній листок виступає центральним елементом сюжету твору і трансформується у символ.

Семантичні субститути заголовка яскраво демонструє оповідання “The Very Fine Clock” М. Спарк, де спостерігаються наступні лексичні одиниці на позначення головного героя (Дуже Гарного Годинника): “a very special one”, “the cleverest one”, “a perfect timekeeper”, які виступають його якісними характеристиками, або ж персоніфікований субститут – його ім'я “Ticky”.

Двокомпонентні заголовки також досить часто перебувають в логіко-предметному зв'язку з оповіданнями, які вони називають, їх лексичні повтори спостерігаються також у випадках, коли основу заголовка становить власна назва: “Hubert and Minnie” Е. Хакслі або вирішальна для сюжету твору характеристика героя: “The Last of the Belles” Ф.С. Фіцджеральда.

Оповідання “The Little Affair in Paris” Л. Дюрела містить семантичні субститути назви, що вказують на тему твору, такі як “troubles”, “a case like this”, “tranced state”, перший і останній з яких дають зрозуміти, що становить собою ця «маленька» справа для героя, який виявився вплутаним

у неї завдячуючи своєму шефові, що мав у Парижі напівбожевільного небожа-студента.

Семантичні субститути, що зустрічаються у текстах оповідань, становлять собою, як правило, сполучення іменника з прикметником, порівняльним зворотом або просто іменник, які слугують головним чином для розширення характеристик героїв або для конкретизації теми, яка позначається заголовком.

Другий вид зв'язку заголовка з текстом – **логіко-асоціативний** – найбільш притаманний багатокомпонентним заголовкам, хоча інколи і спостерігається у двокомпонентних назвах. Багатокомпонентні заголовки належать до третьої структурної групи назв оповідань, які в англійській літературі трапляються доволі рідко, і становлять собою речення різних існуючих на даний момент типів або віддієслівні звороти [3, 8-9].

Багатокомпонентний заголовок “The Hand That Riles the World” О. Генрі демонструє можливість метафоричної та алюзійної заміни цілого частиною і в тексті має такі субститути, як “great man”, “a states Marshal”, “a king” та інші, які метонімічно можна назвати рукою, що керує світом.

Назва оповідання Ф. О' Коннор “The Lame Shall Enter First” через свою алюзійну природу (тут помітна алюзія на біблійну фразу: “The lame shall enter first! The halt'll be gathered together!”). або з її допомогою увиразнює натяк на ідею і демонструє світоглядну позицію автора. Таке безпосереднє формулювання світоглядної позиції письменника зустрічаємо і в оповіданні “Everything That Rises Must Converge” того ж автора.

Оповідання Р. Ренделл “The Fallen Curtain” та “Divided We Stand” виявляють високий ступінь асоціативності у плані зв'язку заголовка з текстом. Заголовок “Divided We Stand”, що за смисловим навантаженням має алюзію на вислів “United we stand, divided we fall”, який семантично становить собою антитезу до змісту, що передається компонентами назви, несе у собі декілька асоціацій, які є конструктивними частинами змісту тексту самого оповідання.

По-перше, у цій фразі проглядається трагедія, яка за умови застосування сучасної термінології стосовно даного конкретного випадку, має назву “generation gap”. Головна героїня оповідання не хоче переобтяжувати себе присутністю у своєму будинку своєї хворої старої матері, її задовольняє те, що її рідна сестра – Полін, яка не мала власного життя через постійне прагнення допомагати іншим, доглядає стару жінку.

По-друге, асоціації, що пов'язують текст оповідання із заголовком (звичайно, враховуючи зміст твору, що аналізується) підводять читача до думки, що саме ця «розділеність» допомагає головній героїні залишитись у непоганих стосунках зі своєю матір'ю, у той час, як у бідної Полін співіснування, так звана «об'єднаність», зі старою викликає щось схоже на нервовий зрив, який, викликаний постійним знущенням з боку хворої матері, призведе до страшної трагедії – вбивства.

По-третє, «розділеність», у процесі читання твору, пов'язується читачем із дитинством Полін, допомагає йому зрозуміти природу вбивства, яке скоїла Полін наприкінці твору. Самотня, нікому не потрібна з дитинства, Полін неначе відсторонилась від зовнішнього світу, створивши для себе вигаданого друга, який жив у її свідомості, допомагаючи не збожеволіти від «віддаленості» її душі та розуму від реального світу: “As a child her sister has been a very withdrawn person, spending long hours shut up in her bedroom. She had had an imaginary friend in those days... and he had always been put forward as the mouthpiece of Pauline’s own feelings”.

По-четверте, «розділеність», чи, вірніше, «відділеність» Полін від світу, як розуміє потім читач, змушує її протистояти грубим втручанням ворожого світу, які, у даному випадку, представлені у вигляді знущань старої матері, фактично рятує її, але призводячи до роздвоєння її душі. Полін перестає бути самою собою. Тепер вона – нещасна дівчина і, водночас, сильний, самовпевнений чоловік.

Постійний тиск з боку матері призводить до повного роздвоєння, розколу свідомості Полін, яка підсвідомо увесь час шукала захисту і допомоги, але не знаходила їх ніде, навіть у своєї рідної сестри. Зараз вона сама собі допомога, захист, розуміння, вона – елегантний лікар Джордж, що збирається одружитися із нею і вирвати її із полону розпачу та горя. Бідна Полін божеволіє, повністю підкорюючись волі людини, що створилась її свідомістю. Вона навіть сама із собою розмовляє голосом Джорджа, шукаючи хоч трохи розради та допомоги у тих розмовах. Вона ж, керована нереальним Джорджем, дає матері отруту, заспокоюючись думкою Джорджа, що це він зробив на краще для неї, а точніше – для «них»: “I gave her two hundred milligrams crushed in her milk. She didn’t suffer. It was the only thing. I did it for you, Pauline, for us...”

Отже, «розділеність» людей, що виступають головними героями оповідання, асоціюється з трагедіями, які так чи інакше видозмінюють їх душі, і асоціативно пов'язуються із «розділеністю» фізичного існування (старша дочка не приймає матір у свою родину) і «розділеністю» чи, вірніше, «роздвоєністю» душі Полін, що майже все своє свідоме життя допомагала їй «вистояти» у цьому світі.

Назва оповідання “The Fallen Curtain” асоціюється із людською пам'яттю, підсвідомістю людини, яку, як опущену завісу, за певних обставин можна підняти, щоб згадати те, що турбує душу з дитинства, але зробити це можна лише за допомогою інших, що часто призводить до втручання, до того ж – грубого, у звичний плин їхнього життя. Людина владна лише подивитись у минуле, зазирнути у нього, але те, що відбувається із нею зараз як наслідок того забутого минулого змінити їй не сила.

Заголовки, пов'язані з оповіданнями логіко-асоціативним зв'язком, ніби навіюють авторську позицію письменника, яка розкривається читачеві у

процесі читання шляхом метафоричних, алюзійних, асоціативних співвіднесень назви зі змістом твору. Лише шляхом таких співвіднесень читачеві повною мірою вдається відкрити провідну думку твору, а отже – авторську ідею оповідання.

Отже, заголовок може перебувати з текстом у двох видах семантичних зв'язків: логіко-предметному та логіко-асоціативному. Перший тип зв'язку характеризує, головним чином, однокомпонентні заголовки. Назви, пов'язані з оповіданнями зв'язком першого виду, слугують, як правило, для кодування теми твору. Другий тип зв'язку притаманний багатокомпонентним заголовкам. Виявлення логіко-асоціативних зв'язків свідчить, більшою мірою, про наявність у назві закодованої ідеї або висловлення світоглядної позиції автора. Таким чином, осягнення теми та ідеї твору повною мірою, а отже – і повне розуміння змісту оповідання, не можливе без урахування ролі заголовка у процесі аналізу літературного твору як невід'ємного його компонента, що є семантично пов'язаним із внутрішньо текстовими реаліями.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Актуальні проблеми функціонування мовних одиниць різних рівнів у тексті: Зб. наук. пр. – Суми: Слобожанщина, 1997. – С. 106-110.
2. Грицюк Л. Ф. Номінативна багатоплановість змістових елементів заголовка // Мовознавство. – 1989. - №5. – С. 55-58.
3. Кошечая И. Г. Название как кодированная идея текста // Иностранные языки в школе. – 1983. - №2. – С. 8-10.
4. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. – М.: Просвещение, 1988. – 189 с.
5. Літературознавчий словник-довідник/ за ред. Р. Т. Гром'як, Ю. І. Коваліва. – К.: Академія, 1997. – 750 с.
6. Мороховская Э. Я. Лингвистический статус и функционально-семантические особенности экстенциональных операторов текста// Текст как важнейшая единица коммуникации (в диахронии и синхронии). – К., 1984. – 46 с.
7. Тези 9-ої всеукраїнської наукової конференції. Проблеми сучасної світової літератури та лінгвістики/ за ред. В. К. Шпака. – Черкаси: ЧДТУ, 2002. С. 108-109.
8. Galperin I. R. Stylistics. (Second Edition, Revised) – М.: Higher School, 1977. – 331 p.
9. Language, Thought, and Reality. Selected Writings of Benjamin Lee Whorf/ edited and with introduction by John B. Carroll. – Cambridge, Massachusetts: The M. I. T. Press, 1966. – 126 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Марина Лучицька – викладач кафедри англійської філології КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: стилістика англійської мови, історія української літератури та нарративний дискурс у творчості шістдесятників.

СЕМАНТИКА АНИМАЛИЗМОВ В РАССКАЗАХ Л. УЛИЦКОЙ

Елена ЛЯПИЧЕВА (Днепропетровск)

В статті розглядається питання використання анімалізмів в оповіданнях сучасної російської письменниці Л. Улицької. Лексичні значення анімалізмів класифікуються за ознаками окремоті – комбінованості, узуальності – okazionalності, відношення лексичних значень зоосемізмів до дійсності (номінативні, символічні, метафоричні, метонімічні та ін.).

The problem of using of animals' names in the stories of contemporary Russian author L. Ulitskaya is investigated in this article. The meanings of animals are classified according to the features of their separate or combined use, of usual or occasional use and according to their meanings reference to reality (nominative, symbolic, metaphorical, methonimic etc.).

Изучение наименований животных (анимализмов, зоосемизмов) в современной лингвистике происходит в самых разных направлениях. Это и парадигматическое исследование всех номенов животных, выделение в них отдельных групп названий: общих, половых, детёнышей, пород, наименований по сельскохозяйственным функциям, собирательных, субъективно-оценочных, стилистически окрашенных, областных [8].

Эпидигматический подход к исследованию анимализмов позволяет выработать принципы построения словарных статей для наименований животных и особый порядок расположения значений в них: сначала располагается основное номинативное значение анимализма, не зависящее от пола животного (например, *свинья* – домашняя свинья независимо от пола). Его вариантами могут являться специальные значения (самка, взрослое животное) и расширительное значение (биологический род). Далее располагается ряд устойчивых сравнений с такими зоосемизмами. Далее идут переносные значения анимализма, толкуемые через слово *человек* или его эквиваленты. Их следует располагать по частотности. Здесь необходимо указать устойчивые выражения с данными номенами, а вслед за ними – пословицы и поговорки. Наконец, нужно указать вторичные номинативные значения [7].

Авторы работ, посвящённых анимализмам, изучают наименования отдельных групп животных: паразитов [10], рыб [5].

Важный аспект рассмотрения зоосемизмов – их сопоставительное исследование в разных языках: в русском, английском, немецком [9]; а также турецком, украинском, сербохорватском, адыгейском, китайском и испанском языках.

Широка тематика работ, посвящённых анимализмам как косвенному объекту описания: изучаются фразеологизмы с зоосемическим компонентом [2; 3; 9], зооморфная метафора [4; 18], отзоонимические прилагательные [23], способы языкового выражения пола животных [24].

Чрезвычайно разнообразны исследования контекстуального употребления зоосемизмов. Они изучаются не только в художественном дискурсе (поэзия В. Высоцкого [12], Ю. Мориц [13], рассказы А.П. Чехова, М. Зощенко [18]), но и в русских сказках [15], в исторических текстах XII – XVII веков [1], в словаре В.И. Даля [16], в политическом дискурсе [4], в телетексте [17].

Новым аспектом изучения наименований животных является исследование концептов анимализмов (журавль, медведь) [17; 19].

Актуальность нашего исследования заключается как в новизне материала (изучение употребления анимализмов в прозе Л. Улицкой), так и в новизне аспектов рассмотрения названий животных (изучаются комбинированные лексические значения зоосемизмов, предлагается синкретичная реалемно-тропеическая классификация последних по степени возрастания образности наименования).

Изучение контекстуальных значений слов само по себе актуально, так как художественный контекст с его живой и многоплановой семантикой является средой обогащения слов новыми актуальными смыслами. Важно также исследовать деривационные отношения между лексическими значениями слова, его эпидигматику. Именно в художественном тексте мы можем наблюдать жизнь ассоциаций, фильтрующихся позже языком и дающих основание для переносного употребления слов [25, 191-192]. В современных условиях возрастает также значимость изучения контекстуальной семантики анимализмов как проявления специфики художественного мышления духовно значимых личностей [14].

Целью нашего исследования является изучение семантики зоосемизмов в рассказах Л.Улицкой. Цель нашей работы реализуется в решении ряда задач:

1. Изучение лексических значений анимализмов по признаку одиночного или комбинированного употребления в текстах Л.Улицкой.
2. Классификация лексических значений анимализмов по их отношению к действительности (номинативные, метафорические, метонимический, символические).
3. Описание зоосемизмов по признаку узуальности – окказиональности их значений.

Рассмотрим семантику названий животных. В рассказах Л. Улицкой преобладают одиночные значения анимализмов (102 примера из 113). Среди одиночных лексических значений (ЛЗ) названий животных можно выделить несколько семантических классов, которые мы расположим по степени возрастания смысловой производности значения (от номинативных к метафорическим):

1. Номинативные значения анимализмов. Такие значения существуют для называния явлений действительности и характерны для анимализмов, называющих: а) реальных животных: *воробьи, голуби, животное, жук, зверь*

(2 слова), звери, зверюга, коты, котёнок, котик, котяра, кошка (3 слова), кролики, лошадка, лошадь (3 слова), мышка, обезьянка, птица (2 слова), птицы, рыбка, собака, тигр, хищники, цикады, цыплята, шмель (34 слова); б) вымышленных животных: нарисованных (газель, змея, кошки, лебедь, петухи, птицы), вытканых (дракон, олени), воплощённых в скульптуре (львы), мультипликации (Микки-Маус), изображённых средствами пантомимы (блоха, лебедь, собачка) (14 слов); в) игрушечных животных: животные, зайчик, заяц (2 слова), звери, медведь, мишенька, мишка, птицы, собачка (12 слов); г) вымершее животное (стеллерова корова). Всего 61 слово.

2. Специальное, расширительное значение встретилось лишь в одном примере: *кошки* [21, 60] – название отряда кошачьих.

3. Метонимические значения анимализмов используются Л. Улицкой для называния изделий из меха или шкуры животного или мяса птицы:

Арьергард состоял из Клавдии Ивановны Драчёвой, одной родительницы из родительского комитета с двумя разлётшимися на плечах развратными чёрно-бурыми *лисицами* и старичка-общественника [20, 4-5].

Позади всех шла родительница, снявшая из-под пышных *лисиц* незначительное пальто [20, 7].

... и Колыванова видела сверху её рыжих *лисиц* и маленькую вязанную шапочку с витым шнуром [20, 232].

полкурицы, курица [21, 53-54].

Красная женская школа стояла напротив серой, мужской ..., чтобы дух соревнования ... мог бы сосредоточенно явиться над двумя этими крышами и *воссиять голубем* над достойнейшей, а именно женской ... [20, 198].

В последнем примере окказиональный фразеологизм *воссиять голубем*, имеющий значение «прославить, отметить как победителя», основан на метонимической семантике: выпускание голубей на торжественных массовых мероприятиях обычно происходило с целью прославить что-либо. Таким образом, модель метонимии здесь: действие (выпускание и сияние голубей) – его цель (прославление).

4. Номинативные сравнительные значения анимализмов. Они используются в сравнениях.

Например: Яся ... выглядывала из-под её руки, как *птенец* из-под крыла *пингвина* [22, 121].

Он готов был *мычать телёночком, блеять овечкой и кукарекать петушком* одновременно, пока не успокаивалось дитя [20, 62]. Здесь анимализмы используются в окказиональных фразеологизмах с семантикой «пытаться изо всех сил развлечь кого-либо».

... Лидка была просторная, с мясом, как говорила их бабушка, а Танька сухая, как *саранча* [20, 227].

Лиля рванулась, как большая толстая *птица* [20, 129].

... блестящие свитера и кофты она просто выделяла из самого своего существа, как *моллюск* выделяет перламутр [20, 212].

Плишкина, розовая и влажная, как искупавшийся *поросёнок*, вылезла на поверхность [20, 183].

Бледненькая Маргарита, похожая на *газель* ещё больше, чем во времена юности, с полуседой головой, посмотрела на него рассеянным взглядом и закрыла глаза [20, 56].

... оказалось, что она маленькая, тощенькая и напоминает *утёнка* [20, 24].

Резкая, размашистая Таня двигалась шумно, с невоспитанной свободой *жеребёнка* [22, 74].

Откуда взялись у ... Роберта Викторовича и ... Сонечки силы, чтобы ...выстраивать новую жизнь..., вмещающую ... всё их разъединённое прошлое: ломаную, как движение ослеплённой *ночной бабочки*, жизнь Роберта Викторовича ... и Сонечкину жизнь... [22, 24].

... он смотрел на её чистый лоб и внутренне улыбался её чудному сходству с молодым *верблюдом*, терпеливым и нежным *животным* ... [22, 12-13].

...состояние обезумевшей *мухи* ... [21, 13].

Лёгкий и сухой, как *саранча*, Роберт Викторович мало менялся ...[22, 57].

Владимир А., в ту пору маленький, толстоватый, похожий на *тапира* мальчик, был влюблён в Таню [22, 63].

Она всё ещё была юной и тонкой, похожей на диснеевского *олёнёнка* [20, 41].

Она сновала в густом воздухе, перегруженном запахами старых бочек ... и ... тенями, которые окружают обветшалые и ненужные вещи, и вдруг, как *хамелеон*, исчезала в них [20, 49].

Девочка ловила сосок, как маленькая *рыбка* большую наживу [22, 42].

Всего 17 слов.

5. Метафорические значения анимализмов (9 примеров) можно разделить на: а) самостоятельные метафоры и б) косвенно метафорические значения в узуальных и окказиональных фразеологизмах. Последние иногда могут быть интерпретированы так же, как развёрнутые метафоры:

а) Валентина Ивановна была толстая *корова* [20, 220].

... Сонечка ... никогда не забыла и того, что было оставлено рагимовским детям и внукам, дружной стайке одинаковых тощих *воробышков* ... [22, 44].

Потом была представлена шарада, где фигурировал призрак, который не столько бродил, сколько ползал по Европе, шестиногой *корове* ... [22, 112].

– Ну, обещал он денег-то дать, *Паук-то*, – сообщила она [20, 224].

б) И Алёна, облечённая полнотою власти, тут же *взяла быка за рога* ... [20, 15].

... и они были безмолвно удивлены, когда по выходе на пенсию старой немки Елизаветы Христофоровны, замученной *грудной жабой* и дерзкими старшеклассниками, Анна Фоминична представила им ... новую преподавательницу немецкого языка ... [20, 200].

Роберт Викторович ... отмечал убедительную художественность, высокую осмысленность и красоту Сонечкиного домашнего творчества. «*Мудр, мудр мир муравья* ...» – думал он мимоходом ... [22, 77].

Она ... *подержала на крючке своего взгляда каждую из этих маленьких рыбок* ... [20, 205].

В рассказах Л. Улицкой встречаются анимализмы и с комбинированными значениями. Их немного (11 примеров). Комбинированность семантики анимализмов может быть вызвана двуплановостью значения слова, в свою очередь обусловленной сочетаемостью слова. Так, в предложении «... под каждой тарелкой лежала бумажная салфетка с *Микки-Маусом*, ещё неизвестным в здешних широтах *зверем* ...» [20, 151] анимализм *зверь* может быть понят и как наименование реального животного (это значение вызвано сочетанием анимализма с выражением «здесь широты»), и как название героя американского мультфильма (на это значение указывает собственное имя мультяшного героя).

Двуплановость семантики анимализма может быть обусловлена отнесённостью фразеологизма к символическому рассуждению героя. Так, Роберт Викторович из повести «Сонечка» называет участие стран в войне *ипподромом*, и ему не важно, *чья лошадь придёт первой*. Используемый во фразеологизме анимализм *лошадь* (*чья лошадь придёт первой* в значении «кто победит») содержит ассоциации с ситуацией реального ипподрома и лошадей:

– Не обольщайся. Мы прекрасно живём – сейчас. А что касается победы... Мы с тобой всегда останемся в проигрыше, какой бы из людоедов ни победил... Синие и зелёные – это цвета партий на *ипподроме*. Я хотел сказать, что меня никогда не интересовало, *чья лошадь придёт первой*. В любом случае гибнет человек, его частная жизнь... [22, 27 – 28].

Наконец, комбинированная семантика зоосемизма может быть продиктована символическостью целого рассказа. Речь идёт о рассказе Л. Улицкой «Зверь» [21]. Реальный кот и его словесные реализации (*зверюга, кот, коты, котик, котяра, кошка* в рассказе и *зверь* в заголовке) приобретают здесь символический смысл, раскрывающийся в отношении героини к нему. Кот – то эмблема страха героини перед жизнью, собственной совестью, то символ её слабости, отчаяния, бессознательности, а в итоге символ примирения с собой и с жизнью. Однако такое значение

анимализм приобретает лишь в контексте целого литературного произведения.

Таким образом, количественные показатели типов анимализмов в рассказах Л. Улицкой по отношению их значений к действительности распределились следующим образом: номинативных значений – 61, расширительное – одно, метонимических – 6, номинативных сравнительных – 12, метафорических – 8, символических – 9. Такое численное распределение анимализмов по семантическим типам объясняется, с одной стороны, нравоописательностью, реалистичностью прозы Л. Улицкой, с другой, её стремлением к живой, образной речи. Однако если доминирование номинативных значений характерно для прозы как рода литературы в целом, то количественные показатели сравнительных и символических значений подчеркивают желание писательницы сделать повествование впечатляющим, интригующим, многоплановым.

Если говорить об узуальности – окказиональности анимализмов прозы Л. Улицкой, то следует отметить большое количество окказиональных единиц – 16 из 113. Состав окказионализмов формируется благодаря выражениям, используемым во фразеологическом значении (3 примера): *мычать телёночком, блеять овечкой и кукарекать петушком* – «пытаться изо всех сил развлечь кого-либо»; благодаря окказиональным одиночным, развёрнутым метафорам и метафорическим фразеологизмам (4 примера): *Европа, шестиногая корова; жукастое «ж»; мудр, мудр мир муравья* (о хозяйственных заботах Сонечки); *она подержала на крючке своего взгляда каждую из этих маленьких рыбок*; а также благодаря символическим значениям приблизительно девяти слов в рассказе «Зверь» (*зверюга, кот, коты, котик, котяра, кошка* в рассказе и *зверь* в заголовке).

В результате нашего исследования мы пришли к следующим выводам:

1. В рассказах Л. Улицкой мы встретили 102 одиночных и 11 комбинированных значений.

2. По отношению семантики к действительности значения анимализмов распределяются так: номинативных значений – 61, номинативных сравнительных – 12, символических – 9, метафорических – 8, метонимических – 6, расширительное – одно. Такое численное распределение анимализмов по семантическим типам объясняется доминированием номинативных значений в прозе как роде литературы в целом, а также желанием писательницы сделать повествование впечатляющим и многоплановым.

3. Используемые в рассказах Л. Улицкой анимализмы главным образом узуальны, однако употребление 16 окказионализмов (выражений, используемых во фразеологическом значении; окказиональных одиночных развёрнутых метафор и метафорических фразеологизмов; символических значений зоосемизмов) – высокий показатель для прозы.

Перспективними напрямками дослідження анималізмів представляються вивчення їх семантики в произведениях, що належать до інших родів літератури (драма, поезія), інших літературних напрямках (класика, модернізм, постмодернізм), до произведениям іншої комунікативної спрямованості (література для дітей).

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Белова О.В. Славянський бестиарій. Словарь названий і символіки. – М.: Индрик, 2000. – 320 с.
2. Богуцкая А.И. Наименования фауны в лексико-фразеологических единицах украинского языка (названия птиц). – Ужгород, 1985.
3. Бойко В.Н. Фразеологические единицы с анималистическим компонентом в современном украинском литературном языке: Дис... канд. филол. наук. – К., 1989. – 243 с.
4. Вершинина Т.С. Зооморфная, фитоморфная и антропоморфная метафора в современном политическом дискурсе: Дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2002. – 225 с.
5. Герд А.С. Проблемы формирования научной терминологии (на материале русских научных названий рыб): Автореф. дис... д-ра филол. наук. – Л., 1967. – 27 с.
6. Голубовська І.О. Метафорико-символічні іпостасі зоонімів у рамках фрагмента мовної картини світу «Царство тварин» (на матеріалі української, російської, англійської та китайської мов) // Мовознавство. – 2003. – №6. – С. 61-68.
7. Гутман Е.А., Черемисина М.И. Образные значения зоонимов в словарях // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования: Сб. научн. тр. – Вып. 5. – Новосибирск: НГУ, 1976. – С. 21-42.
8. Зайченко Н.Ф. Парадигматические отношения в лексико-семантической группе «Наименования животных» // Русское языкознание. – Вып. 17. – К.: Выща шк., 1988. – С. 108-115.
9. Инчина Ю.А. Национально-культурная специфика фразеологизмов с зоонимным компонентом в триязычной ситуации (на материале русского, английского, немецкого языков): Дис... канд. филол. наук. – М., 2002. – 210 с.
10. Каледина Е.В. Система наименований паразитов человека в современном русском языке: Автореф. дис... канд. филол. наук. – Таганрог, 2002. – 18 с.
11. Козлова Т.В. Семантика фразеологизмов с названиями животных в современном русском языке. М., 2003.
12. Кормилов С.И. Мир микрофауны в поэзии В.С. Высоцкого // Филол. науки, 2002. – №5. – С. 3-13.
13. Ляпичева Е.Л. О семантике и функциях названий животных в поэзии Ю. Мориц для детей // Лексико-грамматичні інновації в сучасних слов'янських мовах. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції 26-28 березня 2003 року. – Дніпропетровськ: ПБП «Економіка», 2003. – С. 236-239.
14. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М., 2001.
15. Плетнёва С.А. Животный мир в русских волшебных сказках // Древняя Русь и славяне. – М., 1978. – С. 388 – 397.
16. Романова Е.В. Названия домашних животных в словаре В.И. Даля // Материалы по русскому и славянскому языкознанию. – Воронеж, 2003. – Вып. 26. – С.292 – 296 с.
17. Самусенко О.Н. Реконструкция интенционально – мифопоэтического поля образа «медведь» и особенности его объективации в художественном тексте и телетексте // Вісник Дніпропетровського університету. Серія “Мовознавство”. – 2005. – № 2/2. – С.156 – 163.

18. Тон Куан Куонг. Системно – структурная организация зооморфизмов русского языка (на материале произведений А.П. Чехова и М. Зощенко): Дис... канд. филол. наук. – Воронеж, 1997. –150 с.
19. Ужченко В.Д. Концепт *журавель* в українській мовно-фразеологічній картині світу // Наук. зап. Луганськ. нац. пед. ун-ту: Зб. наук. праць. – Вип. VI. Сер. “Філологічні науки”. Концептологія: світ – мова – особистість. – Луганськ, 2005. – С. 49 – 58.
20. Улицкая Л. Девочки. – М.: Эксмо, 2002. – 240 с.
21. Улицкая Л. Первые и последние. Рассказы. – М.: Эксмо, 2002. – 256 с.
22. Улицкая Л. Сонечка. – М.: Эксмо, 2003. – 127 с.
23. Цыганкова А.В. Семантическая структура отзоонимных прилагательных в современном русском языке: Дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 1998. – 223 с.
24. Шведчикова Т.В. Языковые средства выражения признака пола животных у существительных, называющих домашних и диких животных: Дис... канд. филол. наук. – М., 1998. – 176 с.
25. Шмелёв Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. – М., 1973. – 279 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Ляпичева – кандидат філологічних наук, доцент кафедри загального та російського мовознавства Дніпропетровського національного університету, докторант.

Наукові інтереси: семантика, когнітивна лінгвістика, психолінгвістика, риторика.

ЕЛЕГІЙНА ПІРИКА ЄВГЕНА МАЛАНЮКА: ЗАКОНОМІРНОСТІ МОВНО-ЕСТЕТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Олена СЕМЕНЕЦЬ (Кіровоград)

У статті розглядаються закономірності мовно-естетичної організації елегій Євгена Маланюка. Жанрова специфіка творів аналізується в аспекті взаємодії індивідуального стилю письменника та механізмів дії жанрової пам'яті.

The article deals with the laws of lingual and aesthetic organization of Evhen Malanyuk's elegies. Genre specific of the poems is analyzed in the aspect of interaction between the writer's individual style and the regularity of genre memory.

Розгляд жанрових закономірностей поетичної творчості та індивідуально-стильової специфіки організації віршованих текстів виявляє складну взаємодію об'єктивних та суб'єктивних факторів у системній цілісності завершеного мистецького твору. Вивченню поетичної творчості Євгена Маланюка в аспекті жанрової організації присвячено праці І. Качуровського, З. Ульбрехта, Ю. Войчишин, Г. Аврахова та ін., проте елегії Євгена Маланюка ще не були об'єктом спеціального лінгвостилістичного дослідження. У зв'язку з цим актуальне завдання становить визначення закономірностей мовно-естетичної організації творів цього жанру в поезії Є. Маланюка на тлі національної традиції елегійної творчості, у контексті співвіднесеності з музичним мистецтвом.

Історіософська заглибленість – спільна риса творчості поетів Празької групи. Водночас елегійні твори “пражан” виразно виявляють специфіку індивідуального стилю автора. Поетом “елегійного споглядання”, на думку І. Фізера, був Олекса Стефанович. “Вільний від насилля емпіричного світу”, митець створив особливу дійсність – “тут він був необмеженим владарем

ним упорядкованої констеляції предметів і подій” [12, 8]. Бездоганна в царині форми, поезія Стефановича розбудовує особливий світ естетичної довершеності, краси й гармонії, який зачаровує читача. “Навіть його “волонтаристична” лірика тяготіє до спокійного рисунка, радше ніж до навмисно оркестрованої реторики дидактичного вірша” [12, 8].

Зв’язок із проблематикою емпіричної дійсності закономірно виражений і в елітарній поезії неокласиків. Так, домінантна ідея творчості Юрія Клена – викриття людиноненависницьких диктаторських режимів, яка визначила появу найвидатніших його творів (поєми “Прокляті роки” та поетичної епопеї “Попіл імперій”), – насичує глибоким соціальним змістом і поезію 1938 р. з характерним заголовком “Майже елегія”. Елегійне споглядання природи слугує поштовхом до спогадів про жахливі картини життя людей в Україні сталінських часів:

Та рік по році в море рине
І, може, розгойдавши гнів,
Колись досвідчені нащадки
Отих змиршавілих дядьків
Ще інші наведуть порядки... [4, 90]

Гранично щирі, сповнені болу елегії Тодося Осьмачки. Доля вела його через Німеччину “з країни горя “есесер” / чужим, не бажаним ніде” [7, 178]. Його елегії надзвичайно правдиво віддзеркалюють особисту долю автора, як у цьому творі, написаному в еміграції:

Моя Україно, недоле моя,
була ж ти мені дорогою,
а нині тебе вже питаюся я,
ох, що ж ти зробила зі мною? [7, 161]

З-поміж різновидів цього жанру в українській літературі (елегія-сповідь (С. Руданський), елегія-дума (Т. Шевченко), елегія-пісня (Л. Глібов)) твори Євгена Маланюка, безперечно, продовжують шевченківську лінію. Їх об’єднує туга за Україною, спогади про козацьку “волю, що минулась”, близькість образів ліричного героя: попри життєву трагедію й душевний біль – дивовижна монолітність, цілісність особистості.

Споглядання картин природи, її “дивної тиші” асоціативно викликає в ліричного героя Маланюка візії минулого, роздуми про роковані повторення людської історії. Його елегія не лише відтворює емоційну сферу особистості (почуття самоти, відчаю на чужині), а й тяжіє за змістом до філософської медитативної лірики (при цьому характерне чітке оформлення думки – елегійні твори Є. Маланюка написані переважно катренами). Поезія “Дума”, що починається з риторичного звернення до українських міст – *Крем’янець, Дубно, древній Остріг*, які зберегли “тяглість епох”, – побудована як образне втілення й розгортання історіософії автора, концепції геокультури України:

Тут вітри не страшні. Тут земля гудзувата

Напинається м'язами впертих горбів <...>

І стоять вартові, що кремезні імена
Їхні – Дубно, Крем'янець, Остріг (285 – 286)

(тут і далі в круглих дужках зазначено сторінки цитованих поетичних творів Є. Маланюка за вид. [5]).

Властиве елегійній ліриці зображення моменту не статичне, а в континуальному часі, в течії руху від минулого до майбутнього наочно виявляється в такій жанровій формі, як уривок. “Можна сказати, що до “уривка” як особливого типу сюжетно-композиційної організації тяжіє елегійна лірика в цілому” [9, 20]. Характерний початок “Уривка” (1930 р.) Є. Маланюка – крапки та сурядний сполучник “І” на початку речення:

...І йшли віки, одним ярмом закуті,
Плекаючи каліку і раба (418), –

налаштовує на сприймання роздумів щодо історичної процесуальності формування малороса. Абсолютне переважання форми недоконаного виду минулого часу дієслів-присудків, змінна кількість рядків у строфах І частини (чергування двовіршів і терцетів), астрофічна побудова ІІ частини, п'ятистопний неримований ямб, ампліфікація й інверсія як засоби акцентування розміреного ритму – усе це втілює зміст плинності часу, дає поетичний образ рідної землі в безперервному історичному розвитку:

Підточена, поламана й затрута,
Рослиною, що вирвана з корінням
Ударами важких вітрів азійських,
Котилась Русь, як перекотиполе,
Чіпляючись останніх рубежів,
Де під орлами Риму виростили
Священним пругом готиків струнких
Навік опанцеровані народи (Там само).

Особливості світосприймання поета: загострена історична пам'ять, живе відчуття історії – вносять у ліричний жанр елегії епічний струмінь. У творах Є. Маланюка нероздільні елегійне й медитативне начала, переживання почуттів і процес роздумування. Особливий ліричний сюжет, притаманний елегії як жанру, вможливорює занурення на рівень історичний візій та асоціацій. Елегійні твори, саме через їхній ліричний сюжет, виявляють тенденцію до поєднання в цикли, “ліричні романи” (див. про цю особливість [13, 140 – 146]). Це ілюструють “Дві елегії” (1922, 1923 рр.), “Моравські елегії” (1936 р.), “Елегії” (1943 – 1944 рр.) Євгена Маланюка.

Обставини особистого життя поета в еміграції, “життя на колесах” (“Ні краю нема, ні кінця пророкованим мандрам <...>” (440)) спричинюють органічне поєднання жанрів елегії та подорожніх нотаток у циклах “Подорож”, “Листівки з подорожі”, “Подорожні нотатки”. З. Ульбрехт, досліджуючи творчий процес циклізації Маланюкових поезій, що

відбивають враження від мандрівки поета Німеччиною, відзначає взаємодію епічно-нарративного мотиву подорожі та ліричної суті циклу [10, 27].

Змістова когерентність частин циклу, завдяки якій вони об'єднуються в макротекст, зумовлена асоціативним розвитком ліричного сюжету, підпорядкованим ритмові, в якому “хитає потяг” (284). Часові асоціації пов'язані з картинами минулого тієї країни, де перебуває поет (Чехії, Польщі, Німеччини), та рідної України. Для просторових – характерна постійна спрямованість погляду внутрішнього зору до рідної землі, при цьому неназваність предмета думки, подекуди лише вказуваність (“Небо ллється над вами ласкаве І голубить вас леготом хвиль, А там – кричуть голодні гави Над пустелями піль” (409) – у поезії з позначкою “Під Краковом, 27.V.1933”) слугує ознакою поетичного відображення внутрішнього мовлення поета. Сама дорога міцно спаяна у свідомості ліричного героя з тугою за батьківщиною: “Лиш *простору* гримучий протяг Нагадує про *вічний біль*” (284). Ця ж думка повторюється в післявоєнному (1947 р.) циклі, написаному під час подорожі Німеччиною, – “Осіньна весна”: “І вічність сяє. Й дні пливуть. І, *мандрами і болем стертий*, Вже майже знаєш, як забуть, Що сонце це – є сонцем смерті” (450).

З. Ульбрехт звертає увагу на основоположну тему архітектури, яка надає текстові Є. Маланюка “єдиної семантичної структури і виступає найважливішим фактором при циклізації обох окремо взятих віршів” у межах “Листівок з подорожі” [11, 21].

Саме каміння вимовля пароль,

Сам воздух проголошує: держава (316), –

через надструктурну, а отже, єднальну для всього тексту тему архітектури, підкреслює З. Ульбрехт, виражена ідея цілеспрямованого будівництва. Оспівані в поетичному циклі Євгена Маланюка архітектурні творіння Берліна й Потсдама – “не що інше, як матеріалізована, “вкарбована в камінь” форма ідеї, яка охоплює так званий “пруський дух” і такі похідні його чесноти, як порядок, дисципліна, почуття обов'язку. Загальним стимулом діянь виступає при цьому незламна воля до заснування могутньої держави” [11, 20].

Цикл поезій “Осіньна весна” автор супроводить підзаголовком “Роман”. Німецький дослідник звертає увагу на об'єднавчу функцію підзаголовка, його зв'язок із домінантним епічним принципом циклізації: “Важливим циклотворчим знаком, дороговказом є в “Осіній весні” підзаголовок “роман” [10, 28].

Однак не менш важливий у такій авторській жанровій кваліфікації твору акцент на особистісних, суто людських мотивах, які виразно домінують у ньому. Жанрову специфіку роману М. Бахтін бачить насамперед у своєрідності трактування характеру героя: роман розкриває окремість і самоцінність внутрішнього життя особистості, нетотожність індивідуального і громадського. Людина цілком не втілювана у своїй

соціальної ролі: “Однією з основних внутрішніх тем роману є саме тема неадекватності героєві його долі та його стану. Людина або більша за свою долю, або менша від своєї людяності. Вона не може стати вся й остаточно чиновником, поміщиком, купцем, нареченим, ревнивцем, батьком тощо <...> Завжди залишається нереалізований надлишок людяності, завжди залишається потреба в майбутньому й необхідне місце для цього майбутнього” [1, 424].

Саме такий “надлишок людяності” відчутний у щемливій ліричній ноті “Осінньої весни” – поезії, всуціль побудованої на оксюморовах, що віддзеркалюють відтінки й переливи настроїв, почуттів. Романне “теперішнє в його незавершеності”, теперішнє, яке “почуває себе ближче до майбутнього, ніж до минулого” [1, 425, 427], – те спільне, що об’єднує в структурно-часовому аспекті роман із ліричним елегійним жанром: “На станціях киплять каштани, Веде осінній вітер річ Про те, що буде, як і було, Він все це знає наперед <...>” (453). Цей твір – і особливо його жанровий підзаголовок, який експлікує особистісне начало, спрямованість на розкриття найзагальніших відношень людини і світу, – показовий для II періоду творчості Євгена Маланюка і виявляє головні креативні тенденції цього періоду.

Елегія в її класичному вигляді – та, що розкриває внутрішній світ особистості, світ її інтимних переживань, складні стосунки із собою та з навколишнім світом, – найповніше реалізується саме в другому, післявоєнному періоді творчості Маланюка. У тих творах його елегійної лірики, де відсутні історичні роздуми й візії, у творах, яких найбільшою мірою стосується визначення О. О. Потебні “Лірика – praesens” [8, 287], розкриваються загальнолюдські, одвічні питання: кохання та мрії, долі й самоти, усвідомлення суперечностей життя і прагнення збагнути таємницю людських стосунків.

Діалогічна природа літературного жанру, як відомо, передбачає спрямованість не лише зовнішню (певний спосіб спілкування письменника з читачем), а й внутрішню. Внутрішній діалогізм визначає позицію ліричного героя, характер зв’язку особистості зі світом. Саме в жанрі елегії найяскравіше втілена специфіка ліричного літературного роду – діалектична єдність суб’єктивності й загальності, єдність, яка виступає у формі особистісного переживання. Функція елегійного героя при цьому полягає в пізнанні через власне “я” людської природи в цілому.

Зовнішній діалогізм жанру пов’язаний із тією чи іншою моделлю сприймання тексту, з певним типом стосунків автора й читача. У творах Є. Маланюка, які мають у заголовку жанрове позначення “елегія”, а також в інших поезіях, залучених до кола елегійної лірики, яскраво вирізняються два типи адресатів поетичного звернення:

1) адресат, який може бути встановлений з урахуванням спрямованості творів до емпіричної дійсності (рідна земля, жінка, читачі-однодумці). При

цьому характерна чітко визначена часова й просторова локалізація зображуваних подій: "...Вдивляймося в простори *оці*, Та днів *тих*, серце, не повторим..." (410). Показове звертання, де експліцитно виражена конкретність адресата, – воно виконує функцію обрамлення в 7-ій частині циклу "З літопису": "*Сучасники!* Хто розбудить зуміє Глухих і невидючих? Де ж візьму Старозавітний плем'я Єремії, Щоб пропалить вже неминучу тьму?" (471). Таке звернення-повчання до конкретних слухачів, представників епохи вимагає, на думку О. Мандельштама, піднесеної позиції, "п'єдесталу" для літератора [6, 179];

2) езотеричний адресат, або нададресат – далекий, невідомий читач, здатний зрозуміти найтонші відтінки думки й почуття, який існує ідеально в семіотичній дійсності поезії, – "провіденційний співрозмовник" [6, 179], "найвища інстанція розуміння у відповідь" [2, 306]. У центрі таких творів – загальнолюдські поняття й категорії; у цих поезіях, як правило, відсутня прив'язка до конкретного простору й часу. Близька до такого типу адресування й автокомунікація: "Мандруй, мандруй в земній корості І гнів перетворяй у спів" (467), "Як навчитися маєш – забути Єдину?" (507). Пор. також синекдохічну самоадресованість у внутрішньому діалозі: "О, *серце* крихке, *душе* кам'яна й окаянна, Чи чуєш, чи бачиш – кінчається згаслий ваш світ! Епоха, епоха відходить від вас неблаганно – І де ж ваш притулок? І хто ж залишив заповіт?" (439), "Занімії, Зв'ялена *рука* <...> *Самото*, Одури й візьми <...>" (440).

М. Бахтін у дослідженні "Проблема мовних жанрів" надає особливого значення поняттю "типові концепції адресатів", які, на його думку, становлять конститутивні, визначальні риси: "Кожен мовний жанр у будь-якій сфері мовного спілкування має свою типову концепцію адресата, яка визначає його як жанр" [2, 276]. Безперечно, жанровій сутності елегії найбільшою мірою відповідає другий із зазначених типів адресатів. Він наявний, зокрема, в поезіях "З щоденника" (1950 р.) та "Елегія" (1967 р.) – "найелегійніших" з усіх творів Євгена Маланюка.

Елегія за своєю природою, очевидно, належить до того різновиду жанрів, що їх М. Бахтін називає інтимними: "Інтимні жанри та стилі ґрунтуються на максимальній внутрішній близькості мовця й адресата мовлення (максимально – ніби на злитті їх). Інтимне мовлення пройняте глибокою довірою до адресата, до його співчуття – до чуйності й доброзичливості його розуміння у відповідь. У цій атмосфері глибокої довіри мовець розкриває свої внутрішні глибини. Цим визначається особлива експресивність і внутрішня відвертість таких стилів <...>" [2, 278]. Процесуальність теперішнього актуалізованого часу в елегійній ліриці спричинює розгортання, розкриття почуттів на очах читача щоразу заново. Згадаймо, що провідною рисою ліричного вірша є "зосередження життя в єдиній миті". В елегії не просто "мить", у якій відкривається "стан світу", – тут **розтягнута мить**. І з цим пов'язана особливість елегійного

психологізму – процес пізнання у формі самого переживання. На тлі такої жанрової специфіки, що сформувалася в історії світової літератури, вияскравлюється індивідуально-авторська реалізація загальної закономірності, пов'язана з раціональним підґрунтям творчості Євгена Маланюка: аналіз феноменологічної поетичної дійсності через призму людської мови взагалі й поетичної мови – особливо.

Сама віршова форма елегії “З щоденника” (1950 р.) (астрофічна будова твору, п'ятистопний неримований ямб, переважання жіночих клаузул, численні енжамбемани) оптимальна для втілення процесуальності плину думок. Віршові “уступи”, коли один вірш розбивається на два рядки, – як сходи додолу: вони іконічно відображають паузи й – кожного разу – зниження тону голосу, чим досягається щира, відверта, довірча інтонація, яка йде з глибини душі:

Тут осінь не дарма “індійським літом”

Прозвали.

Справді, жовтень розквіта

Рожевим золотом на зелені нетлінній,

Мов другий май. Звичайно, зовсім інший,

Невиданий, негаданий, недійсний,

Можливо, навіть дещо дикий.

День

Купається у зовсім літнім сонці,

Гарячим, як терпка, спізніла пристрасть

Вже літньої людини (що пізнала

Завчасну весну, так і нерозквітлу,

Грозове літо в згубах блискавиць

Та серпень, що підтятий був зрадливо

Скісним дощем...)

А ночі, трохи душні <...> (460).

Підрядне присубстантивно-атрибутивне в останніх рядках автор оформляє у вигляді парентези – ще один спосіб занурення на глибинні рівні мислення й почування. І тут важлива апеляція до апперцептивного фону чутливого й уважного читача, налаштованого на “активне розуміння у відповідь” [2, 276].

Роздум над словом, коли асоціації викликає саме його звучання, – рушійна сила ліричного сюжету в цьому творі. Увага до сутності номінації, до мовного знака в контексті національної мови допомагає поетові розкривати таємниці буття. Калька з англійської *індійське літо* в поезії українською мовою спричинює компонент змісту ‘дивне, незвичайне’: “<...> Невиданий, негаданий, недійсний, Можливо, навіть дещо дикий”. Контекстуальне зближення українських прикметників *літнє* сонце – *літня* людина має своїм наслідком актуалізацію внутрішньої форми та відновлення генетичного зв'язку слів. Підґрунтям такого структурно-

семантичного зближення слугує жанрова традиція використання елегійних символів – поетичних формул (у цьому разі образна паралель “пори року – періоди життя людини”). Такі сталі формули – основа багатоплановості й узагальненості змісту елегійної лірики, оскільки “поетичні формули – це нервові вузли, доторкання до яких пробуджує в нас ряди певних образів, в одному більше, в іншому менше; у міру нашого розвитку, досвіду й здатності множити й сполучати викликані образом асоціації” [3, 295]. У змістовому полі такої багатозначності й асоціативності природа не лише виступає тлом, елегійною паралеллю для вияву почуття, а й залучена до процесу осягнення єдності світу – неподільності людського й природного, категорій сутності та явища. Для такої елегійної філософської медитації й рефлексії над словом характерне усвідомлення недосконалості виражальних можливостей людської мови, невимовності найзаповітнішого:

І так тривало довго це індійське,
Уперше пережите дивне літо,
І разом з ним росло й тривало щось,
Теж вперше пізнане.
Ти звала його “приязнь”.
А я боюсь і досі називати
Те, що не має назви, ні ім’я
У скудній і нестислій людській мові (460).

У творі “Елегія”, написаному 26 – 27.X.1967, тобто в останні місяці життя поета, картина “дивної тиші” в осінній природі з її переливами й тонкими відтінками (“листопад – зелений”, “тускле сонце майже гріє”, “якась тонка імла”) допомагає сягнути глибин усвідомлення рівноваги буття. І знову зв’язки природи й людського світу двобічні, взаємні: від антропоморфізації навколишнього світу (сонце гаряче, як пристрасть літньої людини (460), “листя жде”, “стомлена природа” (592)) – до пізнання людської душі через споглядання змін у природі. Процес переживання-пізнання втілюється в “Елегії” на тлі ритму п’ятистопного римованого ямба з несиметрично й нерівномірно розташованими пірихіями; внутрішні перебої ритму в другій строфі (де найбільша концентрація стоп пірихія) увиразнено віршовими перенесеннями:

Ще листя жде і листопад – зелений,
І тускле сонце майже гріє. Лиш
Якась тонка імла лягла на клени,
На даль, на запорошений спориш

І на чуже містечко. Дивна тиша
У стомленій природі. І душа
От-от засне. Бо й вітер не колише
Сухих тростин крихкого комиша (592).

Ця остання “Елегія” показова в плані зв’язку з традицією світової культури: відправним пунктом для роздумів слугує відомий вислів Б. Паскаля про людину – епіграф “...мисляча тростина...”. Поезія будується на відновленні образності, двоплановості семантики цього вислову: “Бо й вітер не колише Сухих тростин крихкого комиша. Що ж можеш ти, надломана тростино?” У художньому переосмисленні цитати як знака культури, а саме в означенні “надломана тростино”, – особливості світосприймання поета, обставин його особистого життя, а також зміст узагальнений, усвідомлення трагічності й крихкості людського існування. Тому й автокомунікація обертається тут зверненням до “провіденційного співрозмовника”. І залишається елегійна недоговореність – не розгадка, а лише наближення до таємниці життя й смерті:

Ти ж знов один. Твоя скінчилась книга.

Вже вечір. Ніч надходить мовчки. Цить...

Важливий момент – експлікація в поетичному тексті законів творчості, коли інтуїція митця вловлює й наочно-образно розкриває закономірності існування поетичної дійсності. Наприклад, інтерпретація дитячого сприймання часу, суголосна із законами жанру ліричного вірша: “І кожен день нова для нього книга, І *всесвіту сягає кожна мить...*”. Пор. в інших поезіях II періоду творчості: “<...> І вічність обертає в мить” (506), “<...> Лиш мить, що вічністю здалась” (521).

Отже, ідіостиль письменника – те своєрідне явище, яке визначає унікальність мистецького твору в ряді жанрово близьких до нього. Вплив індивідуального стилю виявляється не лише в певних жанрових пріоритетах митця, а й у своєрідній реалізації традиційних жанрів. Потужним чинником індивідуалізації літературних жанрів у поезії Євгена Маланюка виступає музична стихія, яка надає традиційному жанру елегії нового, свіжого звучання. Це виступає одним із виявів “синтетичного способу мислення”, що, на глибоке переконання Є. Маланюка, становить підґрунтя поетичної творчості. Крім акцентованої звукової образності та підвищеного функціонального навантаження ритміко-синтаксичної будови творів, в елегійному жанрі не менш важлива “музичність змісту” – асоціативність як провідний принцип змістової організації. Розкриття загальноестетичних та мовних закономірностей, які визначають дію музичної стихії у творах таких поетичних жанрів, як елегія, балада, рондо й ін., становить перспективу подальших лінгвостилістичних досліджень.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бахтин М. М. Литературно-критические статьи. – М.: Худож. лит., 1986. – 543 с.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
3. Веселовский А. Н. Историческая поэтика. – М.: Высш. шк., 1989. – 406 с.
4. Клен Ю. (Освальд Бургардт). Вибране. – К.: Дніпро, 1991. – 461 с.
5. Маланюк Є. Поезії. – Львів: УПІ ім. Івана Федорова; “Фенікс Лтд”, 1992. – 686 с.

6. Мандельштам О. О собеседнике // Мандельштам О. Камень. – Л.: Наука, ЛО, 1990. – С. 176 – 181.
7. Осьмачка Т. С. Поезії. – К.: Рад. письменник, 1991. – 252 с.
8. Потебня О. О. Эстетика і поетика слова. Пер. з рос. – К.: Мистецтво, 1985. – 302 с.
9. Страшнов С. Л. Анализ поэтического произведения в жанровом аспекте. – Иваново: ИГУ, 1983. – 92 с.
10. Ульбрехт З. Враження Євгена Маланюка від подорожі по Німеччині: про творчий процес циклізації в “Листівках з подорожі” та в “Осінній весні” // Євген Маланюк: література, історіософія, культурологія. Матеріали міжнар. наук. конф., присв. 100-річчю від дня народження Є. Маланюка: У 2 ч. – Кіровоград: КДПУ, 1997. – Ч. II. – С. 27 – 28.
11. Ульбрехт З. Подорожні враження Євгена Маланюка з Німеччини: до питання циклізації “Листівок з подорожі” // Слово і час. – 2005. – № 10. – С. 17 – 22.
12. Фізер І. Вступна стаття // Стефанович О. Зібрані твори. – Торонто: Євшан-зілля, 1975. – С. 7 – 12.
13. Эйхенбаум Б. М. О поэзии. – Л.: Сов. писатель, ЛО, 1969. – 552 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Семенець – доктор філологічних наук, професор кафедри української мови КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: лінгвістика тексту, лінгвістична поетика, лінгвосинергетика.

РОЗДІЛ ІХ. ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЯ. ФІЛОСОФІЯ МОВИ. ЛІНГВОПРАГМАТИКА

МОВНА ГРА ТА ГРА СЛІВ ЯК ФІЛОСОФСЬКІ Й ЛІНГВІСТИЧНІ ПОНЯТТЯ

Олександр БІЛОУС (Кіровоград)

Серед лінгвістів досить поширеною є думка про те, що мовна гра – це одне й те ж саме, що й гра слів. Дійсно, на лексичній багатозначності та омонімії ґрунтується найпоширеніший вид мовної гри – каламбур. Але мовна гра не є тотожною грою слів. Якщо не розрізняти чітко ці поняття, то виникає плутанина.

A lot of linguists claim that language game has the same nature as word play. Really, calembur, which is considered to be a widespread type of language game, is formed on the basis of lexical polysemy and homonymy. But, in fact, language game and word play are not identical. In order not to mix up these terms one should differentiate them.

Гра слів не є щойно винайденим явищем у мові. Вона все частіше трапляється в пресі та художній літературі, у філософських творах та рекламних текстах, у жартах, прислів'ях, афоризмах тощо.

Проблемою гри слів займалися такі вчені, як Л.Вітгенштейн [12], А.Вежбицька [10], Ф.Гейберт [42], Г.Краузе [43] та інші. Але серед лінгвістів усе ще не існує одностайної думки про те, чи варто ототожнювати поняття “мовна гра” та “гра слів”. Це і зумовлює **актуальність** нашого дослідження, яке ґрунтується на принципі сходження від абстрактного до конкретного. Ми застосовуємо наступні **методи**: *метод аналізу* – розкриття сутності явища мовної гри, виділення в ньому структурних частин та виокремлення того елемента, який нас цікавить – гру слів; *метод дедукції* – на основі більш загального поняття мовної гри виокремлюється явище „гра слів“, яке є вужчим. **Об'єктом** дослідження є *мовна гра* та її компонент – *гра слів*, **предметом** – особливості *гри слів*. **Мета** роботи реалізується в наступних завданнях: 1) розкрити зміст поняття “мовна гра”; 2) визначити характерні особливості та сутність стилістичного засобу гри слів; 3) встановити зв'язки між поняттями “мовна гра” та “гра слів”; 4) розкрити форми вияву гри слів.

Гра слів у жодному разі не є ізольованим явищем у мові. Вона має прямий стосунок до мовної гри в цілому. Тому дослідження гри слів необхідно розпочинати саме з більш загального філософського поняття “мовна гра”.

У цьому дослідженні нас цікавить такий вид гри, як *гра слів*. У свою чергу вона є елементом мовної гри. Серед лінгвістів досить поширеною є думка про те, що мовна гра – це одне й те ж саме, що й гра слів [17, 158]. Дійсно, на лексичній багатозначності та омонімії ґрунтується найпоширеніший вид мовної гри – *каламбур*. Але мовна гра не є тотожною гри слів. Якщо не розрізняти чітко ці поняття, то виникає плутанина. Потрібно усвідомлювати, що гра слів є вужчим поняттям, а мовна гра охоплює сумарну кількість всієї гри, яка є у мові, використовує всі її ресурси [19, 52]. Тому для того, щоб дослідити сутність такого явища, як гра слів, треба починати з вивчення поняття „мовної гри“.

Сприйняття життя й дійсності як гри здавна присутнє людській свідомості. Мова та мовлення також можуть інтерпретуватися як гра. За кожним вираженням абстрактного поняття криється образ, метафора, а кожна метафора містить у собі гру слів. Грою можна назвати й поетичну творчість. У всі часи поети грали зі словом.

Повертаючись до філософського розуміння мовної гри, зазначимо, що цьому питанню присвятив свої численні наукові праці відомий австрійський учений, філософ Людвіг Вітгенштейн [19, 79]. Він стверджував, що мова – це передусім мовленнєва діяльність. У ній мова та діяльність, з якою вона переплітається, утворюють єдине ціле – мовну гру. Як і будь-яка гра, мова обумовлює систему правил, дотримання яких визначає суть лінгвістичної поведінки носіїв мови.

Слід звернути увагу на те, що філософське тлумачення мовної гри є ширшим, аніж суто лінгвістичне. Л.Вітгенштейн першим помітив, що люди спілкуються не лише розповідними реченнями, але й віддають накази й виконують їх, висувають та перевіряють гіпотези, грають у театрі, розв’язують математичні задачі, висловлюють прохання, подяку. Існує багата кількість типів речення, і це все входить до людської мови. Нескінченно різноманітні види використання всього того, що ми називаємо “знаками”, “словами”, “реченнями” [8, 278]. І ця різноманітність не являє собою чогось стійкого, такого, що дане раз і назавжди. Навпаки, виникають нові типи мови або, можна сказати, нові мовні ігри, а інші застарівають і забуваються. Термін “мовна гра” покликаний підкреслити, що говорити мовою – чи це компонент діяльності, чи форма життя. Таким чином, усе життя являє собою сукупність мовних ігор.

Розглядаючи мовну гру, Л.Вітгенштейн намагався зрозуміти, що таке “гра” взагалі. Але він прийшов до висновку, що це зробити неможливо. Проте лінгвіст Анна Вежбицька намагається зробити неможливе – визначити зміст поняття “гра” [10, 180]. Вона вважає, що ІГРИ – це: а) багато того, що роблять люди; б) люди роблять це протягом довгого часу; в) люди роблять це заради задоволення (тобто вони бажають відчувати щось гарне); г) коли вони це роблять, вони хочуть, щоб щось відбулося; д) якщо б вони цього не робили, вони не хотіли б, щоб щось відбулося; е) коли вони це

роблять, вони повинні знати, що їм можна робити; є) коли вони це роблять, вони повинні знати, чого їм робити не можна.

А. Вежбицька вважає, що таке тлумачення може застосовуватися до багатьох видів діяльності, які називають “іграми”, але воно не розраховано на те, щоб охопити випадки метафоричного перенесення, іронічних та гумористичних використань тощо. Отже, вчена спростовує твердження Л.Вітгенштейна про неможливість встановлення меж поняття “мовна гра”. Насправді межі існують, до того ж у різних мовах вони проведені по-різному, а носій певної мови інтуїтивно знає, де ці межі та дотримується їх [10, 187].

У мовознавстві існує багато праць, які тим чи іншим чином торкаються різних аспектів мовної гри. І якщо для філософа Л.Вітгенштейна мова являє собою сукупність мовних ігор, то в лінгвістиці не все так просто. Під загальним терміном “мовна гра” об’єднуються всі явища, коли той, хто розмовляє, грає з формою мовлення, коли вільне ставлення до форми мовлення набуває естетичного завдання [15, 131]. У результаті виникають відхилення від норм. Сюди можна віднести всі форми жартів, дотепів, каламбурів, тропи, риторичні фігури тощо. Таким чином, мовна гра – це звернення уваги при будівництві висловлювання на саму форму мовлення з метою не просто повідомити про що-небудь, а викликати те чи інше естетичне почуття.

Стосовно філософського розуміння мовної гри варто зазначити, що Л.Вітгенштейн укладав у це поняття поєднання мови та дій. Він писав, що „...весь процес використання слів у мові можливо уявити як одну з тих ігор, за допомогою яких діти опановують рідну мову“ [12, 115]. Мовні ігри в розумінні видатного філософа являють собою певний аналітичний метод пояснення мови, її функцій. Ідея мовної гри зумовлює той факт, що мова – це в принципі явище нестатичне. Вона як, наприклад, і спортивні ігри, динамічна за своєю природою, живе лише в діяльності, у практиці комунікації.

В основу поняття мовних ігор покладена аналогія між поведінкою людей в іграх та діях, у які вплітається мова. Такі дії зумовлюють існування певних правил. Вони визначають можливі для тієї чи іншої комбінації ходи чи дії. Адже гра без правил – це не гра. Різка зміна правил здатна звести гру нанівець. Разом з тим правила визначають логіку гри не як щось узвичаєне, передбачаються можливі варіації, творчість. А коли треба підкорятися чітким правилам – це вже не гра.

У філософському тлумаченні мовні ігри – це більш прості способи використання знаків, аніж ті, які ми застосовуємо в надзвичайно складній повсякденній мові. Гра являє собою зразки мовленнєвої практики, єдності думки-слова-діла, а також обставин, за яких це все відбувається, інакше кажучи, спрацьовує. Тут мовна гра порівнюється з театральною виставою, де в одне ціле поєднуються сцена, дії, ролі, слова, жести [15, 150].

Мовна гра, як і все комічне в цілому, – це відхилення від норми, щось незвичайне. Відхилення від норм повинно бути чітко усвідомленим та навмисне допускати тим, хто говорить, пише, слухає або читає. Інакше кажучи, мовна гра – це навмисне використання тропоїчних та фігуральних можливостей мови [20, 164].

Без сумніву, мовна гра в основному спрямована на досягнення комічного ефекту. Однак висловлювання набуває комічного відтінку в тому разі, якщо воно не викликає інших, більш сильних емоцій, які перешкоджають створенню комічного ефекту.

Важливо зазначити, що поняття мовної гри не належить до чітко окреслених теоретичних визначень, його межі є досить розмиті. З погляду відповідності мовленнєвим реаліям мовні ігри можна тлумачити як локальні галузі або аспекти мови, як цілісні мови більш простого типу, аніж складна сучасна мова, а також як практику навчання дітей рідної мови. Вони часто вигадуються штучно, у потоці уявного експерименту [39, 246]. У цьому разі ігри можуть і не мати прямого реального відповідника та є лише засобом з'ясування того, що у звичайній мові існує у прихованому вигляді, є нечітким, незрозумілим.

Мовні ігри уявляються як компоненти діяльності чи форми життя, до того ж не менш різноманітними, ніж самі життєві практики. У різноманітних ситуаціях люди роблять те чи інше, як звичайно, поєднуючи предметні та інші дії з мовленнєвими. Їм доводиться виконувати накази чи роздавати їх, оцінювати зовнішній вигляд та розміри певних об'єктів, робити предмети за їхніми розмірами, інформувати про відповідні події, складати діаграми, вигадувати різні розповіді, читати їх, розгадувати загадки тощо.

Дослідник мовних ігор Л.Вітгенштейн виявляв безконечну винахідливість, вигадуючи та аналізуючи мовні ігри. Наведемо приклад однієї з них: Людина під час прогулянки розповідає нам про деякі випадки з власного життя. Це – певна гра слів. Але її характер зовсім зміниться, якщо той, хто розповідає, додасть, що всі ці події відбувалися з ним у ві сні. Адже розповідь про сні – абсолютно інша мовна гра [12, 301].

Існує також така зміна контексту: уявляється, що фрази, які вимовляються в реальних ситуаціях, звучать на театральній сцені, у виставі. Таким чином мовна гра набуває зовсім іншого характеру.

Зазначимо ще один із прикладів – мовна гра доповіді, повідомлення. У звичайних випадках вона припускає розповідь про що-небудь, передачу інформації про певні реалії. Але гри можна надати і новий поворот, змінити її зміст. Так одне й те ж повідомлення здатне слугувати інформацією не лише про предмет, про який розповідається, але й про людину, котра розповідає. Таке відбувається, наприклад, на іспиті, коли вчитель передусім з'ясовує рівень знань учня. Метою ж такої гри є отримання інформації про людину, яка розповідає або пише. А повідомлення про сам предмет

розповіді відходить на другий план [26, 120]. Адже питання, на яке відповідає учень, є зовсім випадковим.

Отже, у житті подібні повороти гри трапляються досить часто. Неважко уявити собі такі ситуації, коли важливим є не стільки зміст повідомлень, скільки спосіб їхньої побудови, емоційна виразність, доступність розповіді (наприклад, акторська майстерність). І це все має безпосередній стосунок до мовної гри, а отже, і до гри слів зокрема.

Можливості вільних варіацій мовних ігор настільки ж необмежені, як і при винайденні власне ігор. Тому, власне ігри та мовні ігри мають багато спільного. Це виявляється ще і в тому, що у власне іграх так само, як і у мовних іграх, застосовується велика кількість умовних підстановок – прийняття одного за інше, надання людям та речам різноманітних ролей за умовними правилами, зміна форм поведінки, жестів, фраз тощо [12, 338].

Філософи та лінгвісти вважають мовну гру однією із фундаментальних якостей людської природи. Цей вид діяльності не має на увазі якоу-небудь практичну мету. Завдання мовної гри – зробити задоволення людям, які беруть участь у ній. Це стосується і гри слів.

Однією з причин поширення гри слів є, на думку фахівців, комунікативна рівність адресата та адресанта, де адресант має можливість розраховувати на розуміння його мовленнєвої творчості у вигляді гри слів. Варто зазначити, що мовна гра відбувається за правилами, до яких належать: 1) наявність учасників гри слів – автора тексту й того, хто цей текст отримує; 2) наявність ігрового матеріалу, тобто мовних засобів; 3) умови гри; 4) знайомство учасників з умовами гри; 5) поведінка учасників, яка відповідає умовам та правилам гри [17, 105].

Пошук нових засобів та способів надання матеріалу відкриває цікаві можливості для різноманітних мовних та стильових експериментів. Автор тексту часто “перевертає” наявні норми та правила в мові, оскільки мова є одним із найважливіших інструментів вираження думок і почуттів.

Розбіжностей у визначенні поняття гри слів як у вітчизняних, так і в зарубіжних учених немає. Отже, по-перше, гра слів визначається як стилістичний засіб. Серед дослідників поширеною є думка, що гра слів – це певною мірою навмисна плутанина, яка ґрунтується на багатозначності слів, на переплетінні двох омонімічних лексем [1, 290]. Наприклад: *Sigmund Freuds Freude; Der rote Gerhard Roth; Frieder schließt Frieden* тощо.

У питанні про те, чи варто ототожнювати поняття “гри слів” та “каламбур”, більшість дослідників дотримуються одностайної думки, що їх можна вважати синонімічними [3, 175]. Отже, і в нашому дослідженні ми вважаємо ці поняття взаємозамінними. Хоча погоджуємося з тим, що інколи каламбур можна вважати тільки різновидом словесної гри. Каламбур – це дотеп, стилістичний прийом, основу якого становить використання різних значень якогось одного слова або кількох семантично різних слів, які схожі фонетично за своїм звучанням [21, 315]. Гра слів, або каламбур, – це фігура,

побудована на несуміжності понять [24, 221]. Основу для такої несуміжності можуть створювати багатозначність слів та словосполучень, омонімія, звукова подібність. Це три основні аспекти. Але існують й інші [2, 82].

Деякі вчені схильні виділяти наступні види гри слів: 1) гра слів, заснована на багатозначності: *mit einer Not' aus der Not helfen*; 2) гра слів, заснована на омофонних лексичних елементах, що означає комічну або іронічну зміну слова чи стійкого словосполучення (прислів'я, приказки, відомі цитати) для надання їм нового, нерідко протилежного значення. Так будується багато жартів, анекдотів та загадок; 3) гра слів, побудована на трансформаціях крилатих виразів: *Eifersucht ist Leidenschaft, die mit Eifer sucht, was Leiden schafft*; 4) гра слів, побудована на мовних парадоксах: *Einmal ist keinmal; Er brach den Spiegel auf und das Gespräch nicht ab*.

Але, окрім вищезазначених видів, існує гра із синтагмами, тобто з послідовністю лексем, які входять до словникового складу мови як єдине ціле (прислів'я і приказки) [44, 236]. Деякі дослідники звертають увагу на те, що дослівне сприйняття прислів'їв є також грою саме слів (прислів'я), а не грою речень [42, 271].

Цікавим випадком використання гри слів є утворення скорочень [41, 278]. Такі аббревіатури, коли читаються, утворюють явище “псевдоомонімії”. Наприклад: *LUST, GIRL, AUGEN, OBST, EVA (Eigenes Vergnügen angestrebt)*. Ці слова є скороченнями й одночасно самостійними лексемами із власними значеннями [46, 70].

Часто вони можуть використовуватися для неправильного тлумачення змісту, створення плутанини [5, 167]. Наприклад: *Tod – Triumph ohne Dauer*.

Як зазначалося вище, “гра слів” є вузьким поняттям, а “мовна гра” охоплює сумарну кількість всієї гри, яка є в мові [9, 189]. Отож не слід ототожнювати ці два поняття. Тим паче в цих поняттях є багато спільного: мовна гра, так само як і гра слів охоплює риторичні фігури [6, 201]. Наприклад: *Genial einfach – einfach genial*. По-друге, каламбур може бути створений завдяки вдалому використанню антитези, наприклад: *Die Stadt ist groß und klein ist das Gehalt*.

Уживання паралелізмів також часто призводить до виникнення гри слів: *Spät kam er, aber er kam* [45, 104]. Німецький учений Франк Гейберт зазначає, що це явище можна аналізувати на основі трьох рівнів. *Перший рівень* – техніка. На цьому рівні аналізу гри слів розглядається більшість наявних типологій; описуються та класифікуються різні способи творення гри слів. *Другий рівень* – зміст. Паралельно з технікою гри слів (її семантикою) на цьому рівні увага приділяється семантичним структурам. Виходячи із семантичних та прагматичних категорій, учений виділяє два основні види гри слів: а) *гра комплексних текстів* – (у деяких моментах вона переплітається з традиційним видом гри – двозмістовністю) – зумовлює появу форм багатозначності. При цьому використовується гра з лексемами; б) *аномалії у вираженні* – частково визначаються як “гра зі

звучанням”. Під ними розуміють форми аномальних, нових висловів, які не закріплені в основному лексиконі та зміст яких є однозначним. Третій рівень аналізу гри слів – функціонування. Він стосується прагматичного та риторичного аспектів гри слів [42, 26–27]. На цьому етапі дослідження виникає питання: Як функціонує гра слів та який вона має ефект?

Отже, гра слів (каламбур) полягає у гумористичному вживанні одного слова з різним значенням або у вживанні двох слів поряд, які за звуковим оформленням дуже схожі [11, 147]. Наприклад: *Eifersucht ist Leidenschaft, die mit Eifer sucht, was Leiden schafft; Der Euro ist ein Teuro; Полетіла б наша ковбаса понід небеса, а не в наші роти; Пошли, Боже, з неба, чого нам треба.*

Далі варто зупинитися на основних формах вияву гри слів [4, 35–36]. Уживання її у більшості випадків ґрунтується: 1) на схожості звучання голосних або їхньої ідентичності (пароніми, омоніми); 2) на факті, що слову властиво мати різні значення (полісемія); 3) на можливості розуміння ідіоматичних виразів буквально або в переносному значенні; 4) на формах граматичної багатозначності.

Розглянемо більш детально кожен з форм вияву гри слів для глибшого вивчення цього явища.

Омоніми – це слова, що мають однаковий звуковий склад, але відмінні, цілком самостійні за своїм значенням [14, 18]. Ця група слів у деяких випадках призводить до непорозуміння. Саме на цій їхній властивості будується гра слів та різноманітні каламбури [40, 152]. Наприклад: *Wer nichts achtet, achtet sich selbst*. Особливість слів-омонімів полягає у тому, що ці слова хоч і мають однакове звучання й написання в усіх чи в певних граматичних формах, але за своїм значенням внутрішньо не зв’язані, наприклад: *луг* – угіддя для сінокошу й *луг* – розчин, що утворюється при поєднанні солі з кислотою; *der Strauß* – букет, *der Strauß* – поєдинок, *der Strauß* – страус; *der Bauer* – селянин, *der Bauer* – будівник, *das Bauer* – клітка для птахів [25, 64].

Лексичні омоніми поділяються на дві групи [39, 80]. Першу групу становлять повні, або абсолютні, омоніми. Особливість їх полягає у тому, що вони збігаються в усіх граматичних формах [16, 174]. Такі омоніми існують у межах певної частини мови.

Сучасна українська мова багата на такі слова, які подані здебільшого іменниками та дієсловами [38, 128]. Наприклад: *бал* – вечір з танцями і *бал* – одиниця виміру сили якогось природного явища, цифрова оцінка успіхів.

У німецькій мові також нерідко трапляються лексичні омоніми цієї групи [29, 368]. Наприклад: *die Miene* – вираз обличчя, *die Mine* – копальня, рудник, *die Mine* – стержень (кульової ручки), графіт (олівця).

До другої групи лексичних омонімів належать неповні, або часткові, омоніми [22, 120]. Вони збігаються лише в частині граматичних форм. Отже, тут має місце омонімія певного слова стосовно частини парадигми,

морфологічних форм тощо [37, 212]. Два іменника будуть частковими лексичними омонімами тоді, коли один з них змінюється за числами, а другий має лише одну форму числа, наприклад: *кадри* (вживається лише в множині) – склад працівників і *кадри* (однина – кадр) – знімки на кіноплівці, окремі сцени чи епізоди з кінофільму; *рись* (вживається тільки в однині) – біг коня і *рись* (у множині рисі) – хижий звір. Різновидами лексичних омонімів є омоформи, омофони й омографи [27, 207].

Омоформи – це слова, в яких збігаються тільки окремі форми, наприклад: *ich trüge* (кон’юнктив від дієслова *tragen* “носити”) та *ich trüge* (теперішній час від дієслова *trügen* “обдурювати”) [35, 61].

Омофони – слова, що збігаються за вимовою в усіх чи окремих граматичних формах, проте мають різне значення і відмінне графічне зображення [30, 115]. Прикладом можуть слугувати наступні слова: *гриби* (множина іменника *гриб*) і *гребу* (наказова форма дієслова *гребти*); *die Saite* – струна й *die Seite* – бік, сторінка.

Пароніми – це слова досить близькі за звуковим складом і вимовою, але різні за значенням [31, 53]. Своєрідність паронімів у тому, що вони мають і вимову, і написання подібні, близькі, проте не тотожні, наприклад: *адресат* – *адресант*; *афект* – *ефект*; *еміграція* – *імміграція*; *мимохідь* – *мимохідь*; *приводити* – *проводити*; *приходити* – *проходити*; *ринути* – *скриніти*; *сумний* – *смутний*. А також у німецькій мові: *Je weniger Ausbildung, je mehr Einbildung*; *Arbeit und Fleiß, das sind die Flügel, sie führen über Strom und Hügel*; *Aufstieg statt Ausstieg*; *Konvent meint das Gegenteil von Konvention*; *All das ist kompliziert zu beantworten und verkompliziert worden in der jüngeren Geschichte der Gemeinschaft*; *Erst gar nicht will ich anfangen, von den vielen grossen und kleinen Städten zu schwärmen, in deren Strassen und Gassen wir neben unseren ausländischen Gästen stehen und den Reiz des Nahen wiederentdecken*.

Основну групу паронімів становлять слова, що семантично пов’язані між собою, частково збігаються за морфемним складом, близькі за походженням [31, 158]. Однією з прикмет паронімів є потенціальна можливість їхнього стилістичного використання [33, 15].

За характером семантичних зв’язків паронімічні слова умовно можна поділити на такі групи: а) пароніми синонімічні: *капля* – *крапля*; *повінь* – *повідь*; *важкий* – *тяжкий*; *блискучий* – *лискучий*; *кульгати* – *шкутильгати*; *стерегти* – *берегти*; б) пароніми антонімічні, коли в паронімічних зв’язках перебувають слова з протилежним значенням: *радіти* – *ридати*; *еволюція* – *революція*; *прогрес* – *регрес*; *густо* – *пусто*; в) паронімія з певною семантичною близькістю: *пролазити* – *прилазити*; *проносити* – *приносити*; *керуючий* – *керівник* – *керований*; г) пароніми однієї тематичної групи: *м’язи* – *в’язи*; *ніготь* – *кіготь*; *омар* – *кальмар*; *кіш* – *кiвш*; *калина* – *малина*; *вишеньки* – *черешеньки* [32, 191].

Пароніми, подібно до омонімів, використовуються як в українській, так і в німецькій мовах для створення словесної гри та каламбурів [36, 14]. Наприклад: *Иди, іди дощукі, зварю тобі борщукі в зеленому горщукі, поставлю на дубочку: дубочок схитнувся, а дощик линувся – цебром, відром, дійничкою над нашою пашичкою; Nicht die Geburt macht schlecht und gut, von Adel ist, wer edel tut; Es ist schwer, jemanden zu achten, wie er geachtet sein will; Vor alten Weibern soll man Ehrfurcht, vor alten Männern eher Furcht haben.*

Зі своєрідною стилістичною метою у мові використовуються не тільки пароніми, а й просто співзвучні слова різні за своєю предметною співвіднесеністю. Ця своєрідність стилістичного використання полягає у комічному чи образному зближенні співзвучних слів [34, 123].

Фігури мови, побудовані на комічному або образному зближенні співзвучних слів називаються парономазією [13, 90]. Парономазія як стилістичний засіб відома і художній літературі, і народній творчості [18, 60]. Наприклад: *Tu йому про Тараса, а він тобі німтораста; Der Zwerg bleibt immerda ein Zwerg und ständ' er auf dem höchsten Berg; Selten ist wohl abgefangen, was nicht wohl ist angefangen; Eile mit Weile; In Ängsten findet manches statt, was sonst nicht stattgefunden hat; Reiche den Armen nach deinem Vermögen; Das Geld regiert die Welt; Probieren geht über Studieren; Was nicht passt, wird passend gemacht; Kulturelle Verschiedenheit ist ein Segen, keine Sünde.*

Терміни паліндром, паліндромон, перевертень, рак літеральний у поетичному словнику вживаються на позначення художнього тексту, який прочитується порядково зліва направо і справа наліво, як завжди тотожно або так само від початку вірша до кінця й зворотно [28, 26]. Наприклад: *Сіно косив, високо ніс; А казок у козака – ого-го!; Одне дно.*

Що стосується української паліндромної поезії, то вона має давню історію та основоположні теоретичні засади, що сягають епохи Бароко й пов'язані насамперед з розвитком поетичної науки в Києво-Могилянській академії XVII – першої половини XVIII століть [23, 130].

До найбільш видатних поетів-паліндромістів можна віднести Івана Величковського зі збіркою “Млеко од овці пастиру належне, або труди поетицькі, во честь преблагословенної діви Марії” та Митрофана Довгалевського з його збіркою “Поетика. Сад поетичний”. Відомими авторами паліндромної поезії сучасності є Володимир Лучук, Микола Мірошніченко та Анатолій Мойсієнко.

Автори паліндромів часто не задумуються над тим, наскільки складно може виявитися читання вірша. Вони тяжіють до створення певного роду глибокого естетичного смислу. Паліндроми потрібно розглядати як літературне явище зі всіма його ознаками.

Поет Семен Кірсанов вважає, що паліндром являє собою “своєрідну самориму”, оскільки слово мови римується із самим собою. Далі він

зазначає: “Висока майстерність і вимогливість митця, бездоганне чуття слова здатні зарадити тому, аби саморима не обернулася смисловою абракадаброю і навпаки, аби, зрештою, про раковий вірш можна було казати як про цілісну, гармонійну структуру, що відкриває багатющі потенційні можливості рідної мови” [28, 51].

На думку автора паліндромної поезії А.К.Мойсієнка, на процес паліндромотворення впливає безпосередньо характер національної мови, а саме: відмінність у лексичній організації різних мов. Для іноземця така поезія – це лише “нісенітниця, римовані витребеньки” [28, 13–14].

Доречним є навести декілька прикладів паліндромів як українською, так і німецькою мовами для порівняння цього цікавого явища в обох мовах. Звернемося до поезії А.К. Мойсеєнка :

Меча років – об вікна ранків, бо вік орачем.

Меча років – об риму мир, бо вік орачем [28, 67].

Цей вірш є яскравим прикладом паліндрома або рака літерального. Якщо прочитати рядки зліва направо та навпаки, виявиться, що вони є однакові.

Найпоширенішими в німецькій мові є слова-паліндроми. Такі групи слів є однаковими з обох сторін (зліва та справа), але нерідко тільки візуально чи фонетично [43, 160]. Наприклад: *Renner, stets, nun, Anna, Otto, Ebbe, Uhu, Tat, tot, tut, nennen, Neffen, Lagerregal; Ecke, nehmen; frei-reif, Post-stop, Regal-Lager, Ton-Not.*

Тим не менш поширеними є також паліндромні речення. Наприклад:

Die Liebe flieht: Hilfe bei Leid!

Die Liebe ist Sieger, rege ist sie bei Leid.

Ein Eheleben stets, Nebelehe nie!

Ein Neger mit Gazelle zagt im Regen nie.

Nie reibt im Regen Neger mit Bier ein!

Neuer Dienst mag Amtsneid reuen.

Anni mag Lehrer, helga Minna.

Одразу варто зазначити, що глибокого змісту в таких паліндромах шукати не варто.

Отже, гра слів є стилістичним явищем, яке часто ґрунтується на багатозначності слів, а також на явищах омонімії та паронімії. Каламбури визначаються ще й як дотеп, стилістичний прийом, основу якого становить використання різних значень якогось одного слова або кількох семантично різних слів, котрі схожі фонетично за своїм звучанням.

Гра слів використовується в багатьох випадках для створення плутанини або певного гумористичного ефекту. Однією із головних функцій гри слів є також підсилення впливу висловлення, думки.

Було також встановлено, що на це явище можна натрапити в пресі, у художній літературі, зокрема в паліндромній поезії, у висловленнях відомих людей та афоризмах, у комп’ютерному сленгу та рекламних текстах.

Уживання гри слів у більшості випадків ґрунтується на схожості звучання голосних або їхньої ідентичності (пароніми, омоніми); на факті, що слову властиво мати різні значення (полісемія); на можливості розуміння ідіоматичних виразів буквально або в переносному значенні; на формах граматичної багатозначності. Як було зазначено вище, особливим випадком використання й творення гри слів є паліндромна поезія та просто слова-паліндроми, які прочитуються в обидві сторони однаково.

Таким чином, розмежування понять *мовна гра* та *гра слів* забезпечує перспективність наукового пошуку, оскільки є ряд проблем, які потребують свого розв'язання, наприклад, переклад гри слів тощо.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Алексеева Л.М., Аннушкин В.И., Баженова Е.А. Стилистический энциклопедический словарь. – М.: Наука, 2003. – 340 с.
2. Арсеньєва М.Г., Строева Т.В., Хазанович А.П. Многозначность и омонимия. – Львов, 1996. – 210 с.
3. Баранникова Л.И. Основные сведения о языке. – М.: Просвещение, 1982. – 271 с.
4. Білоус О.М. Гра слів як перекладацька проблема // Вісник Сумського державного університету. – 2005. – № 5. – С. 35–40.
5. Брандес М.П. Переводческая стилистика. – М.: Высшая шк., 1988. – 258 с.
6. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка. – М.: Высшая шк., 1990. – 320 с.
7. Брандес М.П. Стиль и перевод. – М.: Высшая шк., 1988. – 126 с.
8. Булыгин Т.В., Шмелев А.Д. Аномалии в тексте: проблемы интерпретации. – М., 1990. – 302 с.
9. Васильева В.С., Юханов А.С. Семантические и стилистические вопросы словообразования. – Донецк, 1987. – 193 с.
10. Вежбицка А. Язык. Культура. Познание. – М., 1997. – 279 с.
11. Виноградов В.В. Об омонимии и смежных явлениях. – М.: Высшая шк., 1986. – 190 с.
12. Витгенштейн Л. Философские исследования. – М.: Гнозис, 1994. – 412 с.
13. Витковская Л.В. Стилистика и культура речи. – Пятигорск, 2000. – 175 с.
13. Гладкий П.В. Лексическая омонимия имен существительных в немецком языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1987. – 28 с.
14. Григорян Г.П. Философия сознания Л.Витгенштейна: Проблемы интерпретации. – М., 1991. – 207 с.
15. Грицюк А.П. Деякі питання лексичної омонімії в німецькій мові // Тези доповідей. – Львів, 1996. – 269 с.
16. Грязнов А.Ф. Философия языка Л.Витгенштейна. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – 194 с.
17. Дмитренко В.А. Формулы шуток и особенности их перевода // Вісник Сумського державного університету. – 2003. – № 4. – С. 57–60.
18. Догнак С.В. Языковая игра и обманутое ожидание // Критика и семиотика. – 2001. – № 3-4. – С. 78-84.
19. Дротянко Л.Г. Філософські проблеми мовознавства. – К.: КНЛУ, 2002. – 173 с.
20. Дудик П.С. Стилiстика української мови. – К.: Академія, 2005. – 368 с.
21. Жовтобрюх М.А. Сучасна українська літературна мова. – К.: Наук. думка, 1978. – 438 с.
22. Залевская А.А. Текст и его понимание. – Тверь, 2001. – 225 с.

23. Казакова Т.А. Практикум по художественному переводу. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 310 с.
24. Карпенко Ю.О. Вступ до мовознавства. – К.: Либідь, 1991. – 278 с.
25. Кочерган М.П. Вступ до мовознавства. – К.: Академія, 2001. – 367 с.
26. Лисиченко А.А. Бесіди про рідне слово. – Харків, 1993. – 210 с.
27. Мацько Л.І. Стилїстика української мови. – К.: Вища шк., 2003. – 462 с.
28. Мойсієнко А.К. Віче мечів: Паліндроми або раки літеральні. – К.: Задуга, 1999. – 104 с.
29. Огуй О.Д. Лексикологія німецької мови. – Вінниця: Нова книга, 2003. – 416 с.
30. Одинцов В.В. Стилїстика текста. – М.: Высшая шк., 2004. – 130 с.
31. Пентиліук М.І. Культура мови і стилїстика. – К.: Вежа, 1994. – 240 с.
32. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови. – Тернопіль: Навчальна книга, 2000. – 248 с.
33. Потапенко О.І. Цікаве мовознавство. – Біла Церква, 1996. – 187 с.
34. Реформаторский А.А. Введение в языкознание. – М.: Высшая шк., 1996. – 204 с.
35. Ризель Э.Г., Шендельс Э.И. Стилїстика немецкого языка. – М.: Высшая шк., 1975. – 289 с.
36. Русанівський В.М. Український гумор і його мова // Мовознавство. – 2005. – № 2. – С. 1–17.
37. Степанова М.Д., Чернышева И.И. Лексикологія современного немецкого языка. – М.: АCADEMIA, 2003. – 251 с.
38. Сучасна українська літературна мова. Стилїстика // За загальною редакцією академіка І.К. Білодіда. – К.: Наук. думка, 1973. – 587 с.
39. Шайкевич А.Я. Введение в лингвистику. – М.: Просвещение, 1995. – 302 с.
40. Шевелева Л.В. Лексикологія современного немецкого языка. – М.: Высшая шк., 2004. – 240 с.
41. Delebastita, Dirk. Wortspiele // In „Handbuch Translation“ Mary Snell Hornby, Hans G.Hönig/Paul Kußmauer, Peter A.Schmitt (Hrsg.). – Tübingen: Stauffenburg-Verlag, 1999. – S. 285-288.
42. Heibert, Frank. Das Wortspiel als Stilmittel und seine Übersetzung. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1993. – 319 S.
43. Helmut Krause. Spiel und Lernen // Moderne Sprachen / Verband der Österreichischen Neuphilologen: Salzburg, 1995. – № 3-4. – S. 158–190.
44. Kühn, Ingrid. Lexikologie. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1994. – 390 S.
45. Riesel, Elise. Stilistik der Deutschen Sprache. – Moskau: STAATSVERLAG „Hochschule“, 1963. – 350 S.
46. Tecza, Zygmunt. Das Wortspiel in der Übersetzung. Stanislaw Lems Spiele mit dem Wort als Gegenstand interlingualen Transfers. – Tübingen: Niemeyer, 1997. – 134 S.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олександр Білоус – кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету іноземних мов КДПУ ім. В.Винниченка.

Наукові інтереси: семантико-стилїстичний аналіз художніх творів, які підлягають перекладу, лексикологія німецької мови, теорія та практика перекладу.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ІНСПІРАТИВНОЇ ФУНКЦІЇ В ТЕКСТАХ АМЕРИКАНСЬКОЇ ЦЕРЕМОНІАЛЬНОЇ ПРОМОВИ

Олена ГУНДАРЕНКО (Кіровоград)

Стаття присвячена визначенню та опису засобів вербалізації інспіративної функції американської церемоніальної промови як однієї із провідних, що впливають на формування лінгвопрагматичного потенціалу текстів.

The paper aims to single out and describe verbal means of actualization of inspirational function as one of the leading functions of American ceremonial speech which influences the formation of its linguo-pragmatic potential.

Американська церемоніальна промова (ЦП) як комунікативно-мовний продукт [див. 3, 341] виконує основні функції публічного мовлення, що зумовлюють її комунікативно-функціональний характер та інтенційність яких визначає її лінгвопрагматичний потенціал. Під функціями американської ЦП розуміємо „роль, яку виконують мовні одиниці при їхньому відтворюванні в мовленні” [9, 327]. Серед провідних функцій американської ЦП виокремлюємо інтегративну, інспіративну та персуазивну, що зосереджені на факторі адресата спілкування та якнайкраще відображають специфіку інтенційності її текстів.

Мета статті – виокремити та описати засоби вербалізації інспіративної функції американської церемоніальної промови задля вивчення лінгвопрагматичного потенціалу її текстів. Матеріалом дослідження слугували 200 текстів американської церемоніальної промови.

Американська церемоніальна промова характеризується спонукальною силою висловлення, що виражається в натхненні, заохоченні мовця до дії: духовної, інтелектуальної чи фізичної, заради щасливого та мирного майбутнього, успіху в життєдіяльності [7, 426], та реалізується такими стилістичними фігурами: **повтор, антитеза, гіпербола, метонімія**, а також комунікативними засобами: **дієсловами-перформативами** [7, 276]. Дослідимо особливості засобів вербалізації інспіративної функції в нашому матеріалі дослідження

До стилістичних засобів реалізації інспіративної функції в текстах американської ЦП належить повтор. Характерним є використання лексичного повтору в поєднанні з синтаксичним, що призводить до паралелізму [див. 6, 223]. Цей прийом використовується, аби зафіксувати певний стан в свідомості аудиторії. Адресат церемоніальної промови знаходиться в нерівній позиції з мовцем через відсутність можливості повернутися до елементів прочитаного тексту для їхнього запам'ятовування, роздумів та висновків – саме цими можливостями має забезпечити слухача промовець. Повтори в ЦП сприяють запам'ятовуванню мовлення,

привертають та акцентують увагу аудиторії на найважливіших фрагментах тексту.

За результатами контекстуального аналізу, найчастотнішим повторюваним висловленням у досліджуваному масиві текстів ЦП (20 прикладів уживань) є біблійний вираз: “*There is a universal call to love a neighbor as you like to be loved yourself*”, який промовляється президентом з року в рік у різних контекстах з метою переконати людей у необхідності зближення та об’єднання, навіяти почуття взаємної необхідності й турботи, про які зазначається у Священній книзі.

З позиції рекурентних одиниць, у текстах американської ЦП розрізняємо неупорядкований та упорядкований повтори. Останній може бути дистантним (анафора, епіфора) та контактним (анадиплозис). У матеріалі дослідження анафора не тільки виконує функцію зв’язку окремих частин висловлення в ціле, а й допомагає підкреслити впевнений емоційний настрій мовця, рівномірний або зростаючий за своєю впевненістю, як правило, оптимістичний, наприклад: *We have faced challenges. We have faced them together* [Bush, 01.19. 2005] тощо. Як свідчать приклади, для текстів американської ЦП є характерним багаторазовий повтор. Це пояснюється тим, що для переконливості фрази її треба вжити кілька разів у межах основної частини промови [див. 2, 312]. Окрім сприяння запам’ятовування такий тип повтору забезпечує зв’язність тексту та підкреслює його емоційно-сміслову тональність.

В ораторському мовленні паралельні структури вживаються з метою виділення головної думки висловлення, переконання слухача прийняти точку зору мовця. У наведеному прикладі паралелізм утворюється вживанням конструкцій *it is/it was*, які виступають засобом інтенсифікації значення певних елементів конструкції: *September the 11th was a day of great horror and great heroism. It was the first day of a long struggle against determined enemies. It was the first day in which this mighty nation will hunt down the killers <...>* [Bush, 05.15.2002]. Порухуючи прямий порядок слів у реченні й виокремлюючи тим самим певний його член, автор змінює ритміко-інтонаційний малюнок фрази, збільшує смислове навантаження синтаксичних одиниць, що розраховано на привертання уваги адресата та подальше запам’ятовування найважливіших, на думку адресанта, фрагментів тексту.

У текстах ЦП дистантний повтор може реалізуватися засобом епіфори, яка поєднує лексичним повтором останні рядки висловлень. Ці види повторів увиразнюють мову, підсилюють і підкреслюють думки, сприяючи запам’ятовуванню основних моментів тексту, і цим заохочують до виконання певної дії: *And prevail we must, because we fight for one thing, and that is the freedom of our people, and the freedom of people everywhere* [Bush, 11.11.2001].

Іншим риторичним засобом у матеріалі дослідження є анадиплозис, тобто контактний повтор, що зв’язує кінець мовного ряду з початком наступного [див. 4, 22]. Метою такого повтору є зафіксувати слова

промовця в пам'яті адресата, переконуючи його в правильності обраної позиції, і тим самим заохочуючи до спільних дій: *People who serve with such distinction and such courage that whenever an American hears the word police or fire we think differently. We think differently about the job* [Bush, 11.11.2001].

У текстах американської ЦП знаходимо приклади поєднання контактного та дистантного повторів, що сприяє запам'ятовуванню найважливішої ідеї висловлення, суть якої полягає в спонуканні до національної єдності, підкреслюючи переваги американської нації: *This training center here makes us a better country. It's a better country when you've got people who are willing to help people help themselves. It's a better country when people can own their own homes. When you own something, it makes America a better place* [Bush, 09.02.2002].

Частими є випадки, коли повторюваною одиницею виступають окремі синтаксичні конструкції, у тому числі й речення, які є структурними складовими більших синтаксичних утворень. Повторюючись, вони повністю входять до складу наступного речення, вводячи додаткову інформацію, з метою привернути увагу до ключових фрагментів тексту. За допомогою такого прийому адресант спонукає адресата зайняти спільну з ним позицію: *Americans are returning, as we must, to the normal pursuits of life. Americans are returning, as we must, to the normal pursuits of life. So difficult to explain. So difficult to accept* [Bush, 10.11.2001].

Іншим видом повтору, характерним текстам американської ЦП, є повтор спільнокореневих слів, що дозволяє сконцентрувати увагу на проблемі, „розщепити” її та сформулювати тематичну лінію, яка вводиться ключовим, тематичним словом [див. 8, 87; 10, 333]. Крім того, такий вид повтору сприяє здійсненню психологічного впливу на реципієнта завдяки концентрації уваги на темі повідомлення, що формується за допомогою спільнокореневих слів: *I want to encourage families to try to have all the same celebrations you would have. Mrs. Bush, what word of encouragement can you give to those children whose mom or dad might be deployed over the holidays?* [Bush, 12.12.2005].

Інспіративна функція американської ЦП реалізується також за допомогою стилістичної фігури антитези, що є поширеною в ораторському мистецтві, та сутність якої полягає в драматичному запереченні певної тези чи у вмотивованому контрастуванні смислових значень бінарних образів [див. 5, 48]. Приклади вживання антитези в проаналізованих нами текстах можна поділити на такі групи, відповідно до найбільш поширених опозицій, які властиві зіставлюваним об'єктам: 1) опозиції „добро – зло”, „хороший – поганий”; 2) опозиція „горе – радість”; 3) опозиції „свобода – гніт”, „гніт – надія”; 4) опозиція „знання – неучтво”; 5) опозиція „жорстокість – жалість/співчуття/сміливість”.

До прикладів антитези з опозиціями „добро – зло”, „хороший – поганий” відносимо: *This nation is confronting a terrible evil, and we are*

overcoming evil with good [Bush, 07.04.2002]; *Oklahoma City will always be one of those places in our national memory where the worst and the best both came to pass* [Bush, 02.19.2001] тощо. Кожна із визначених опозицій має другий елемент позитивним, що імплікує перемогу „добра” над „злом”, пропонуючи гарні перспективи для американської нації.

Інша опозиція „горе – радість” відбивається в наступних прикладах антитези текстів ЦП: *We've been united in our grief, and we are united in our resolve to protect our people and to defeat the enemies of the United States of America* [Bush, 07.04.2002]. Антитеза з опозицією „горе – радість” спонукає адресата єднатися, щоб бути сильним у боротьбі з ворогом чи нещастям, та закликає звернутися до молитви як джерела віри в Бога.

Опозиції „свобода – гніт”, „гніт – надія” формують ще одну групу антитез у ЦП, де „свобода” та „надія” є більш сильними елементами бінарних образів, імплікуючи існування сильної, незалежної, демократичної країни, наприклад: *The moral choice between oppression, which is always wrong, and freedom, which is eternally right* [Bush, 11.04.2005]; *The fall of the Berlin Wall showed the world that the love of liberty is stronger than the will of tyranny* [Bush, 11.09.2005]. Ілюкативна сила цих висловлень полягає в надиханні нації на віру в ті ціннісні орієнтири, які вважаються традиційними для більшості людства, іншими словами, історично сформовані ідеали.

Антитеза з дихотомією „знання – неучтво” зустрічається, як правило, у текстах американської ЦП, що присвячені темам освіти чи науки США, та часто повертає увагу адресата до питання навчання й виховання дітей з метою, за словами чинного президента Дж.Буша, “*to prepare good students to be good citizens*”, наприклад: *They teach children how to read and write, and they teach children right from wrong. They teach students to love knowledge and to disdain ignorance* [Bush, 04.23.2001].

Антитеза „жорстокість – жалість/співчуття” знаходить своє відображення в пам’ятних промовах корпусу нашого експериментального матеріалу та підкреслює негативне ставлення адресанта до злоби й жорстокості людства, надихаючи адресата бути співчутливим і готовим на самопожертви заради інших: *This is a year in which we were stunned by humanity's capacity for cruelty and violence. It is a year in which we were astonished by humanity's capacity for compassion and self-sacrifice* [Bush, 09.26.2001].

Ще одним стилістичним засобом актуалізації інспіративної функції в текстах американської ЦП є гіпербола, що полягає в надмірному перебільшенні характерних властивостей чи ознак певного предмета, явища або дії задля особливого увиразнення зображення чи виявлення емоційно-естетичного ставлення до нього [див. 5, 161]. За допомогою гіперболи адресант наголошує на перевагах американської нації, тим самим підсилюючи почуття її винятковості, та надихає на подальші дії, наприклад:

The compassion reflected in hospice care is one of the reasons America has the best health care system in the world [Bush, 12.02.2005] тощо.

Як свідчить експериментальний матеріал, промовець звертається до образів гіперболи, згадуючи національних героїв і видатних людей США та дещо перебільшуючи їхні заслуги й вчинки, пропонуючи їх як зразки для наслідування, наприклад: *This tireless broadcaster is up every day before the sun* <...> [Bush, 11.09.2005].

Чинний президент США Дж.Буш звертається до гіперболічних образів також під час інавгураційної промови, наголошуючи на силі своїх можливостей заради майбутнього успіху країни, наприклад: *I will do all I can do to deserve your trust* [Bush, 11.03.2004]; *I'll never forget that I hold the highest office of the land and, with it, comes an awesome responsibility and I accept it gladly, and I'm not going to let you down* та інші [Bush, 06.08.2001].

Інспіративна функція американської ЦП реалізується за допомогою стилістичної фігури метонімії, що побудована на перенесенні значення за суміжністю [див. 5, 456]. Метонімічні образи часто вживаються адресантом у текстах американської ЦП, щоб показати на чому слід фокусувати енергію адресата, наприклад: *Eventually, the call of freedom comes to every mind and every soul* [Bush, 11.03.2005].

За допомогою стислих описів, характерних метонімії, промовець говорить від імені всієї американської нації, наголошуючи на її єдності та спільності думок, тим надихаючи на подальшу консолідацію всього суспільства: *America has spoken, and I'm humbled by the trust and the confidence of my fellow citizens* [Bush, 12.03.2004] та інші .

Інспіративна функція американської ЦП також реалізується за допомогою таких комунікативних засобів як перформативи, тобто висловлень, еквівалентних дії, вчинку, основна мета яких надати мовленнєвої форми конвенціям [див. 1, 176]. Виділяємо три групи перформативних дієслів у матеріалі дослідження. До першої з них належать дієслова, що позначають пропозиції, поради та прохання, серед них: *to encourage, to urge, to call on/upon, to direct, to request, to ask*, іллокутивна сила яких полягає в натхненні та спонуканні до виконання певних спільних дій. У 200 текстах ЦП знаходимо 158 прикладів вживання виділеної групи перформативів, наприклад: “*I encourage all Americans to observe this day with appropriate civic, community, and service programs ...*” [Bush, 01. 13.2006]; “*I urge all Americans to reflect on the blessings of our religious freedom ...*” [Bush, 01.16.2004]” тощо. У виокремлених прикладах есплікується заклик до єдності всієї американської нації заради вшанування культурно-історичних традицій країни та збереження її основних цінностей.

Другою поширеною групою перформативних дієслів у ЦП є дієслова, що позначають благословення та побажання (107 прикладів), які передаються конвенційною формою наказового способу *May+Infinitive* (особливо поширеною в досліджуваному матеріалі є конструкція *May God bless...*),

висловленням побажання *I wish*, наприклад: *May God continue to bless our grand country* [Bush, 01.23.2006]; *I wish every one of you the very best in every sport, every game, every slalom, every turn of the ice* [Bush, 02.10.2006]. У такий спосіб адресант надихає націю на успіх, досягнення та щасливе майбутнє.

Третьою за частотою групою перформативних дієслів, що реалізують інспіративну функцію в текстах американської ЦП, є дієслова, які описують мовленнєві ритуали, а саме: подяки, запрошення, поздоровлення. У текстах ЦП знаходимо 55 прикладів таких уживань, серед них: *And so today we're here to say thanks for what you've done* [Bush, 01.30.2006]; *Again, we congratulate our recipients and thank you for a job well done* [Bush, 04.14.2005]. За допомогою цієї групи перформативних дієслів адресант спонукає аудиторію взяти активну участь у святкуванні чи вшануванні соціально-вагомої комунікативної події, вітає й завдячує за досягнення в різних галузях знань і цим заохочує до подальшої творчої праці та успіхів.

Узагальнимо результати нашого дослідження у вигляді таблиці (див. табл. 1).

Таблиця 1

Засоби вербалізації інспіративної функції в текстах американської ЦП

Вербалізатори інспіративної функції		Приклади	Функція
Стилістичні фігури	Повтор (анафора, епіфора, кільце, анадиплозис)	<i>We look forward to seeing the spirit of the No Child Left Behind law in your plans. We look forward to strong accountability systems.</i> <...> [Bush, 01.08.2003]	емоційно-художній вплив на адресата
	Антитеза	<i>We will once again show the world that the worst adversities bring out the best in the American people</i> [Bush, 09.08.2005]	контрастування смислових значень бінарних образів
	Гіпербола	<i>Every hour of every day, on the coldest nights, in the hardest rain, there is a sentinel of the U.S. Infantry guard</i> [Bush, 05.31.2004];	підсилення виразності, надання висловленню емпатичного характеру
	Метонімія	<i>No wonder America sees itself in Thomas Jefferson. Thomas Jefferson still inspires us</i> [Bush, 04.12.2001]	асоціативна
Комунікативні засоби	Дієслова-перформативи	<i>Encourage, urge, call upon, congratulate, to say thanks</i>	спонукування та заохочення до подальших дій

Отже, особливістю вербалізації інспіративної функції американської ЦП є те, що за допомогою стилістичних фігур: повтору, антитези, гіперболи й метонімії та комунікативних засобів: різних груп дієслів-перформативів, передається інтенційність задуму мовця, що полягає в збудженні психологічного стану адресата шляхом акцентування чи виділення найважливіших елементів висловлення, які сприяють заохоченню й спонуканню адресата до виконання певних фізичних або інтелектуальних дій.

Подальшою перспективою дослідження може бути вивчення засобів вербалізації таких провідних функцій американської церемоніальної промови як інтегративна та персуазивна.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2004. – 344 с.
2. Браун Л. Имидж – путь к успеху: Пер. с англ. – СПб: Питер Пресс, 1996. – 288 с.
3. Гундаренко О.В. Церемоніальна промова як тип публічної комунікації // Наукові записки. – Випуск 67. – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В.Винниченка, 2006. – С. 341-347.
4. Литературный энциклопедический словарь / Под ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – 752 с. –ЛЭС
5. Літературний словник-довідник / Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. – К.: Академія, 1997. – 752 с.
6. Lucas S.E. The Art of public speaking. – Madison: University of Wisconsin, 1992. – 414 p.
7. Osborn M., Osborn S. Public speaking. – 3d edn. – Memphis: Memphis State University, 1994. – 445 p.
8. Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення: Монографія. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 240 с.
9. Словник лінгвістичних термінів / Під ред. Д.І. Ганич, І.С. Олійник. – К.: Вища шк., 1985. – 360 с.
10. Соколова І.В. Прагматичні параметри функціонування категорії повтору в текстах-анонсах // Науковий вісник кафедри Юнеско Київського державного лінгвістичного університету. – Філологія. Педагогіка. Психологія. – Випуск 1. – К.: Видавничий центр КДЛУ, 2000. – С. 332-338.
11. Commission speeches and public statements archive, 2001 – 2006. – Online: <http://www.sec.gov/news/speech/speecharchive/2001speech.shtml>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Гундаренко – аспірантка кафедри перекладу та загального мовознавства КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: комунікативна лінгвістика, лінгвістика тексту, лінгвокультурологія, риторика.

ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЕДИНИЦЫ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ

Вероника ЗАДУНАЙ (Днепропетровск)

Статтю присвячено вивченню іншомовних одиниць як засобу реалізації прагматичного ефекту у назвах газетних матеріалів на графемному, фонетичному та лексичному рівнях мовної системи. Запропоновано визначення поняття «прагматичний ефект» та критерії ідентифікації іншомовного слова як ексклюзивного запозичення. З'ясовано природу прагматичного ефекту відповідно до рівня його реалізації.

The article deals with the investigation of borrowed words as a means of realisation of pragmatic effect in newspaper titles at graphemic, phonetic and lexical levels of language system. The definition of notion of pragmatic effect and the criteria of identification of borrowed word as a exclusive borrowing are suggested. The peculiarity of pragmatic effect according to the level of its realisation is determined.

Исследование языковых единиц в рамках прагматической парадигмы является в настоящее время одним из актуальных направлений современной лингвистики. Данная статья продолжает и в некоторой степени обобщает ряд наших публикаций [8], посвящённых изучению прагматического аспекта иноязычных единиц в названиях газетных материалов.

Отправной точкой нашего исследования послужила неоднократно высказываемая в специальных работах мысль о том, что прагматика пронизывает все уровни языка [4], ибо, как отмечает Н.Д. Арутюнова, «прагматические характеристики составляют неотъемлемую часть всех единиц, обладающих значением – морфем, слов, словосочетаний, фразеологических единиц, синтаксических конструкций» [1, 390].

Вопросы прагматики иноязычных слов рассматриваются в работах Г.В. Дружина (на материале текстов периодической печати, языка города и Интернет-дискурса) [6; 7], Т.А. Космеды (на примере русско-украинских языковых контактов) [12], А.Э. Рыцаревой (на материале интернациональной лексики) [15], интересные наблюдения над прагматикой отдельных иноязычных слов представлены в докторской диссертации М.В. Малащенко [14], публикациях А.Д. Васильева [3] и О.А. Семенюка [17].

Предлагаемая статья посвящена рассмотрению иноязычных единиц как одного из средств создания прагматического эффекта в газетных заголовках.

Заголовок, как известно, занимает самую сильную, акцентирующую позицию в газете [9, 71], а отбор и организация языковых средств в его составе нацелены на то, чтобы произвести максимальный эффект на потенциального реципиента, завладеть его вниманием и побудить к прочтению публикации.

Целью настоящей статьи является описание иноязычных единиц как средств создания прагматического эффекта на графемном, фонетическом и лексическом уровнях.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач: 1) на основе анализа специальных работ уточнить определение понятия «прагматический эффект»; 2) выявить природу прагматического эффекта при использовании иноязычных единиц в зависимости от языкового уровня его реализации; 3) охарактеризовать факторы, определяющие предпочтительное использование иноязычных единиц по сравнению с их коррелятами, принадлежащими исконному фонду русского языка.

Источником фактического материала послужили заголовки центральных и местных газет за период с 2000 по 2005 годы. Картотека исследования составляет более 2500 названий газетных материалов, включающих в свой состав иноязычные единицы.

Как отмечает Л.Г. Лузина, понятие «эффекта» традиционно рассматривается в стилистике и является одним из ключевых для этого направления лингвистических исследований. Интерпретация данного феномена прошла определённую эволюцию, и к настоящему времени сложилось несколько подходов к его изучению [13, 28].

Основы лингвистической теории стилистических эффектов были заложены в ставшей классической работе Ш. Балли [2]. Истоки стилистических эффектов швейцарский лингвист усматривал в системе языка, в потенциально заложенных в нём дополнительных оттенках значения, которые учёный назвал стилистической окраской.

По традиции, восходящей к Ш. Балли, понятие эффекта связывается в первую очередь со стилистически окрашенными и выразительными языковыми средствами [13]. Ни в коем образом не отрицая наличия значительного прагматического потенциала у названных единиц, нам кажется абсолютно справедливой позиция Т.Г. Хазагерова и Л.С. Шириной, по мнению которых «любая языковая единица может быть использована для создания адгерентной экспрессии¹ независимо от того, обладает ли она собственными выразительными возможностями или нет» [18; 177], иными словами, любая языковая единица может служить средством создания прагматического эффекта.

Важным этапом в изучении понятия «эффект» стало его введение в круг интересов прагмалингвистики. Проблема стилистического эффекта как динамической категории была перенесена в плоскость взаимодействия читателя с текстом, а основное внимание сосредоточено на том, как дискурс производит некоторый эффект, как он воспринимается читателем [13, 27-36].

Отметим также, что Л.Г. Лузина, рассматривая категорию эффекта в коммуникативном аспекте, подчёркивает, что его экспликация должна быть

основана на стратегии читателя, воспринимающего текст, а не автора, так как выводы в этом случае могут проверяться экспериментально [13, 28]. Данное положение немаловажно и для нашего исследования, включающего эксперимент.

Л.А. Киселёва, автор наиболее известной в отечественном языкознании лингвопрагматической концепции, рассматривает эффект как одну из основных категорий прагмалингвистики. Исследовательница выделяет два вида прагматических эффектов, или эффектов воздействия: 1) **планируемый** (намеренный, целевой, потенциальный); 2) **непланируемый** (ненамеренный, реальный, фактический). Соотношение между ними, по мнению Л.А. Киселёвой, различно: а) они могут совпадать, когда планируемый прагматический эффект достигает полной реализации, в таком случае можно говорить о **положительном** прагматическом эффекте; б) между планируемым и реальным (непланируемым, фактическим) прагматическим эффектом может возникнуть отношение несовместимости: в конкретной речевой ситуации возникает прагматический эффект прямо противоположный планируемому. Такой прагматический эффект квалифицируется как **отрицательный** [11, 133-134].

Данная классификация эффектов имеет определённое значение для нашей работы, так как в ходе проведения экспериментальной части исследования нами были выявлены как отрицательные, так и положительные эффекты использования заимствований в названиях газетных материалов.

Отметим также, что в специальной литературе по вопросу об эффектах и эффективности печатной прессы наряду с вербальными эффектами, т.е. достигаемыми исключительно языковыми средствами, выделяют также **зрительные** [19, 231]. По нашему мнению, это вполне справедливо, так как довольно часто заголовки оформляются декоративным шрифтом (или несколькими), могут быть представлены в виде эмблемы, логотипа, а также сочетания шрифта и иллюстрации. По мнению В.Э. Шевченко, изобразительные заголовки двусторонне раскрывают содержание материала: изображение является символом, визитной карточкой, отражением основной идеи, а текст уточняет или раскрывает смысл изображения [19, 394-395].

Опираясь на результаты исследований вышеназванных авторов, а также на работы А.С. Азнауровой, Н.Д. Арутюновой, Т.Г. Винокур, А.Э. Долгиревой, К.А. Долинина, Э.А. Лазаревой, Н.А. Лукьяновой, Н.Д. Маровой, М.В. Никитина, М. Риффатера, Ю.М. Скребнёва, Ю.С. Степанова, М. Холлидея, М.В. Черемисиной и В.И. Шаховского², сформулируем наше понимание прагматического эффекта и постараемся показать специфику его реализации в приложении к названию газетного материала.

Итак, **прагматический эффект газетного заголовка** – это результат определённым образом спрогнозированного вербально-визуального воздействия, которое, вписываясь в ситуацию чтения, реализуется в системе отношений «автор – заголовок – текст – реципиент» и достигается целенаправленным отбором, организацией и оформлением языковых средств, включая стилистически маркированные и экспрессивно окрашенные, но не ограничиваясь ими, ввиду того, что прагматический эффект, помимо эмоционального, создаётся также на когнитивном и на конативном уровнях. Реализация положительного, или запланированного прагматического эффекта, предполагает достижение взаимопонимания между автором и реципиентом, что возможно при условии наличия у коммуникантов необходимого уровня лингвистической и коммуникативной компетенции.

Рассмотрим наиболее характерные для газетных заголовков приёмы достижения прагматического эффекта при использовании иноязычных единиц на графемном, фонетическом и лексическом уровнях.

1. Графемный уровень. Эффект использования иноязычных единиц может достигаться за счёт их употребления в составе русскоязычного заглавия с сохранением графики языка-источника, то есть в виде так называемых варваризмов: «*Fantasy* – это *forever*» (Сбд., 2002, №17-18), «*By heart*» (Сбд., 2002, №7), «*Старый новый Year*» (Изв., 2001, №4), «*Jump to love*» (КП в Укр., 2. 11.04), «*The Beatles yesterday и сегодня*» (ТН, 2000, №38), а также макаронизмов – транслитерированных кириллической графикой не ассимилированных заимствований: «*Энерджайзеры Миронова*» (Изв., 2003, №46); «*Дас ист фантастиш*» (АМ, 2002, №31), «*А камон, эврибади*» (АМ, 2003, №18).

Прагматический эффект может также усиливаться за счёт выделения иноязычных единиц заглавными буквами и/или другим цветом или шрифтом. Причём в одних случаях иноязычные единицы сохраняют «родное» написание и передаются латиницей: «*Салют, SALE!*» (Сбд., 2004, №31), «*SARS* вернётся осенью» (КВ, 5.06.03), «*Классический MEN, или в каких носках пойти на свидание*» (Сбд., 2004, №34); в других – оформляются средствами языка-реципиента, то есть кириллицей: «*Новый тариф ПРЕМИУМ*» (КП в Укр., 4.05.05), «*ТЕРРОРИСТЫ* захватили заложников на южном вокзале» (НМ, 2005, №78), «*Кадриль в ритме ПОП*» (Сбд., 2005, №7).

В тех случаях, когда иноязычная лексема является фонетически идентичной или сходной по отношению к определённой части слова, принадлежащего исконному фонду (или заимствованного, но достаточно прочно вошедшего в русский язык слова, которое уже не воспринимается как иноязычное), она может выделяться в его составе при помощи латинской графики и / или использования заглавных букв: «*Цвет переMЭН*» (ТМ, 2005, №15) – о новых тенденциях в мужской моде (англ.

«man» – человек, мужчина; «**SAD**истка зима» (Сбд., 2001, №7) – о сезонных аффективных расстройствах (англ. «**SAD** – season affective depression») в осенне-зимний период, называемых в народе депрессией, и о том, как с ними бороться; «**SPA**койные курорты» (7Ч, 2004, №6) – отдых в сочетании с водными процедурами по оздоровлению (**SPA** – аббревиатура латинской фразы «salus per aqua» – здоровье с помощью воды); «Куль**ТУР**ная эволюция» – (Бн., 2002, №52) – об интенсивном развитии международного туризма (фр. «tour» – 1) поворот, вращение, круг; 2) туристическая, обычно зарубежная поездка); «**Наша Fishка** – замороженная рыбка» (НМ, 13.08.04) – о фирме, освоившей новейшие технологии замораживания рыбы (англ. «fish» – рыба). За счёт такого оригинального оформления заголовка создаётся зрительный эффект «наложения» или «встроенности» одного слова в другое.

Отметим также наличие колебаний в графике ряда частотных для газетных заголовков иноязычных единиц. Так, по нашим наблюдениям, одно и то же иноязычное слово или выражение может:

а) иметь различное написание: «**Ангрейд** по-американски» (Изв., 10.04.02), «**Ан-Грейт**. Уральский вариант» (Изв., 2002, №188);

б) быть передано кириллицей или же сохранять свой исконный графический облик (оформление латиницей): «Космический **офшор**» (Изв., 2003, №49), «Неприличное слово “**off-shore**”» (КТ, 2002, №7); «Выборы в стиле **High-Tech**» (КТ, 2002, №1), «**Хай-тек** стал патриотичнее» (Изв., 2003, №95), «Штилеты “**от-кутюр**”» (Изв., 2003, №58), «“**Чайка**” – часы “**haute couture**”» (Сбд., 2000, №20);

в) иметь различное написание и оформляться символами разных графических систем: «Европа хочет **хеппи-энд**» (КТ, 2003, №22), «Чёрный ворон долетит до **хеппи-энда**» (КП в Укр., 2003, №7) «Звёздный **happy end**» (АМ, 2002, №39).

2. Фонетический уровень. Как показывают наши наблюдения над фактическим материалом, наиболее частотным приёмом создания в заголовке оригинального фонетического рисунка является паронимическая аттракция (далее – ПА), под которой мы, вслед за О.И. Северской, понимаем «систему парадигматических отношений между сходными в плане выражения словами, реализующуюся в конкретных текстах путём сближения коррелятов в речевой цепи и способствующую возникновению между ними сложных семантических связей» [16, 213]. Ввиду того, что паронимические парадигмы представлены очень разнообразным фактическим материалом, мы считаем необходимым обозначить крайние пределы данного феномена. При определении границ ПА мы будем опираться на мнение В.П. Григорьева, согласно которому, с одной стороны, «точкой отсчёта материальной близости, «печкой», от которой теперь танцуют принципиально новые «аллитерации», становится семантическая единица – омоним (омограф), который выступает как паронимический

предел, как частный случай паронима» [5, 272-273], а с другой, «степень звуковой близости, позволяющая говорить о ПА, ограничивается минимумом в виде двух тождественных согласных» [5, 264]: «*Ленин был не тиран, а титан*» (КП в Укр., 2004, №11), «*Борьба кланов родила клона*» (НГ.RU, 2003, №55), «*Диктатура корректуры*» (ЛГ, 2003, №2), «*Это нонсенс, а не бизнес*» (Сбд., 2001, №12), «*Виртуальные телефоны для реальных лохов*» (Сбд., 2001, №12), «*Терминатор пошёл в губернаторы*» (Нез., 2003, №164), «*Чтоб жизнь не обернулась триллером, не ошибитесь автодилером*» (КП вУкр., 2003, №1), «*Тест для тоста*» (Сбд., 2005, №27), «*Лобби – не хобби*» (Сбд., 2005, №32), «*Мисс-миссия*» (Сбд., 2005, №14).

3. **Лексический уровень.** На данном уровне прагматический эффект может быть обусловлен такими факторами психологического порядка, как языковой престиж и языковая мода. Иноязычные номинации на современном этапе воспринимаются носителями русского языка как более престижные, благозвучные и семантически ёмкие, а значит и потенциально наполнимые практически любым прагматическим содержанием в зависимости от конкретной коммуникативной ситуации и интенции автора речевого произведения. Именно этим, по нашему мнению, и обусловлены становящиеся всё более регулярными в заглавиях замены слов исконного фонда их иноязычными синонимами: «*Вояж на дно*» (Сбд., 2005, №18) – фр. «voyage» – путешествие; «*Изменим хайр к лучшему*» (ТН, 2001, №10) – англ. «hair» – волосы; «*Летний сейл команды Киселёва*» (НГ.RU, 2003, №51) – англ. «sale» – продажа, сбыт; «*Марьяж с разрывом в счёте*» (ТН, 2001, №9) – фр. «mariage» – брак, женитьба, замужество. Рассмотренные случаи назовём условно прагматикой языкового престижа. Как показали результаты проведённого нами опроса, большинству респондентов с высшим и неоконченным высшим образованием известно значение основного числа представленных в нашей картотеке иноязычных слов, имеющих синонимы в русском языке.

В ряде других заглавий создание прагматического эффекта обусловлено стремлением к языковой экономии, так как «“хороший” газетный заголовок – это концентрированное выражение основной идеи произведения, но выражение лаконичное, максимально сжатое, чёткое, конкретное» [10, 109-110]. В этом случае использование иноязычного слова мотивировано, по нашему мнению, необходимостью заменить русское словосочетание, состоящее из двух, трёх и более слов, или перифразу одной заимствованной лексемой при условии, что замена словом, принадлежащим исконному фонду, не возможна: «*Плохое настроение? Займитесь шоппингом*» (Сбд., 2003, №2) – англ. shopping – посещение магазина с целью покупки; «*Конституционный цейтнот*» (КВ, 26.07.03) – нем. «Zeitnot» – острый недостаток времени; «*Чёрный уикенд*» (Сбд., 2002, №30) – англ. «week-end» – время отдыха с субботы до понедельника, разг. выходной день; «*Саммит в багровых тонах*» (АиФ, 2001, №30) – англ.

«summit» – встреча, переговоры глав государств, правительств; «Смертельные игры на общественном **пленера**» (Изв., 2001, №42) – фр. «plein air» – свежий воздух. Предпочтительное использование иноязычных единиц в заголовках такого типа условно обозначим как прагматику языковой экономии. Результаты опроса показали, что значение вышеприведённых и ряда других слов, заменяющих в заголовках перифразы, также знакомы большинству респондентов.

Особого внимания заслуживают случаи, когда в заголовки выносятся заимствования, которые мы назовём эксклюзивными. Этим термином мы обозначим иноязычные слова, которые встречаются в нашей картотеке один раз, оформляются кириллической графикой, то есть графикой языка-реципиента, и значение которых не зафиксировано в доступных нам новейших словарях иноязычных слов³, включая электронную версию Большого словаря иностранных слов. Как правило, это слова, называющие реалии Западного мира, которые или совсем недавно вошли в нашу жизнь, или только начинают осваиваться в постсоветском пространстве: «Профессия **девелопер**» (7Ч, 2004, №38), «Нам поможет **черлидинг**» (НМ, 2005, №106), «Назвался **эйчаром**, наши с утра до вечера» (Сбд., 2005, №18), «Конфликтное слово **моббинг**» (7Ч, 2004, №49), «Организация **клининговой компании**» (7Ч, 2003, №43), «Студенческая профессия – **промоутер**» (7Ч, 2004, №3), «**Менеджер** идей – профессия **оптимистов**» (7Ч, 2004, №15), «**Сноубординг** – это просто» (7Ч, 2004, №41).

Целью статей, имеющих заголовки такого типа, часто является ознакомление с той или иной реальией, название которой вынесено в заголовок. Подобные заимствования могут сопровождаться эпитетами «новый», «неизвестный», «последний» (в значении «самый новый»), наречием «не по-нашему»: «Новая профессия – **мерчендайзер**» (7Ч, 2004, №5), «**Неизвестный олимпийский кёрлинг**» (7Ч, 2004, №8), «**Новый виток в развитии мобильной связи: снижение цен на припейд**» (Сегдн., 8.04.04), «**Параглайдинг – последний писк спортивной моды**» (7Ч, 2003, №47), «**Фермер – это не по-нашему**» (ЛГ, 2003, №2), или же содержать вопрос к потенциальному реципиенту о том, известно ли ему значение фигурирующих в названии слов и содержание обозначаемых ими понятий: «Что такое **трейдинг**» (7Ч, 2004, №15), «Что такое **могул?**» (7Ч, 2003, №46), «Как заработать на **консалтинге**» (7Ч, 2004, №9).

Значение подобных заимствований, как правило, объясняется в аннотации или подзаголовке, которые в этом случае выполняют роль языковой поддержки. Так, смысл заглавий «Кто ты, **харвестр?**» (7Ч, 2004, №16) и «Кто такой **супервайзер?**» (7Ч, 2004, №7) раскрывается следующими аннотациями:

1) «**Harvester**» – англ. жнец, собиратель урожая. Это человек, занимающийся сбором интересующих его предметов в окружающей среде. Харвестеров можно разделить условно на несколько групп, признак

деления – собираемые предметы: лотерейные билеты, предметы коллекционирования, пластиковые телефонные карточки;

2) Должность «супервайзер» – американское изобретение начала 70-х гг. теперь уже прошлого века. В переводе с английского «*supervisor*» – надсмотрщик, надзирающий. Появление этой должности вызвано развитием технологий и необходимостью усиления контроля за персоналом. С приходом западных технологий эта должность прижилась и у нас.

Такие названия рассчитаны в первую очередь на определённую интеллектуальную реакцию со стороны реципиента. Следовательно, использование в заголовках подобных заимствований нацелено на создание когнитивного эффекта. По нашему мнению, эффективность применения заимствований такого типа характеризуется прагматикой новизны. Отметим также, что значение приведённых выше слов оказалось не известным большинству наших респондентов, и часть опрошенных скептически отнеслась к заглавиям такого рода.

На основании сказанного, как нам представляется, можно сделать вывод о том, что грань между положительным (запланированным) и отрицательным (незапланированным) прагматическим эффектом в случае использования малознакомых иноязычных единиц является весьма зыбкой, а реакция реципиента определяется во многом уровнем языковой компетенции, возрастным фактором, уровнем общей эрудиции и спецификой профессиональной деятельности.

Проведённый анализ фактического материала позволяет сделать следующие выводы: 1) природа прагматического эффекта во многом определяется языковым уровнем его реализации; 2) на графемном уровне прагматический эффект имеет преимущественно визуальный характер, на фонетическом и лексическом – вербальный; 3) эффективность использования иноязычных единиц на лексическом уровне определяется такими факторами, как прагматика языкового престижа, прагматика языковой экономии и прагматика новизны.

Перспективу дальнейших исследований представляет анализ прагматического потенциала заимствований на словообразовательном, фразеологическом и стилистическом уровнях языковой системы, а также рассмотрение эффективности использования частотных заимствований в названиях газетных материалов.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Адгерентная экспрессивность – это экспрессивность, приобретаемая словом или выражением только в определённом образом организованном контексте [18, 175].

² Ограниченный объём публикации не позволяет нам представить обзор работ названных исследователей, которые рассматривали проблему эффективности использования языковых единиц.

³ Имеются в виду следующие лексикографические источники: Л.П. Крысин Толковый словарь иноязычных слов. – 5-е изд., стереотип. – М., 2003; Е.С. Зенович Словарь иностранных слов и выражений. – М., 2003.

УСЛОВНЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

АиФ – Аргументы и факты в Украине; **АМ** – Арт Мозаика; **Бн.** – Бизнес; **Изв.** – Известия; **КВ** – Киевские ведомости; **КП в Укр.** – Комсомольская правда в Украине; **КТ** – Киевский телеграф; **ЛГ** – Литературная газета; **Нез.** – Независимая; **НМ** – Наше місто; **НГ.RU** – Новая газета RU; **Сегдн.** – Сегодня; **Сбд.** – Собеседник; **Сбт.** – Событие; **ТМ** – Телемост; **ТН** – Теленеделя; **7Ч** – Седьмое чувство.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 485 с.
2. Балли Ш. Французская стилистика. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1961. – 394 с.
3. Васильев А.Д. Своеобразие российской толерантности // Поліетнічне середовище: культура, політика, освіта. Наук. зап. Луганськ. пед. ун-ту. Зб. наук. пр. Сер. «Філол. науки», Т. 2. – Вип.V – Луганськ, 2004. – С. 46-68.
4. Горшунов Ю.В. Прагматика аббревиатуры. - Дис. ... докт. філол. наук: 10. 02. 04. – М., 2003. – 399 с.
5. Григорьев В.П. Поэтика слова. – М.: Наука, 1979. – 344 с.
6. Дружин Г.В. Когнитивная динамика дискурса с актуализированным заимствованием // Концептологія: світ – мова - особистість. Наук. зап. Луганськ. нац. пед. ун-ту. Зб. наук. пр. Сер. «Філол. науки». – Луганськ: «Альма-матер», 2005. – С. 166-176.
7. Дружин Г.В. Сучасні лексичні запозичення: прагматика, семантика, соціолінгвістика: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02. – Луганськ, 2006. – 19 с.
8. Задунай В.В. Заимствования как средство трансформации прецедентных текстов в составе газетных заголовков // Вісник Дніпропетровськ. нац. ун-ту. Сер. «Мовознавство». – Дніпропетровськ, 2004. – Вип. 10. – С. 88-95. *Она же*: О некоторых тенденциях использования заимствований как средства повышения эффективности газетного заголовка // Вісник Харківськ. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Сер. «Філологія». – Вип. 43. – № 647. – Харків, 2005. – С. 146-150. *Она же*: До питання про специфіку взаємодії конотацій прецедентних текстів та запозичень у назвах газетних матеріалів // Гуманітарний вісник. Сер. «Іноземна філологія»: Всеукр. зб. наук. пр. – Черкаси: ЧДГУ, 2005. – Число дев'яте. – С. 192-196. *Она же*: Прагматический эффект игры слов, основанной на иноязычных элементах (на материале газетных заголовков) // Вісник Запорізьк. нац. ун-ту. Сер. Філол. науки. – 2005. – №1. – С. 67-74. *Она же*: Паронимическая аттракция заимствований как средство достижения аттрактивности газетного заголовка // Норми та парадокси свідомості й мислення. Наук. зап. Луганськ. пед. ун-ту. Зб. наук. пр. Сер. «Філол. науки», Т. I. – Вип.VI – Луганськ, 2006. – С. 138-151.
9. Зильберт Б.А. Газетный заголовок – индикатор новаций в языке газеты // Функционирование языковых единиц в разных речевых сферах: факторы, тенденції, модели. Тез. докл. Межвуз. науч. конф. – Волгоград, 1995. – С. 71-72.
10. Иванов В.Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій. – Київ: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 222 с.
11. Киселёва Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л.: Наука, 1978. – 159 с.

12. Космеда Т.А. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 350 с.
13. Лузина Л.Г. О содержании понятия «стилистический эффект» с точки зрения речевого воздействия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1991. – С. 27-40.
14. Малащенко М.В. Имя в парадигмах лингвопрагматики: Дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. – Ростов-на-Дону, 2003. – 294 с.
15. Рыцарева А.Э. Прагматический аспект интернациональной лексики: (На матер. англ. яз): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Волгоград, 2002. – 174 с.
16. Северская О.И. К описанию семантики паронимической аттракции // Вопросы языкознания. – 1990. – №3. – С. 32-39.
17. Семенюк О.А. Некоторые особенности функционирования слов «олигарх» и «олигархия» в русском и украинском языках постсоветского периода // Поліетнічне середовище: культура, політика, освіта. Наук. зап. Луганськ. пед. ун-ту. Зб. наук. пр. Сер. «Філол. науки», Т. 1. – Вип. V. – Луганськ, 2004. – С. 46-68.
18. Хазагерев Т.Г., Ширина Л.С. Общая риторика: Курс лекций и Словарь риторических фигур. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. – 320 с.
19. Шевченко В.Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість // Поліетнічне середовище: культура, політика, освіта. Наук. зап. Луганськ. пед. ун-ту. Зб. наук. пр. Серія «Філол. науки», Т. 2. – Вип. V – Луганськ, 2004. – С. 388-396.
20. Шмига Ю.І. Ефективність та ефекти рекламної комунікації // Вісник Запорізьк. нац. ун-ту. Сер. «Філол. науки». – 2005. – №1. – С. 230-233.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Вероника Задунай – преподаватель кафедры лингвистической подготовки иноземцев Днепрпетровского национального университета.

Научные интересы: семантика, когнитивная лингвистика.

ДЕЙКСИС У КОНТЕКСТІ МОВНОЇ ФІЛОСОФІЇ ЧАСУ Й ПРОСТОРУ

Олена КРАВЧЕНКО (Кіровоград)

У статті висвітлюються основні положення мовної філософії часу та простору. Часопростір представлено через образ, або картину, світу. Розкрито поняття дейксису, представлено дейктичні елементи часових та просторових відношень, зіставляються погляди лінгвістів на цю проблему.

The fundamentals of language philosophy of time and space are discussed in this article. Temporal and locative relations are represented with the image or picture of the world. The elements of time and space relations and the linguists' views on this problem are given.

Останні тенденції в мовознавстві свідчать про перспективність завдання створення моделі світу як результату аналізу мовних явищ. Саме зміни в мові стають причиною змін у наївній моделі світу – специфічній філософській системі уявлень про світ, унікальній для кожної мови. Отож, з необхідністю постає проблема виявлення співвідношень між мовними явищами і навколишньою дійсністю. Виникає також інше питання: які мовні одиниці можуть вплинути на зміни в розумінні й баченні світу? Вище названі проблеми пов'язані з поняттям дейксису.

Це питання не є новим у лінгвістиці. Праця К. Бюлера “Вказівне поле і вказівні слова” вважається найбільш фундаментальним дослідженням природи дейксису. Мовознавець структурує дейксис як семіотичний механізм, точкою відліку в якому є дейктичний центр “я – тут – зараз”. Н.Д. Арутюнова визначає місце дейксису в структурі висловлення, поділяючи речення на катафоричні й анафоричні залежно від позиції дейктичного елемента. Теорією дейксису також займалися К. Бругман, У. Вейнрейх, В. Е. Коллінсон, А. Корен, Ч. Пірс, Р. О. Якобсон. Проте питання дейктичних одиниць у мові залишається відкритим і потребує подальшого дослідження.

Мовні явища, а також зміни в їх системі, стають причиною змін у мовній картині світу. У дійсності важливі не стільки фактичний фізичний простір і час, стільки спосіб їх сприймання мовцем. “У наївній картині світу спосіб сприйняття має пріоритет перед дійсним станом справ. Коли він розходиться з фактами, перевага віддається йому” [1, 637].

Явища і предмети зовнішнього світу представлено в людській свідомості у формі внутрішніх образів. О. М. Леонтьєв зазначає, що “існує особливий “п’ятий квазівимір”, у якому представлена дійсність, що оточує людину, так званий “змістовий простір”, або “змістове поле”, система значень. Тоді картина світу – це система образів” [2, 24]. Отже, з погляду мовної філософії, реальний простір і час відрізняються від того часу й простору, що існують у нашій свідомості як результат пізнання світу.

“Носії різних мов сприймають світ по-різному. Так, виділяється специфічна філософська система уявлень про світ, окрема для кожної мови. Ця система світобачення відрізняється від реального світу, і тому її іноді називають наївним реалізмом, або наївною картиною світу” [1, 632]. Мовна картина світу існує відокремлено від реальної дійсності, де в чому збігається з нею, проте має багато розбіжностей. Вони полягають, передусім, у тому, що реальна дійсність існує об’єктивно і не залежить від лінгвістичних факторів, а мовна картина світу є суб’єктивною й повністю залежить від змін у системі мовних одиниць.

Отже, цілком логічно було б виділити слова, які так чи інакше впливають на мовну картину світу. Такі слова повинні вказувати на певний об’єкт, предмет, явище, і ця вказівка є суб’єктивною. Суб’єктивність такої характеристики полягає в тому, що залежно від того, де і коли перебуває мовець або спостерігач, уживаються різні слова, які вказують на місце і час його знаходження. Разом зі словами-вказівками змінюється й модель світу мовця, хоча насправді об’єктивна дійсність не змінюється.

Одним з ключових понять мовної філософії простору і часу є дейксис. “Дейксис – це основний механізм для включення у висловлення інформації з нелінгвістичного контексту мовленнєвої події. Система правил співвідношення висловлення з персональним просторовим і темпоральним

контекстом забезпечує можливість дейктичного прикріплення, без якого речення не можуть функціонувати в комунікації” [5, 154].

Мовні одиниці, які виконують функцію вказівки, називаються дейктичними. Дейктичні лексичні одиниці вказують на часово-просторові відношення в тексті. Виділяють часовий і просторовий дейксис, вони мають спільні та відмінні риси. Поняття дейксису ввів Г. Рейхенбах, але він використовував його лише на позначення темпоральних відношень. Часовий дейксис вчений описував за допомогою трьох понять: часу мовлення (speech time), часу події (event time) і точки відліку в часі (reference time). К. Бюлер використовував два поняття: точка відліку (origo) в нього завжди збігалася з часом мовлення або місцезнаходженням мовця.

В. Еріх поширила вище названі часові поняття на просторовий дейксис. Серед його складників – “місце мовця” (place of the speaker), тобто те місце, яке фізично ним заповнюється; “денотативний простір” (denotation space), тобто простір, який мовець позначає дейктичним виразом, і “точка відліку в просторі” (reference space), тобто простір, відносно якого визначається денотативний простір” [Цит. за 1, 633-634].

Ю. Д. Апресян вважає таку класифікацію недосконалою, проте наголошує на тому, що “навіть якщо прийняти запропоноване В. Еріх узагальнення повністю, було б помилкою думати, що часовий і просторовий дейксис улаштовані цілком однаково” [1, 633]. Так, часовий дейксис відрізняється від просторового своїм значенням, своєю структурою і мовними одиницями, необхідними для його втілення. Класичним вважають рейхенбахівський часовий дейксис, проте Ю. Д. Апресян пропонує доповнити його ще одним поняттям – поняттям часу мовця. Це так звана вихідна точка, від якої буде йти відлік, яка стане ключовим поняттям для з’ясування часової віднесеності інформації, джерелом якої є мовець. Зрозуміло, що для трактування чотирьох складників дейксису (часу події, точки відліку в часі, часу конкретного мовлення, часу мовця) недостатньо часово-видових значень дієслова. “Не випадково традиційні інтерпретації значень видо-часових форм стають найменш уживаними саме під час обговорень реальної дійсності. Традиційна система часово-видових понять склалася в результаті вивчення первинної комунікативної ситуації. Для опису граматичних значень, що виникають у вторинних комунікативних ситуаціях із цілком новими точками відліку, арсенал часових понять повинен бути не просто розширеним, а поповненим новою підсистемою” [1, 639].

В основі концепції дейксису, запропонованої В. Е. Коллінсоном, перебуває поняття індикації (вказівки), яка охоплює різні типи співвіднесеності мовленнєвого відтинка з дійсністю. Теорія дейксису в такому тлумаченні є частиною теорії індикації. В. Е. Коллінсон з’ясував, що “в індикації просторових відношень вихідною точкою є позиція тіла мовця” [Цит. за 5, 162]. Схожу думку спостерігаємо у В. М. Торопова. Аналізуючи

індивідуальні образи простору, він зауважує: “Слова, які вказують на простір, є характерними індексами простору” [4, 456]. Ч. Пірс називав дійсничні вирази індексальними знаками, або індексами. Б. Рассел уважав, що цілком правомірним було б замінити так звані “еґоцентричні специфікатори” (слова, значення яких змінюється зі зміною мовця і його положення в просторі та часі) на універсальні поняття логіки. Згідно з його теорією, необхідно замінити займенники, прислівники, часово-видові форми дієслова на нейтральні терміни логіки. Досягнення цієї мети звільняє пізнання від відмінностей в індивідуальному сприйнятті, а отже, позбавляє суб’єктивності в розумінні навколишньої дійсності.

Р. О. Якобсон називає дійсничні елементи шифтерами. Він визначає цю категорію як елемент мовного коду, що обов’язково містить покликання на певне повідомлення. Мовознавець зазначає, що “до шифтерів належать категорії часу і засвідчення, до значення яких входить посилення на факт повідомлення, а також категорія особи, значення якої має покликання на учасників факту події” [5, 164].

Розглядаючи проблему мовної картини часу, К. С. Яковлева пише, що „час посідає положення між фізикою та психологією, з одного боку, і граматику, з другого” [6, 83]. Тому потрібно визначити, який саме час є предметом дослідження лінгвістики і які мовні засоби використовуються для його вираження. Ц. Тодоров стверджує: „Ми не будемо мати справу ані з фізичною реальністю (час у науках про природу), ані з психологічним феноменом часу людини – часом життя (lived time). Також семантичний обсяг поняття “час” не стосується граматичного часу, що використовується для класифікації різних форм дієслова” [7, 305]. Мовна філософія часу – це сукупність понять про абстрактну категорію, яка, проте, має конкретні показники. Однак не можна ототожнювати дієслівний час із часом взагалі. Автори лінгвістичної енциклопедії О. Дюкро, Ц. Тодоров відзначають: “Засоби опису часу в морфології мови не настільки просто й прямо співвідносяться з тим, що ми називаємо “художнім часом”. Ще одним доказом цього є існування в англійській та інших мовах двох різних слів для опису понять лінгвістичного часу і часу, реально існуючого (lived time); в англійській мові це tense і time, в німецькій – Tempus і Zeit. Така мовна дихотомія стала наслідком того, що часові значення, окрім дієслівних засобів, можуть бути виражені багатьма іншими способами (прислівниками, назвами дат тощо)” [7, 318].

У. Вейнрейх вважає, що кожній мові притаманні дійсничні засоби, які він називає знаками, що мають референти, але не мають десигнатів [5, 165].

Ю. Д. Апресян пов’язує поняття дейксису з поняттям орієнтації предмета. За Ю. Д. Апресяном, є два типи орієнтації предмета А відносно предмета В – відносна і абсолютна. Відносна орієнтація передбачає існування спостерігача за дією і, відповідно, орієнтацію спостерігача відносно об’єктів спостереження. Абсолютна орієнтація базується на

розміщенні об'єктів відносно один одного. Тому відносна орієнтація збігається з дейктичною стратегією, адже мається на увазі те, що основну роль відіграє саме суб'єктивне сприйняття, тоді як у разі абсолютної орієнтації дійсність сприймається об'єктивно, а отже, недейктично.

Для абсолютної орієнтації важливі три фактори, які по суті є орієнтирами.

Перший орієнтир – це поділ предмета на лівий і правий бік. Така орієнтація може бути причиною поділу на верх і низ і на перед і зад, тоді як “вертикальний і фронтальний поділи не передбачають необхідності двох інших. У дерева є тільки верх і низ, у ракети в космосі – тільки перед і зад, у телефонного апарата – низ і верх, перед і зад, але не лівий і правий бік” [1, 634].

Другий важливий фактор – положення предмета відносно осі Землі. На цій підставі вертикально не розчленованим предметам приписують верх (далі від центру Землі) і низ (ближче до центру Землі). Розуміється висловлювання про таке положення предмета недейктично. “Третій фактор полягає в напрямку звичного переміщення предмета. Якщо предмет фронтально не поділений, то передом вважають частину, яка в разі переміщення з'являється першою, а задньою – частину, яка з'являється останньою” [1, 635].

Існує декілька класифікацій дейксису.

У колективній монографії “Людський фактор у мові: комунікація, модальність, дейксис” запропоновано таке розуміння видів дейксису: “Виділяють три типи дейксису, відмінність між якими полягає в різному ступені участі уяви. Наочний дейксис (*demonstratio at oculos*) вимагає безпосередньої участі об'єкта в ситуації і є основою для двох інших типів: анафоричної вказівки і розумового дейксису (*Deixis at phantasma*). Психологічна причина розумового дейксису полягає в існуванні різних способів уявити об'єкт. Існують три таких способи:

1. Людина уявляє об'єкт біля себе (переміщення гори до Магомета);
2. Людина уявляє себе біля об'єкта (переміщення Магомета до гори);
3. Людина уявляє себе і об'єкт нерухомими, зі збереженням дистанції між ними (Магомет дивиться на гору з пункту спостереження)” [5, 161].

В основу такої класифікації покладено психолінгвістичний аспект, що дає можливість проаналізувати місцезнаходження об'єкта, уявивши його.

Німецький грамати́ст К. Бругман на матеріалі декількох мов виділив чотири типи дейксису. “Перший тип близький за значенням до жесту “ось”, другий оперує сферою мовця, третій – сферою слухача, а четвертий вказує на віддалений предмет” [5, 158].

Ю. Д. Апресян виділяє часовий і просторовий дейксис. Відмінність у їх структурі полягає в тому, що просторовий дейксис визначає фігуру спостерігача, яка є ключовою і має на увазі дейктичне сприйняття дійсності. Існує первинний і вторинний дейксис. Первинний дейксис полягає в тому,

що адресат і адресант мовлення усвідомлюють один фрагмент навколишньої дійсності. Конструктивною рисою вторинного дейксису є незбіг місця мовця з просторовою точкою відліку. Таку форму дейксису можна спостерігати в художніх творах.

Отже, мовна філософія часу і простору пов'язана передусім з розумінням цих категорій як складників загальної картини світу. Предметом дослідження стає не природний, фізичний чи суто граматичний аспект – мовна філософія передбачає співіснування всіх поглядів, проте ключовою залишається позиція мовця як у темпоральних, так і в локальних аспектах. На мовному рівні часопростір виражається за допомогою дейктичних одиниць, які вказують на місцезнаходження того, про що йдеться, та про його віднесеність у часі. Саме дейктичні одиниці дозволяють більш точно уявити об'єкт, а отже, великою мірою впливають на формування мовної картини світу.

БІБЛОГРАФІЯ

1. Апресян Ю. Д. Избранные труды. – Т. II. Интегральное описание языка и системная лексикография. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1995. – 789 с.
2. Леонтьев А.Н. Психология образа // Вестник МГУ. – Сер.14. Психология. – 1979. – №2. – С.19-27.
3. Падучева Е. В. Семантические исследования (Семантика времени и вида в русском языке; Семантика нарратива). – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 464 с.
4. Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического. – М.: Прогресс. – Культура, 1995. – 624 с.
5. Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. – М.: Наука, 1992. – 218 с.
6. Яковлева Е. С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия). – М.: Гнозис, 1994. – 344 с.
7. Ducrot O., Todorov Ts. Encyclopedic Dictionary of the Science of Language. – London: Longman, 1983. – 380 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Кравченко – аспірантка кафедри української мови КДПУ ім.В. Винниченка.
Наукові інтереси: лінгвістика тексту, філософія мови, лексична та граматична семантика.

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГЕМА ЛОГОС: ПЕРЕХРЕЩЕННЯ РЕЛІГІЙНОЇ, ФІЛОСОФСЬКОЇ ТА ЛІНГВІСТИЧНОЇ ПЛОЩИН

Наталія МЕХ (Київ)

Пропонована праця є частиною дослідження лінгвокультурологеми ЛОГОС з погляду розгортання її значеннєвої динаміки. Стаття присвячена проблемі ЛОГОСУ у фрагментах релігійної та філософської картин світу. Окреслено основні значення лінгвокультурологеми ЛОГОС та встановлено тенденції розгортання аналізованого концепту. Здійснено спробу дати цілісний опис цього поняття у релігійному та філософському аспекті.

The paper presents research of the concept LOGOS from the point of development of its sense dynamics. The article is devoted to the problem of LOGOS in the fragments of religious and philosophical pictures of world. The basic meanings of the concept LOGOS are outlined and the tendencies of development of the concept under study are presented. An attempt to give integral description of this concept in a religiously-philosophical aspect is made.

Лінгвокультурологема *ЛОГОС* – складне синергетичне поняття, в якому перехрещуються як релігійна й філософська, так і лінгвістична площини. Проблема *логосу* видається надзвичайно актуальною сьогодні. Актуальною, тому що ми живемо в час, коли, нарешті, суспільство почало приділяти велику увагу розвитку та вдосконаленню духовної складової людської особистості. Повернення до вічних цінностей, занурення у свій внутрішній світ, самопізнання, пошук відповідей на питання *Хто ми є? У чому сенс життя? Яке моє призначення на цій землі?* безперечно веде людину до Бога, до Бжого Слова, до Логосу.

ЛОГОС – це те поняття, яке не залишає байдужою жодну мислячу особистість. Погляди на дану проблему в релігійно-філософській картині світу відображені в роботах П.Флоренського, В.Ерна, В.Каспера, А.Лосєва, С.Трубецької та ін., а також у тих працях різних галузей філософії та релігієзнавства, де проводився подібний аналіз не специфіковано щодо лінгвокультурологеми *ЛОГОС*, зокрема, дослідження С.Аверинцева, О.Потебні, Н.Бонєцької, Г.Гадамера, К.Гіцрца, М.Хайдеггера, В.Горського, Е.Касіра, С.Кримського, В.Лісового, Я.Любивого, В.Моїсєєва, М.Поповича, К.Поппера, В.Порус, Ю.Сватко, хоча існує й значна кількість нерозв'язаних питань, у межах загальної проблеми, якій присвячена стаття.

Метою статті є аналіз лінгвокультурологеми *ЛОГОС* у фрагментах релігійної та філософської картин світу. Щоб здійснити детальний аналіз цього поняття, з'ясувати семантичну глибину концепту *ЛОГОС*, нам потрібно звернутися до різних енциклопедичних філософських видань.

Так, зокрема, Українська Радянська Енциклопедія подає такі відомості:

ЛОГОС (грец. букв. – слово) – у деяких системах давньої філософії загальний закон, основа світу. Геракліт уживав цей термін для позначення об'єктивної діалектики світу – процесу боротьби й взаємопереходу

протилежностей як універсальної закономірності, що їй підпорядковане все існуюче. В ідеалістичній філософії (починаючи з Платона) термін «логос» набрав містико-теологічного змісту. Ним позначали надприродну духовну сутність, божественний розум, що нібито керує ходом подій, спрямовує їх. У східній філософії аналогічним Логосу є поняття *дао*. [6; 213].

У Словнику С.Аверинцева “Софія-Логос” подано наступні відомості про лінгвокультурологему ЛОГОС, пор.: ЛОГОС, термін давньогрецької філософії, що означає водночас “слово” (або “речення”, “висловлювання”, “мовлення”) і “смісл” (або “поняття”, “судження”, “засновок”); при цьому “слово” береться не в чуттєво-звуковому, а виключно в змістовому плані, але й “смісл” розуміють як щось явне, оформлене, а отже, “словесне”. З побутової сфери до поняття Логос увійшов ще й момент чіткого числового відношення – “рахування”, а відтак і “звіту”. Л. – це водночас і об’єктивно даний зміст, що його розум має “усвідомлювати”, і сама ця “звітуюча” діяльність розуму, і, зрештою, наскрізна смислова впорядкованість буття та свідомості; це протилежність усьому несвідомому та безсловесному, безмовному та безвідповідальному, безглуздому та безформному у світі та людині. Термін Л. введено до філософії мови Гераклітом, який використовував зовнішню співзвучність цього терміна із житейським позначенням людського “слова”, щоб у дусі іронічного парадоксу підкреслити прірву між Л. як законом буття та неадекватними йому висловлюваннями людей. Космічний Л., як і личить слову, “закликає” людей, але вони, навіть “почувши”, нездатні його збагнути та осягти. У світлі Л. світ є цілим, і отже гармонією, але пересічна свідомість ставить своє окреме свавілля вище за “загальне” й по-різному оцінює однаково необхідні частини цілого. Всередині цієї всеєдності “все тече”, речі й навіть субстанції перетікають одна в одну, але тотожним собі залишається Л. – ритм їхнього взаємопереходу та закономірність їхніх взаємин; таким чином, завдяки поняттю Л., гераклітівська картина світу, за всієї своєї динамічності та катастрофічності, зберігає стабільність і гармонію. Загалом вчення Геракліта про Л. являє близьку історико-філософську аналогію вченню Лао-цзи про “дао^{*}”.

У пізніших давньогрецьких натурфілософів, у софістів, Платона та Арістотеля термін Л. втрачає фундаментальний онтологічний зміст. Тільки стоїцизм повертається до гераклітівського поняття субстанційного світового Л., зображуючи його як тонко-матеріальну (ефірно-вогняну) душу космосу

*ДАО, которое может быть выражено словами, не есть постоянное дао. Имя, которое может быть названо, не есть постоянное имя. Безымянное есть начало неба и земли, обладающее именем - мать всех вещей. Поэтому тот, кто свободен от страстей, видит чудесную тайну [дао], а кто имеет страсти, видит только его в конечной форме.

Безымянное и обладающее именем одного и того же происхождения, но с разными названиями. Вместе они называются глубочайшими. Переход от одного глубочайшего к другому - дверь ко всему чудесному [див. 7].

та як сукупність формотворчих потенцій (т. зв. сім'яних Л.), від яких в інертній нижчій матерії “зачинаються” речі. Неоплатонізм наслідує цю концепцію, але позбавляє її натуралістично-матеріалістичних аспектів: Л. виявляється вже не виливами найтоншої матерії, а еманациями умоглядного світу, що регулюють та формують чуттєвий світ. На цьому завершується історія класичної античної інтерпретації Л. як “слова”, яке субстанційне, але не особистісне, і виявляє в собі форму, але не волю. Однак на той час поняття Л. уже увійшло у сферу юдейських і християнських учень, де було переосмислено як Слово особистісного і “живого” *Бога*, який викликав цим Словом речі з небуття. Так, для Філона Александрійського Л. є “образ Бога” і немовби “другий Бог”, посередник між потойбічністю Бога та поцейбічністю світу. Для християнства значення терміна Л. визначено вже першими словами Євангелії від Йоана – “Споконвіку був Логос, і з Богом був Логос, і Логос був – Бог”; уся історія земного життя *Ісуса Христа* інтерпретується як втілення та набуття людської подоби Л., Який приніс людям одкровення й Сам був цим одкровенням (“словом життя”), Саморозкриттям “Бога незримого”. Християнська догматика стверджує субстанційну тотожність Л. Богові-Отцю, Чие “слово” Він являє Собою, і розглядає Його як Другу Особу Трійці.

Деякі російські філософи-ідеалісти (В. Ерн, П. Флоренський) уживали термін *Логос* як позначення “цілісного” та “органічного” знання, що характеризується рівновагою розуму та серця, аналізу та інтуїції [1; 129- 130].

Йоан Зізіулас у своїй праці “Буття як спілкування” відзначає, що одна з найдраматичніших спроб примирення грецької ідеї істини та християнського твердження, що Христос є істина, була здійснена в перші три століття за допомогою ідеї *логосу*. Автор наголошує, що ця спроба започаткована грецькими апологетами, зокрема, Юстином, але отримала своїх найбільш відчайдушних представників серед александрійських богословів: Климента, а надто – Оригена. Поняття *логос* у руках Філона стало інструментом узгодження грецької космології та Старого Заповіту (Бут. 1: світ був створений *логосом* Бога). “Застосовуючи цю ідею до Христа, на основі прологу Четвертого Євангелія, Юстин заклав основу, за допомогою якої стало можливо сповістити грекам, що Христос є істина. Але попри те, що це дозволило повернути грецьку думку на християнство, зробивши всіх християн зобов'язаними апологетам, тут містилася велика небезпека для християнського благовістя.

Проголошуючи, що Христос є істина лише тому, що Він є *логос*, у Якому і через Якого був створений світ, і будь-яке існування знаходить свою основу і сенс, Юстин розвинув ідею істини, подібну, якщо не цілком тотожну, до поняття істини в платонізмі” [5; 73]. Застосування в цьому контексті поняття *логос* призвело до аріянської кризи, внаслідок якої Церква була змушена радикально переглянути зміст цього поняття.

На питання *Чи може вчення про логос бути використане, коли йдеться про абсолютне буття, про те, що греки називали істиною?* деякий час Церква коливалась, але, як вказує Йоан Зізіулас, “відповідь прийшла з боку великого александрійського богослова св. Афанасія. Його відповідь, що стала богословською основою для Нікейського визначення, була ствердною, але за однієї суттєвої умови: вчення про логос може бути підтримане, *лише якщо ототожнити Логос із Сином – Особою Святої Трійці* [5; 83]”.

О. Горкуша у своєму дослідженні “Роль концепту Логос у загальнохристиянській парадигмі” наголошує, що “розмиття смислу християнського концепту Логос є проблемою не лише християнської релігії, а й виявом загальнокультурної світоглядної кризи: тотального відчуження людини на трансцендентному, іманентному чи міжособовому рівні від традиційних християнських цінностей, від світу в його логоцентричному осмисленні, від абсолютного християнського авторитету” [4; 1].

У свою чергу В. Галушко та Н. Дайнович у своєму дослідженні “Логос і Софія (філософсько-богословська інтерпретація)” відзначають, що Батьки Церкви переважно пояснювали значення найменування Христа “Словом” за допомогою порівняння Христа-Слова зі “словом” людським. Віра (*pistis*) у християнстві стала таким грандіозним поняттям, що з ним стали співвідносні лише такі поняття, як *ноус* або *logos* (поняття, що набуло в християнстві нове життя, як і віра), вони стали функціонально пересічними, але повністю не співпадаючими. Підставою зустрічі і зіставлення став *logos*. *Логос виступив з істоти Божія – по аналогії з тим, як мова людська виражає істоту думки*. Дослідники вказують на те, що віра і розум людини виявилися зв'язаними й опосередкованими особою Ісуса Христа, божественним словом і розумом. Це показують і слова ап. Павла: “Віра від слухання, слухання через Слово Христове” (Рим. 10: 17). Звідси можна зрозуміти й пояснити те, що предметом дослідження в середньовічній філософії і богослов'ї майже завжди був текст, слово.

На питання *Де Йоан Богослов запозичив своє вчення про Логос?* існує декілька пояснень. Згідно одному з них прийнято приписувати походження вчення Йоана про Логос іудео-александрійській філософії, в якій також існувало уявлення про Логос як про посередника між світом і Богом. Головним виразником такого уявлення вважають Філона Александрійського.

Інше пояснення: Йоан у своєму вченні про Логос спирається на стародавнє іудейське вчення про Мемра – вищій істоті, в якій відкривається Бог і через яку Він входить в спілкування з народом іудейським і з іншими людьми. Це істота – особисте, майже теж, що Ангел Єгови, але в усякому разі не Бог і навіть не Месія.

Дехто вбачає залежність Йоанового вчення про Логос від вчення деяких старозавітних книг про творче Слово Господнє (Іс. 51, 16) і про Премудрість Божію (Притч. 3, 19).

Логос походить від коріння *leg* (латинське *legere*, німецьке *auflesen*, *lesen*). Коріння *leg* містить у собі поняття, пов'язані із словами збирати, підбирати, вважати, розказувати, говорити. Таким чином, *логос* означає слово, мову, а в переносному розумінні і розум, і значення (значення, яке знаходиться мови; розум, який вигадує і направляє значення), і дух, який може мислити, говорити, дивитися і хотіти [див. 3].

Поняття Логос запозичене Філоном від стоїків, але видозмінено на користь релігійного теїзму. Логос, по Філону, є “другий бог”, як образ Батька; але разом з тим він є і прототип миру і “небесна людина” – прототип людини. Він відділяє Творця від творіння, будучи посередником між ними: на відміну від Суцього Він має походження у своєму Батькові, або першоджерелі; на відміну від творіння він не має походження в часі.

Філоном закінчується дохристиянський період історії Логосу. Як універсальний творчий розум Логос є Філону вищим поняттям філософії і одночасно ключем до розуміння одкровення Старого Заповіту. “Логос Філона займає середнє місце між Логосом грецької філософії і глибоко відмінним від нього Логосом євангельського вчення (у Йоана Богослова). Змістом Логосу філософів є сукупність всього мислимого, всього пізнаваного – ідеальна суть і підстава миру. Логос Євангелія є досконале одкровення Істоти Божія, передвічний образ Божий.

Логос, по Філону, не рівнозначний Логосу по ап. Йоану. По Філону, Логос є світова душа, діюча в матерії, світовий розум, а у ап. Йоана *Логос* є особа, живе обличчя Христа. Філон називає Логос другим Богом, сукупністю божественних сил і розумом Божієм. Можна навіть сказати, що у Філона Сам Бог в ідеальному відношенні Його до світу є Логос, тоді як у Йоана Логос ніде не ототожнюється з Богом Батьком і стоїть у вічно особистому до Бога Батькові. По Філону, Логос не є творець миру з нічого, а тільки слуга Божий, а по Йоану – це творець світу, істинний Бог. По Філону, Логос не вічний – він істота створена, по ап. Йоану – вічний. Логос, по Філону, має мету – примирення світу з Богом, але мета ця не може бути досягнута, оскільки світ, через свій неминучий зв'язок з матерією, яка є зло, не може наблизитися до Бога. Філон не допускав, щоб Логос прийняв плоть людини, тоді як ідея Боговоплощення складає саму суть вчення Йоана про Логос. Тому можна говорити лише про зовнішню схожість між вченням про Логос у ап. Йоана і Філона” [3; 27-28].

Відзначимо, що Климент Александрійській і його учень Оріген стоять біля самих витоків ідейного перебігу християнської містики. По Орігену, Логос – божественна Іпостась; обожнення є становлення християнина Христом, бо Христос є в той же час Бог. Тут Логос не посередник лише між Богом і людиною, але і та Особа, з якою душа вступає в тісне обожнююче її спілкування. Оріген приділяє багато уваги історичному Христу, зображенню Його хресних страждань, людинолюбства, лагідності, що відрізняє його не тільки від Філона, але і від його вчителя, Климента Александрійського, який

на першому плані цінує передвічний Логос, що затуляє собою історичну особу Христа.

Вчення про обожнення як з'єднання з Христом-Логосом знайшло яскравий вияв в IV ст. у вченні єгипетського подвижника Макарія Великого і пізніше в містиці чудового письменника другої половини X – першої половини XI ст. Симеона Нового Богослова.

Преп. Максим Сповідник, († 662 р.) визнаючи, що кінцевою метою людини є єднання з Богом як абсолютним початком, учить, що це єднання відбувається силою Христа-Логосу і поза Ним відбутися не може. Логос – центральний і основний пункт всієї релігійно-філософської концепції преп. Максима. Наполягаючи на високій цінності гностиса, він не поменшує значення і любові.

Божественний *Логос* відкривається в природі і Писанні: у них Він утілюється Своїми енергіями, або ідеями. *Зовнішні форми і букви складають Його одяг, під яким таємничо ховаються Його ідеї, а в них і Сам Логос* [див. 3].

Отже, Слово стає предметом споглядань і споглядається в двоякому відношенні: 1) у сокровенному образі буття Свого на недосяжній вершині надр Божества і 2) по Своему відношенню до світу.

Перше відкриває таємницю Трійці, друге – таємницю творіння, промислу і суду. У тій та другій площині *ЛОГОСОМ* охоплюється все Божественне і все тварне, та всі мислимі відносини між ними.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Аверинцев С. Софія-Логос. Словник. 2-е видання – К., 2004.
2. Біблія / Переклад І. Огієнка. – К., 2002.
3. Галушко В., Дайнович Н. Логос и София (философско-богословская интерпретация) // *Respectus philologus*. – № 1 (6), 2002.
4. Горкуша О.В. Роль концепту Логос в загальнохристиянській парадигмі: Автореф. дис. ...канд. філософ. наук. – К., 2004.
5. Зізіулас Й. Буття як спілкування. Дослідження особистісності і Церкви / Пер. з англ. – К., 2005.
6. Українська Радянська Енциклопедія. – К., 1981. - Т.6.
7. Хин-шун Ян. Древнекитайская философия. Твори: У 2-х т. – М., 1972.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Наталія Мех. – кандидат філологічних наук, доцент, докторант відділу стилістики та культури мови Інститут української мови НАН України.

Наукові інтереси: проблеми лінгвокультурології.

ЦІННІСНА МОДАЛЬНІСТЬ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ

Ольга СУШКЕВИЧ (Кіровоград)

Стаття присвячена проблемі цілісного осмислення ціннісної модальності людини, яка говорить або пише. Узагальнені чинні підходи до розуміння окремих категорій «цінність», «модальність», а також характер їх взаємозв'язку, та реалізації у мовленні. Визначаються чинники впливу на ціннісну модальність мовця. Подаються окремі характеристики мовної особистості, зумовлені її ставленням до значимого.

The paper views complex understanding of value modality of a person who speaks or writes. Current approaches to the interpretation of the categories “value”, “modality” are systematized, and the nature of their correlation and realization in speech is defined. Factors influencing value modality of a speaker are explored. Characteristics of a linguistic personality determined by his/her attitude to significant issues are presented.

Сучасні процеси глобалізації, з одного боку, та тривала духовна криза постмодерного суспільства, з іншого, зумовили звернення наукової думки до ціннісного стрижня людини. Зокрема, перед аксіологічною та когнітивною лінгвістикою доба поставила проблеми ціннісного смисла та аналізу комунікативно-мовних практик, у яких самовиражається мовна особистість як представник певної лінгвокультурної спільності.

Як відомо, цінності являють собою основу людського буття, задають направленість та вмотивованість діяльності. Ясна річ, вони стимулюють та актуалізують людську думку, дію; рухаються у відкритих системах світу, соціуму, особистості та мови [4, 7]. Саме уявлення про ціннісну модальність дасть можливість прослідкувати, яким чином цінність, звернена до людини, реалізується у дійсності, мовній практиці. *Актуальність* лінгвістичного дослідження модальності в аксіологічному аспекті як доміанти при інтерпретації дискурсу полягає у тому, що такий ракурс вивчення дає можливість глибше проникнути у соціальне, емоційне, інтелектуальне та оцінне «Я» мовця, а отже підійти до розуміння його/її основних ціннісних орієнтирів та інтенцій, особистісної картини світу, які знаходять своє безпосереднє вираження у конкретних комунікативних ситуаціях.

Уявлення про ціннісну модальність мовної особистості знаходиться у процесі осмислення та розробки. Інтерпритації окремих складових зазначеного явища висвітлюються у концепціях провідних філологів Т. ван Дейка, О.С. Кубрякової, В.З. Дем'янкова, Ю.М. Караулова, Ю.Д. Апресяна, та інших, проте цілісного тлумачення воно ще не набуло. Відповідно, *метою* даної статті є синтезування комплексного уявлення про ціннісну модальність мовної особистості. Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань:

- узагальнення наявних підходів до розуміння окремих категорій вказаного поняття;
- встановлення взаємозв'язків між компонентами зазначеного явища;

– пошук власних мовних аспектів вивчення ціннісної модальності людини як суб'єкта комунікації.

Перш за все, слід зазначити, що лінгвістичне бачення ціннісної модальності значною мірою базується на осмисленнях цього поняття філософією, логікою, соціальною психологією та іншими культурно-гуманітарними науками. Так, мовознавство використовує філософські підходи щодо тлумачення «цінності», інтерпретуючи їх щодо тексту, дискурсу, а також запозичує парадигму аналізу зазначеного явища у ракурсі: буття – мова – людина [4, 10]. Від логіки лінгвістика переймає характеристики суждення за “силою” висловлюваного в ньому твердження: суждення може бути необхідним, можливим, випадковим, неможливим і т.д. [6, 603]. Крім того, логіка дає ключ до розуміння модальності як центральної категорії осмислення цінності.

Соціальна психологія підштовхує мовознавців до аналізу особливостей реалізації модальності дискурсу окремої мовної особистості через призму психологічних характеристик, станів людини, її соціальної позиції, статусу та інших соціально-ситуативних детермінантів. А культурологія, у свою чергу, підводить лінгвістів до осмислення мовної особистості як представника певної культурної спільноти, у якій вона проходить або не проходить шлях соціалізації [5]. Цінність також розглядається як феномен культури, інтегративне явище певного історичного періоду чи цивілізації. Крім того, фізіологія спонукає лінгвістів не нехтувати біологічною складовою людини, про задоволення потреб якої, особа дбає у першу чергу і що знаходить відображення у мовленні. До того ж, наприкінці двадцятого століття осмислення мовної особистості починає спиратися на ідеї нормативності, етичності, комунікативності [9]. Відповідно, такий багатоаспектний характер осягнення окремих складових явища «ціннісна модальність мовної особистості» призводить до неоднозначності їхньої інтерпретації й у лінгвістиці. Як наслідок, сучасна антропологічна наукова парадигма стимулює мовознавство розширювати сферу своїх досліджень, методологічну базу, звертаючись до надбань інших галузей наукового знання, які ставлять перед нею актуальні задачі та вимоги відповідно до потреб сучасності. Приймаючи таке положення, проаналізуємо наявні підходи за принципом доповняльності для з'ясування лінгвістичних аспектів досліджуваних явищ.

Насамперед, звернемось до авторитетних лексикографічних джерел та з'ясуємо лінгвістичні аспекти значення «модальності». «Большой энциклопедический словарь» зазначає, що згадане явище передає ставлення мовця до змісту власного висловлювання, цільову установку мовлення, співвідношення змісту висловлювання з дійсністю. Модальність може мати значення ствердження, наказу, побажання, припущення, достовірності, (не)реальності та інше [2, 284]. Фактично, у такому визначенні модальність виступає як рефлексія суб'єкта щодо самого себе та власного мовлення у

співставленні з дійсністю. «Русская грамматика» (1980) вказує на неоднозначність цього терміну в лінгвістиці «...им называются разные явления, объединенные тем признаком, что все они так или иначе – грамматически, лексически, интонационно – выражают отношение говорящего к сообщаемому или сообщаемого к действительности». “Longman Dictionary of Contemporary English” дещо виходить за вищезгадані рамки, модальність вже постає також як ставлення мовця не лише до власного висловлювання, а й до співбесідника та його ідей [10, 1058]. У такому аспекті вже прослідковується певна діалогічність, перетин індивідуальних світів мовців. Такої позиції дотримувався й М. Бахтін, вбачаючи у багатоманітності індивідів сукупність «неповторимо ценных личных миров», наполягав на тому, що між ними може виникнути лише „діалог”, а не протистояння [1, 75]. Проте, такі автори, як В.Г. Бондаренко (1979), В.В. Виноградов (1975), Дж. Лайонз (1978), П.А. Руднев (1977) розглядають модальність тільки як співвідношення повідомлення з дійсністю, проте таке бачення є доволі однобічним на сучасному етапі дослідження явища.

Зазначені джерела у своїй сукупності розкривають сутність терміну «модальність», яка полягає у вираженні **ставлення** мовця до повідомлення, думок співрозмовника, до нього самого як особистості, а також **співвідношення** повідомлення з дійсністю. Як бачимо, у зазначених тлумаченнях прослідковується диференціація категорії модальності на об’єктивну та суб’єктивну. Такої точки зору дотримуються також В.Г. Гак (1989) та Наєр В.Л. (2001).

Об’єктивна модальність розкриває рефлексію щодо повідомлення: його зміст може мислитися як реальний чи нереальний, можливий чи неможливий, необхідний чи вірогідний, бажаний чи небажаний у конкретній ситуації спілкування. Така модальність виражається граматичними, лексичними, інтонаційними засобами (форми способу, модальними словами та частками, варіаціями тону).

Суб’єктивна модальність – це оцінка людиною, яка говорить чи пише, поданих фактів (вираження впевненості чи невпевненості, згоди чи незгоди, позитивної чи негативної оцінки). Така модальність реалізується різнорівневими мовними засобами (морфологічними, словотворчими, синтаксичними, лексичними, а також комбінованими), які взаємодіють на основі спільності їх функцій. Це можуть бути такі засоби як оцінна лексика, лексичні звороти, модальні слова та частки, вставні конструкції, вигуки, варіації порядку слів, інтонації, а також композиційні засоби. Слід відмітити, що суб’єктивна модальність необов’язкова ознака висловлювання. Вона утворює модальний прошарок другого рівня, який іноді називається вторинною модальністю [2, 285]. Її семантичний обсяг значно ширший за семантичний обсяг об’єктивної модальності. Значення, які складають зміст суб’єктивної модальності, далеко не однорідні й

потребують спеціального аналізу та упорядкування. Необхідно зазначити, що в категорії суб'єктивної модальності полягає антропоцентрична властивість мови: актуалізація «Я» різноманітними мовними, мовленнєво-риторичними засобами.

Особливої уваги заслуговує думка Н.А. Слюсарєвої про потенційну можливість об'єднання категорій суб'єктивної та об'єктивної модальності у спільну категорію модальності. Справді, співвідношення реальність/нереальність та ставлення мовця до повідомлення органічно поєднуються у висловлюванні. Наприклад, *Я ще зовсім молода жінка. Мені всього сімдесят два роки*. Звісно, з огляду на поважний вік дами, твердження про молодість з традиційної точки зору звучить як таке, що суперечить дійсності, проте з позиції мовця це може бути доволі реальним, якщо, скажімо, вона порівнює себе із дев'яностолітньою подругою. Все залежатиме від ситуації, в якій розгортається дискурс. Із наведеного прикладу, видно, що розмежування об'єктивного та суб'єктивного начала модальності є доволі умовним, але й зручним при аналізі окремих нюансів його реалізації у мовленні. На нашу думку, окремий розгляд вказаних явищ дає можливість сконцентруватися на головному та окремих деталях, абстрагуючись від несуттєвого, а комплексне осягнення модальності – дає уявлення про особливості мовної особистості та дискурсу як цілісності.

Отже, наведені підходи до розуміння явища модальності переконливо свідчать про багатоаспектність, складність та неоднозначність осмислення зазначеного явища у лінгвістиці.

Звернемось до уявлень про цінності та прослідкуємо, як корелюють «цінність» та «модальність» і завдяки чому виникає цілісне поняття «ціннісна модальність». Так, за К. Клакхоном «цінності – це усвідомлене або неусвідомлене, характерне для індивіда або для групи індивідів уявлення про бажане, яке визначає вибір цілей (індивідуальних або групових) з урахуванням можливих засобів і способів дії» [9, 12]. «Longman Dictionary of Contemporary English» трактує цінності як ідеї, явища, предмети, які є значимими для людини та на досягнення яких, вона орієнтується у своїй діяльності [10, 1058]. Із зазначеного випливає, що цінності являють собою особливі суспільні відносини, завдяки яким потреби та інтереси індивіда чи соціальної групи переносяться на світ речей, духовних явищ, надаючи їм певних соціальних властивостей, прямо не пов'язаних з їхнім утилітарним призначенням. Цінності постають як точка перетину між людиною та суспільством і виявляються як значиме, важливе, що наповнює людське буття сенсом та направленістю. Вони є основою узагальненої концепції природи, в яку вписується індивід із системою міжлюдських стосунків бажаного та небажаного [7, 105]. Така концепція визначає поведінку (людей), а також задає парадигму стосунків людини з навколишнім світом. Отже, цінність як **значиме**, **бажане** стає певною

нормою, орієнтиром успішного залучення людини до культури, суспільства, колективу. Стає запорукою самореалізації та самоактуалізації особистості.

Звісно, критерії цінного для окремої людини є особливими, проте вони вписуються у типові світоглядні орієнтири характерні для певного культурно-історичного етапу розвитку людства, національних, колективних пріоритетів та особистих переконань [7, 106]. Фактично, ставлення до (не)важливого у такому «слоїстому» ракурсі й являтиме ціннісну модальність певної людини, що знаходитиме своє відображення у мовленні.

Г. Олпорт зазначає, що уявлення людини щодо того, що є цінним ґрунтуються на шести основних інтересах чи мотиваціях особистості, спрямованих на пізнання світу: теоретичних, економічних, естетичних, соціальних, політичних та релігійних [6, 704]. Так, економічний тип систематизує всі предмети та явища оточуючого світу з точки зору їх корисності. Для естетичного типу цінності – це форма та гармонія. Для соціального типу вищою цінністю є любов до народу, для політичного – влада, перегони та боротьба. Для релігійного типу, на думку Г. Олпорта, найвища цінність полягає у досягненні вищої єдності. Ясна річ, мовлення людини завжди відбиватиме ту чи іншу приналежність.

Незважаючи на характер особистісних переконань, дискурс мовної особистості є доволі інформативним щодо універсальних цінностей (добро-зло, любов, милосердя) [7, 106], національних (земля – для українців та американців), колективних (кар'єра – для окремих професійних груп), а вже потім – щодо особистісних цінностей (настанова батьків). Це можна пояснити тим, що хоча кожна людина здебільшого вважає себе особливою, але цінності, які визначають її особистісну структуру, являють собою певні універсальні “стандарты”, норми [9, 56]. Саме така нормативність допомагає людині залучатися до суспільства, а це означає, що у своєму мовленні окрема мовна особистість буде виражати перш за все універсальне, спільне для багатьох, а власне, особисте буде здебільшого передаватися через суб'єктивну модальність, тобто особисте ставлення до прийнятих цінностей, норм, положень. Фактично, протягом життя людина формує власну позицію щодо того, що вважається (не)цінним. Особисте ціннісне ставлення (ціннісна модальність) включає також і ставлення до власних, індивідуальних цінностей суб'єкта, проте загальноприйняті цінності практично завжди переважатимуть над собистісними. Отже, слід відрізнити суб'єктивні цінності від суб'єктивної ціннісної модальності, яка розкриває ставлення людини до повного спектру цінностей. Саме модальність дає широке поле для самореалізації «Я» у мовленні, вона стає основою індивідуальної позиції, вибору.

Слід зазначити, що універсальні та національні цінності відбиватимуться у мові взагалі, а не лише на рівні індивідуального мовлення. Так, А. Вежбицька, розглядаючи співвідношення значень окремих слів у різних культурах, прийшла до висновку про те, що їхня

смыслова наповненість є доволі варіативною, хоч і має ряд спільних рис (наприклад, свобода – для українців та freedom – для американців та англійців) [4, 101]. Це можна пояснити певними історичними процесами, загальнокультурними, а також національними факторами, за яких формувалося те чи інше поняття.

Крім того, варто розглянути ще один «місток», який забезпечує взаємозв'язок категорій „цінність” та „модальність” у мовленні. Ланка, яка їх пов'язує – „оцінність”. Завдяки цій категорії мова відображає взаємодію об'єктивного світу та людини у різноманітних аспектах. «Пропускаючи» через себе світ, мовець осмислює певні явища, події, предмети з позиції їх значимості, цінності (добро-зло, необхідне, важливе-неважливе, користь-школа і т.д.). Такий розподіл зумовлюється системою соціальних та культурно-історичних чинників, в яких самостверджується людина. За своєю природою вони не є сталими (критерії «цінного» відрізняються у людини доби середньовіччя та сучасника). Саме у вираженні ставлення того, хто говорить (пише) до предмету висловлювання виявляється важлива соціально-прагматична роль категорії оцінності.

Як зазначається в академічній «Русской грамматике» (1980), оцінка складає сутність суб'єктивної модальності. Ціннісна модальність та тісно пов'язана з нею оцінність, постають як антропоцентрично зумовлені властивості мови, відображають надзвичайно складну картину людського світу, яка є змінною та непостійною. Оцінка як судження про цінність постає важливим критерієм визначення (не)цінного. У мові це виявляється імпліцитно чи експліцитно. Передаючи ціннісний аспект значення мовних виразів, оцінка може інтерпретуватися як "А (суб'єкт оцінки) вважає, що Б (об'єкт оцінки) хороший/поганий" [3, 180].

Оцінка підводить до розуміння ціннісної основи мовця, його ставлення до того, що говориться і ким говориться. Це може виражатися елементами, меншими, ніж слово (афіксами), словами та виразами, або ж відобразатися на рівні висловлювання, контексту.

Крім того, ціннісна модальність мовної особистості може декодуватися у раціонально-оцінних, емоційно-оцінних та емоційно-раціональних варіаціях смислів, значеннях, які пронизуючи дискурс мовної особистості, розкривають внутрішній світ людини, що говорить та власне ставлення до дійсності, реальності з позиції значимості для мовця. Таким чином, оцінка у широких аспектах емоційних, раціональних індивідуальних проявів постає смисловою основою суб'єктивної ціннісної модальності.

Звісно, особливості реалізації ставлення до важливого, цінного будуть варіюватися в залежності від структури конкретного комунікативного акта: комунікантів (адресанта, адресата), характеру їхніх стосунків і пов'язаної з цим тональності спілкування, мови (коду), теми та засобів спілкування та конкретних умов протікання дискурсу. Від характеру набору таких змінних

залежатимуть вербальні та невербальні засоби експлікації ціннісної модальності.

Більше того, у спілкуванні оцінний компонент ціннісної модальності є критерієм розуміння співрозмовника, тлумачення сказаного. У такому ракурсі оцінка виступає як «фільтр» інформації, що осмислюється учасником комунікативного процесу. Так, фраза: «*Гарна робота!*» взагалі позитивна. Виражає похвалу, заохочення, підтримку. Ця ж фраза, сказана іншим тоном, може оцінюватися як критика, догана, загроза. Навіть вжита позитивно, вона може інтерпретуватися негативно з огляду на контекст, попередній досвід, ситуацію спілкування, позицію та роль комунікантів.

Зупинемося ще на одному аспекті, який заслуговує на особливу увагу. Модальність у лінгвістичному баченні прийнято інтерпретувати щодо тексту та дискурсу, проте з іншого боку вона виступає й як характеристика самого мовця. Так, вміння експлікувати ціннісну модальність у дискурсі може стати показником мовленевої готовності мовної особистості, її загальної культури мовлення, сформованості. Створення тексту являє собою творчий процес, саме це дає можливість людині, що говорить чи пише розкрити через модальність свою мовну індивідуальність, використовуючи риторичні та комунікативні можливості, постійно розширюючи власні прийоми та тактики, вдосконалюючи красномовність. Вміння розкривати особисте ставлення до значимого веде до самоствердження «Я» у спілкуванні, конструює образ мовця, його/її внутрішнього світу, який вступає в активну взаємодію зі світом іншої людини.

Для успішної комунікації важливо мати стійку, проте динамічну та гнучку ціннісну установку, адже ціннісний компонент уявлень комунікантів може значно різнитися. Жорстке нав'язування власних цінностей, або відкрита критика ідей співрозмовника може зруйнувати контакт та порозуміння між комунікантами (наприклад, політична чи релігійна агресія). Відповідно, успішне спілкування, вплив та переконання стають можливими лише за делікатного взаємопроникнення, доцільного використання тактик та стратегій. З іншого боку, якщо ціннісна позиція мовця є невизначеною або нестійкою, то це свідчить про певну міру несформованості особистості, як наслідок, таку особу легше переконати, підвести до певного рішення чи дії.

Якість спілкування відзначається ще й тим, що за певною аргументацією, прикладами, емоційною переконливістю, логічністю та доцільністю побудови дискурсу завжди повинно стояти знання, істина інакше спілкування перетворюється на оману та пустослів'я. Це зумовлюється тим, що пізнання, яке відбувається у спілкуванні невід'ємно включає очінний момент, своєрідний бар'єр «правда-брехня», що супроводжується різними модальностями, зокрема, ціннісною. Недаремно, Шелер виокремив знання в один із рядів ціннісної модальності у сфері духовних цінностей [6, 705].

Ціннісна модальність певної мовної особистості має й свою історію. Якщо порівнювати ціннісну направленість дискурсу людини у різні періоди її життя, то можна прослідкувати певну динаміку, змінність, а іноді й повне руйнування вихідної установки. Це пов'язано із глобальними змінами світового рівня, суспільними перетвореннями, а також змінами власного статусу, позиції, переживаннями та іншим.

Як приклад, розглянемо ціннісні зміни дискурсу зрізу «модерн-постмодерн». Суттєва зміна фундаментальних принципів організації людської культури призводять до проблематизації визначеності ціннісної направленості прогресу як єдиної перспективи трансформації суспільства [7, 107]. Розмиваються опозиції між універсальними добро-зло й відповідно модальностями добре-зле. Мовцю важко визначитись щодо найелементарніших моральних, етичних, естетичних уявлень чи понять. Як наслідок, людині стає складно осмислювати сенс власних дій, думок, скеровувати власне життя у «правильному» руслі. Відчутна певна розгубленість та неоднозначність, ностальгія за часами стабільності.

Більше того, вся система суспільних відносин досягає рівня біфуркації, межі нестабільності, за якою унеможлиблюється прогнозування схеми подальшого розвитку чи деградації [6, 104].

Зокрема, національні та суспільні цінності теж зазнають нищівного впливу у цей період. Це зумовлюється тим, що відносно сталі системи (у тому числі, й національно-державні) з властивими їм структурно-функціональними характеристиками або розпадаються, або прискорено деградують, поступаючись проектним формам та мережевим моделям комунікації. Людині доводиться перепрограмуватись на новий лад «глобалізації», фактично переживати втрату власних коренів, системи цінностей. Крім того, відбувається розпад традиційних видів і форм діяльності як загальноприйнятих моделей, норм людської практики, які ще донедавна вписувались в етос.

Зрушення відбуваються й суто на особистісному рівні: явно проявляються тенденції до втрати суб'єктних и особистісних характеристик («воля», «діяльність», «мислення», «самосвідомість», «індивідуальність» та інше). Натомість конститується адаптивний індивід як самовідчужений носій певної сукупності нормативних дискурсів і практик [8, 49].

Абсолютно очевидно, що перераховані тенденції не реалізуються ізольовано, проте саме вони становлять змістовні проблеми не лише ціннісної орієнтації мовця-сучасника, а й людського буття вцілому.

Отже, розглядаючи ціннісну модальність мовної особистості, ми приходимо до висновку про те, що її окремі складові перебувають у складній взаємодії, що зумовлює багатоаспектність явища. Так, суб'єкт комунікації має провідну роль при передачі та варіації ціннісних модальних смислів висловлювання. Крім того, ціннісна модальність як мовна універсальія постає ще й показником загальної культури мовця, його

обізнаності та ерудиції. Ця категорія, певною мірою, сприяє цільнооформленості мовлення, задає йому певну направленість та смисл. Її лінгвістичні параметри реалізуються у специфіці кодування ціннісних відношень та ставлень мовця та у характері взаємодії співрозмовників у мовній практиці. Більше того, декодування ціннісної модальності індивідуального мовлення дає ключ до розуміння не тільки етосу культури, суспільно-історичних процесів, а й ціннісного стрижня людини, що говорить. Відповідно, багатогранність ціннісної модальності потребує використання досягнень не лише мовознавства, а й інших галузей наукового знання.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бахтин М.М. Проблема языковых жанров // Бахтин М.М. Собрание сочинений в семи томах. – Т.5. – М.: Российские словари, 1996. – 165 с.
2. Большой энциклопедический словарь. Языкознание / Гл. ред. Ярцева В.Н. – М.: Большая Российская Энцикл., 1998. – 685 с.
3. Вольф Е.М. Оценка и "странность" как виды модальности//Язык и логическая теория. – М.: Наука, 1987. – С. 178 – 186.
4. Дротянко Л.Г. Філософські проблеми мовознавства. Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. – К.: Навчальна книга, 2002. – 128 с.
5. Карасик В.И. О категориях лингвокультурологии // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2001. – С.3 – 16.
6. Современный философский словарь / Под общ. ред. проф. В.Е. Кемерова. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Академический Проект, 2004. – 864 с.
7. Столович Л.Н. Об общечеловеческих ценностях // Вопросы философии. – М.: Наука, 2004. – №7. – С.105 – 113.
8. Щукин В.Г. О филологическом образе мира (философские заметки) // Вопросы философии. – М: Наука, 2004. – №10. – С.47 – 64.
9. Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Actions. In: Parsons T. and Shils E. (eds.). Toward General Theory of Action. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1951, p. 395
10. Longman Dictionary of Contemporary English. – Harlow: La Tipografica Varese, 2006. – 1950 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Сушкевич – асистент кафедри перекладу та загального мовознавства КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: аксіологічна та комунікативна лінгвістика.

РОЗДІЛ X. МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН МОВОЗНАВЧОГО ЦИКЛУ

ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПРАКТИЦІ РОЗВИТКУ ТВОРЧИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ

Світлана БОБИЛЬ, Людмила СТРЕБУЛЬ (Дніпропетровськ)

Розглянуто методичні підходи у розвитку творчих можливостей студентів-іноземців; представлені тексти науково-інформаційного змісту.

Teaching methods approaches to the development of the creative possibilities of the foreign students are viewed; scientific informational texts as teaching tools are assessed.

У даній статті розглядається проблема вивчення іноземної (української, російської) мови у діалозі культур. Відомо, що іноземна мова як загальноосвітня дисципліна здатна не тільки навчати або відпрацьовувати навички спілкування, а й розвивати індивідуальність кожного в діалозі рідної та іноземної мови.

Проблеми міжкультурної комунікації та формування лінгвокультурологічної компетенції знайшли висвітлення у багатьох дослідженнях і публікаціях останнього часу, в тому числі Є. Верещагіна, В. Костомарова, А. Бердичевського, Ю. Степанова, Є. Пасова, О. Митрофанової та інших.

Мета даної статті – розглянути оновлені лінгводидактичні принципи та їх відображення в практичних методах і прийомах розвитку творчих можливостей студентів-іноземців.

В умовах змін, що відбуваються в економіці, політиці та інших соціальних сферах життя України, навчання іноземній (російській, українській) мові передбачає не лише засвоєння лінгвістичних знань, умінь та навичок і навіть не тільки енциклопедичне опанування країнознавчої інформації щодо географічних і історичних понять і явищ, а й формування спроможності до участі у міжкультурній комунікації.

Спираючись на тезу Леві-Стросса, що мову слід розглядами як продукт культури, як частку культури й як умову культури, треба пам'ятати, що культурний фон може не виявлятися в кожному конкретному акті спілкування, але він завжди присутній у контакті людей, які спілкуються. Тому ретельний відбір лінгвокраїнознавчої інформації, виховання толерантності під час навчання іноземній мові дозволяє студентам-іноземцям не тільки глибше ознайомитися з соціальною культурою іншого

суспільства, різними видами державного устрою, життям і побутом ровесників, а й зрозуміти те загальне, що є у народів, які належать до різних культур, допомагає краще сприйняти їх прагнення до сумісної діяльності при рішенні актуальних проблем сучасного життя.

При виборі мови пізнання іншої культури важливу роль відіграє позитивне сприймання країни та мови даної культури. Інформація про Україну, яка пред'являється студентам-іноземцям, неоднорідна, варіативна за своїм складом, рухлива. Її відбір залежить від мети навчання, комунікативних потреб і пізнавальних інтересів, але, як показала практика, обов'язково треба приділити увагу вивченню таких тем: « Вітаємо!», «Бувайте здорові» , «Очікуємо гостей», «Смачного!», «Де що скільки коштує», «Відпочиваємо із задоволенням», «Ділова зустріч», «Улюблені міста в Україні».

Формування міжкультурної компетенції передбачає в першу чергу оволодіння еквівалентною, безеквівалентною та фоновою лексикою.

Згідно з класифікацією Е. Верещагіна та В. Костомарова, це: *загальнолюдські поняття, специфічні поняття*, притаманні всім членам певної етнічної та мовної громади, *соціально-групові фонові знання*, тобто знання, притаманні даній соціальній групі, *соціально діалектологічні* (мова тусовок, СМІ, сленг окремих неформальних молодіжних груп) та *регіональні знання*, що пов'язані з особливостями регіонів.

Вузівська програма не передбачає навчання іноземних студентів особливостям професійного спілкування чи місцевим говіркам, тому першочергову увагу необхідно приділяти саме оволодінню лексикою другої групи.

Формування лінгвокультурологічної компетенції починається зі створення привабливого уявлення про країну, мова якої вивчається. Це так звана *предметна* інформація та *фонові знання*, в яких закарбований соціально-детермінований досвід носіїв мови та культури, моральні цінності українського народу.

Важливим джерелом цих знань можуть бути навчальні тексти, які містять інформацію про доісторичний період, історію розвитку українознавства від часів Київської Русі до сьогодні.

Найчастіше на практиці використовуються тексти про історію виникнення і розвитку Київської Русі, про звичаї слов'ян за часів Ярослава Мудрого, Володимира Мономаха, гетьмана Богдана Хмельницького тощо. Навчальний момент при ознайомленні з цими текстами, природно, є головним, але не слід забувати також про їх виховний вплив. При читанні, наприклад, «Повчання Володимира Мономаха» треба відмітити високі моральні принципи давніх слов'ян, самого київського князя Володимира: «Куди б Ви не їхали, не давайте Вашим отрокам причиняти зле ні селам, ні посівам, щоб люди не проклинали Вас. Брехні остерігайтесь, і пияцтва, і облуди, від цього душа гине і тіло...»

Про доброзичливість і гостинність слов'ян, про їх повагу до батьків і милосердя до слабких свідчить такий мікротекст: «Найбільше поважайте гостя, звідки б він не прийшов: проста людина, чи знатна, чи посол. Якщо не можете одарити його подарунком, то пригостіть його їжею і питвом, а він, подорожуючи далі, прославить Вас у всіх землях доброю чи злою людиною... Хворого провідайте, померлого проведіть в останній путь, тому що всі ми смертні...»

Принцип відбору текстів передбачає не тільки розширення світогляду студента, але й формування у нього певних знань і уявлень про минуле та майбутнє України, її народу. Наприклад, відбираючи тексти, що містять відомості з особистого життя київських князів, описують риси характеру, взагалі притаманні українцям: людяність, мудрість й самоповагу. При аналізі звертання князя Володимира до своїх сучасників і нащадків, звертається увага на подібність цього матеріалу до повчань китайських філософів та імператорів.

Найбільше впливають на іноземних студентів повчальні слова князя: «Не судіть мене, діти чи хто інший, хто прочитає моє «Слово...» Не хвалю я ні себе, ні своєї сміливості, а хвалю я силу Творця і прославляю його за те, що він мене, грішного й слабкого, стільки літ охороняв від смертельної небезпеки і не лінював мене створив, а на всякі людські діла достойним».

Безумовно, що для ознайомлення з культурою народу, мова якого вивчається, найбільш показові тексти художнього стилю, що містять різнобічну інформацію, яка знайомить з традиціями, моральністю, тобто ментальністю українського народу, в яких відбивається традиційні, стійкі уявлення народів один про одного, про події, що залишили значний відбиток у взаєминах між народами, в їх історичній пам'яті тощо. Це можуть бути розповіді й уривки з романів класичної, емігрантської літератури та літератури 20-х років, сучасні літературні твори, Підвищенню ефективності цієї роботи сприяє наявність таких блоків: а) інформація про письменника, його творчість, історичний час, сам твір; б) предтекстові завдання; в) словники; г) навчальний текст; г) післятекстові завдання.

Розвитку творчих можливостей студентів сприяє система вправ, що відображають шлях від власнемовного опанування матеріалу до умовно-мовленнєвого, а потім – до комунікативного, зорієнтованого на формування лінгвокраїнознавчої і культурологічної компетенції.

Для формування інтелектуальних та лінгвокраїнознавчих можливостей іноземних студентів широко використовуються також науково-інформаційні тексти, публіцистичні статті, ілюстративний матеріал (листівки, мапи, меню, рекламні проспекти, розклад руху потягів, програми телебачення, візитки, чеки, предмети та явища повсякденного життя), які відображають історико-культурні, географічні, економічні та соціально-побутові особливості країн та регіонів, із яких іноземці прибули, а також тієї країни, де зараз вони живуть і навчаються. Наші китайські студенти протягом року друкували в

університетській газеті розповіді про свою країну («Як виникли перші ієрогліфи в Китаї», «Що означають китайські імена», «Як лікують в Китаї», «Що Китай подарував всьому світові», «Свята на батьківщині», «Леви та дракони: минуле та сучасне», «Україна очима іноземних студентів» тощо). Потім проводилися дискусії із спільних для молоді наших країн питань. З'ясувалося, що в них зараз більше спільного у поглядах на економічні, політичні та соціальні реалії, але поки ще навіть молодь негативно сприймає глобалізацію у культурі, закликає не відмовлятися від традицій, звичок свого народу і бажає зберегти свою самобутність у культурі та побуті.

На наш погляд, недооцінюється вплив на розвиток творчих можливостей у межах сучасної лінгвокультурної ситуації знайомство іноземних студентів з соціальною діалектологією. Це може бути мова телевізійних ток-шоу, молодіжних тусовок, студентських газет та журналів тощо. Наприклад, знайомство з виразами - *Как дела?* – *Пока живой;* – *Дай п'ять* («давай поздороваємся»), *Завалить экзамен* («не стать»), *стрелять сигареты* («брать взаймы»), *ватащить шпоры* («достать шпаргалки»), *отпад, клево* («хорошо») підвищує рівень комунікативної компетенції іноземців, формує їх творчі можливості, розвиваючи навички монологічної та діалогічної мови.

Актуальною темою на заняттях є також історичне минуле Придніпровського краю та Запорізького козацтва. Ознайомлення з історією виникнення та розвитку запорізького козацтва, як правило, проводиться перед екскурсією до Запоріжжя.

Після подання лексико-граматичного матеріалу з конкретної теми й ознайомлення з текстами ставляться та даються відповіді на питання про раціональність зародження козацтва у середині XV століття, коли необхідно було захищати південні степи краю від грабіжницьких нападів ногайських татар, що підкорилися кримському ханству й розташувалися на Дикому Полі. Найбільш сміливі, волелюбні й мужні українські селяни, не бажаючи терпіти кріпосницький лад і владу чужинців, поселялись на спустошених землях над Дніпром і Південним Бугом. У заселених степах селяни займались землеробством, рибальством, тваринництвом, бджільництвом. Переселенці були вимушені постійно давати відсіч нападам ворогів, тому працю на землі поєднували з озброєною боротьбою.

Потім цих людей почали називати «козаками», що в перекладі з тюркської мови означає «вільна, незалежна, озброєна людина».

Під час ознайомлення з текстами увага студентів привертається до таких фактів: козаки об'єднувались на основі взаємодопомоги, щоб захищати своє житло, господарство, сім'ї. Так поступово створювалось Запорізьке військо з його залізною дисципліною й відданістю присязі. Студенти пізнають, що Запорізька Січ була своєрідною українською військовою академією, через котру пройшли всі українські полководці, козацькі гетьмани, отамани і полковники.

Ця інформація про виникнення козацтва як Збройних Сил України доповнюється історико-художніми текстами, відповідним ілюстративним матеріалом, телерадіопередачами, театральними виставами про розвиток ремісництва у козаків, про їх звичаї та побут. Подорож до Запорізької Січі, до Хортиці, до музею, до козацьких місць доповнюють відомості, з якими студенти ознайомились під час екскурсії.

Популярні в іноземців екскурсії до історико-краєзнавчого музею Дніпропетровщини, до меморіального дому-музею академіка Д.І. Яворницького, де жив і працював відомий український вчений, археолог, письменник, ім'я якого перш за все пов'язане з вивченням і популяризацією історії, культури та побуту запорізького козацтва.

Під час читання тексту відпрацьовуються вміння виявляти країнознавчі знання та виділяти країнознавчі об'єкти. Наприклад, слова: *феодалний, кріпосництво, пошлюбитися, усобиця, князівство, отаман, гетьман, козак, бунчук*, безумовно, потребують додаткового історичного коментарю. Звертають увагу студентів-іноземців на слова з національно-культурним компонентом, вербальні одиниці мовного етикету, національно-специфічні невербальні засоби спілкування, афористику тощо.

Серед безеквівалентної лексики, яка містить інформацію про країну, її культуру і побут народу, виділяються такі групи:

Назви предметів і явищ традиційного побуту: *борщ, вареники, галушки, плахта, свитка, чоботи, шаровари, макітра, левада, полонини, вишиванка*; слова, пов'язані з релігійним життям: *Великдень, Спас, Вербна неділя, Водохрещя, святвечір, Благовіщення, Масляна, Миколи, Хрещення, хрестини, щедрування, засівання*; знаки-символи: *тризуб, берегиня, оберіг, рушник, калина*; слова з фольклору: *русалка, лісовик, мавка, домовик, відьма, водяник*; слова неукраїнського походження: *козак, гетьман, хан, шляхта, ярмарок, гайдамаки*; історизми: *князь, скіфи, курган, половці, печеніги, боян, булава, отаман, бунчук, кобзар, писар, хорунжий, сотник, курінь, універсал*; лексика фразеологічних одиниць: *ні се ні те, ні рак ні риба, ні швець ні жнець* (про людину невизначених здібностей), *накивати п'ятами, дати ходу, взяти ноги на плечі* (швидко зникнути, тікати), *впало в око* (привертати увагу), *не до шмиги* (це вам не личить).

Дуже важливо, щоб студенти не тільки засвоїли конкретну інформацію, відомості про культуру України, а навчилися говорити та писати про явища, пов'язані з цими фактами, на підставі отриманих знань мали можливість самостійно створювати тексти різних стилів та жанрів.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы. – М., 2005.
2. Власова Е.Л. Страноведческая информация в процессе обучения различным аспектам языка / Обучение научных работников иностранным языкам. – М., 1984.

3. Митрофанова О.Д. Принцип диалога культур в методическом освещении.//Мир русского слова. – 2005. – № 1–2. – С.44 – 49

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Світлана Бобиль – кандидат філологічних наук, доцент, зав кафебри гуманітарних дисциплін для іноземців Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В.Лазаряна.

Людмила Стребуль – кандидат філологічних наук, доцент, кафебри лінгвістичної підготовки іноземців ДНУ.

Наукові інтереси: комунікативний синтаксис

ПРОБЛЕМИ НАВЧАННЯ ПИСЬМОВОГО ПЕРЕКЛАДУ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ ФАКУЛЬТЕТІВ ПЕДАГОГІЧНИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Тетяна КАПІТАН, Тетяна ТОКАРЄВА (Кіровоград)

В статті розглядаються проблеми навчання письмового перекладу студентів немовних факультетів вищих навчальних закладів. Пропонуються методичні вказівки щодо підготовки до письмового перекладу та його безпосереднього виконання; звертається увага на особливості письмового перекладу текстів стилю художньої літератури та публіцистичного стилю; наводяться критерії оцінювання робіт з перекладу.

The paper focuses on the problems of written translation. Basic methodical instructions as for the teaching of written translation are singled out. The authors pay attention to the peculiarities of written translation of the texts, to the style of belles-lettres and publicistic style. Translation criteria are assessed by the authors.

У процесі підготовки педагогічних кадрів важливе значення має володіння іноземними мовами. Знання іноземної мови дає можливість студентам нефілологічних факультетів поглибити свої знання не тільки у мовному відношенні, а й розширити свій загальний кругозір в естетичному плані, долучившись до кращих зразків художньої літератури Німеччини, до публіцистичних творів, наукових надбань. Саме вміння правильно перекладати тексти вищеназваної тематики є одним із шляхів здобуття міцних знань з певного фаху, який відкриває перспективу подальшого професійного зростання молодих науковців. Вміння правильно перекладати різноманітні види інформації наводить містки між культурами, наукою, політикою різних народів, сприяє взаємозбагаченню культур. Недарма Б.Шоу повторював: “Якщо у тебе є яблуко і в мене є яблуко і ми обмінємося ними, то в кожного залишиться по яблукові. Якщо ж у тебе є ідея і в мене є ідея, то, обмінюючись ними, кожен з нас матиме вже по дві ідеї”.

У ставленні людини до навколишнього середовища все більшу роль відіграє іноземна інформація, що зумовлюється розширенням Європейського Союзу, зростанням ролі німецької мови у Центральній Європі [1, 9-10].

У навчальній діяльності студентів немовних факультетів педагогічних вищих навчальних закладів поняття “переклад” трактується як процес і результат створення на основі вихідного тексту на одній мові рівноцінного йому у комунікативному відношенні тексту на іншій мові. Комунікативна еквівалентність дає можливість повноправної заміни оригіналу його варіантом перекладу.

Відомо, що якщо цілі і методика роботи над такими аспектами, як аналітичне та домашнє читання, розмовна практика в спеціальних мовних вищих навчальних закладів більш або менш визначені, то в навчанні перекладу для студентів немовних факультетів, у розробці завдань і методів роботи над даним аспектом оволодіння іноземною мовою існує багато проблем.

Багаточисленні посібники і відомі праці (А.В.Федорова, В.М.Комісарова, Я.І.Рецкера) на цю тему розглядають лише окремі сторони роботи над аспектом, не включаючи його в загальний комплекс викладання іноземної мови в неспеціальному вищому навчальному закладі.

Основним матеріалом на першому і другому курсах є підручник і книга для домашнього читання. Мета навчання – розширення словникового запасу, розвиток навичок усного і писемного мовлення, аналітична робота над текстом. На такому немовному факультеті як філологічний, можна використати оригінальний художній текст, на базі якого продовжується робота по розширенню словникового запасу і розвитку навичок усного та писемного мовлення.

Паралельно проводиться робота з перекладу, яка слугує більш свідомому і глибокому теоретичному та практичному оволодінню іноземною мовою через навички виявлення у тексті лінгвістичних і стилістичних особливостей мови, яка вивчається і їх співвідношення з рідною мовою. Як відомо, заняття з перекладу мають свої особливі цілі і завдання, такі, як знайомство з основними лінгвістичними і стилістичними труднощами перекладу, з особливостями і принципами перекладу з іноземної мови на рідну текстів різноманітних жанрів; знайомство з прийомами аналізу художнього перекладу і вироблення навичок читання критичної літератури.

Процес письмового перекладу доцільно будувати в три етапи:

- 1) аналіз оригіналу до початку перекладу;
- 2) власне переклад як перевираження змісту оригіналу засобами мови перекладу;
- 3) загальне редагування.

Сутність першого етапу полягає в уточненні комунікативної ситуації, тобто у відповіді на запитання: ким, для кого, коли, за яких умов і з якою метою створений оригінал, а також у визначенні тематики тексту, його основного змісту, структури (композиції), стилістичної своєрідності. Такий аналіз дозволяє виявити найбільш важливі моменти змісту і стилю

оригіналу, які будуть слугувати основою застосування регулярних і нерегулярних відповідностей на другому етапі перекладу.

Звернення до словників та довідників на цьому етапі повинно обмежуватися рамками загального аналізу тексту.

Зміст другого етапу складає послідовний ряд операцій по перекладу окремих невеликих відрізків оригіналу, яким, з одного боку, властива достатня синтаксична і смислова самостійність, а з іншого – не являють собою особливих складнощів для запам'ятовування. Зазвичай таким відрізком є одна фраза – просте чи складне речення помірної довжини.

Звернення до словників і довідників є доцільним у тих випадках, коли зміст відрізка не вдається уявити достатньо чітко з опорою на весь контекст фрази, або коли кількість закономірних відповідностей для тих чи інших одиниць є недостатньою.

На третьому етапі письмового перекладу ліквідуються огріхи, які виявляються після прочитання всього тексту перекладу [2, 6-8].

На початку навчання письмового перекладу студенти ознайомлюються із лінгвістичними і стилістичними питаннями перекладу (з іноземної мови на рідну), які поділяються на традиційні лексичні і лексико-граматичні труднощі, що класифікуються за принципом труднощів, які зростають.

Як відзначають В.М.Комісаров, Я.І.Рецкер, В.І.Тархов “мовознавство проводить достатньо чітку межу між фактами лексики і граматики у мові. Перекладач має справу не з ізольованими лексичними чи граматичними явищами, а з відрізком мовлення, в якому є цілий комплекс граматичних і лексичних явищ, пов'язаних у єдине ціле” [3, 12].

При перекладі словниковий склад мови розглядається, як особлива система, яка заснована на законах слововживання даної національної мови, особливості передачі неологізмів, реалій, історично забарвленої і інтернаціональної лексики, а також синонімічні ряди і стилістичні пласти в даній парі національних мов, художні тропи як відображення національної культури, структура і граматична будова даних двох мов, випадки граматичних відповідностей та відмінності смислових і стилістичних функцій близьких за формою граматичних елементів у даній парі мов.

У процесі обговорення прочитаного викладач наводить студентів на правильні висновки, відпрацьовуючи таким чином навички критичного читання теоретичної літератури, після чого викладач пропонує серію вправ на переклад даного мовного або стилістичного явища. Це – вправи на переклад окремих речень або невеликих уривків (на рідну, в деяких випадках – на іноземну); аналіз опублікованих перекладів окремих речень чи коротких уривків; співставлення кількох опублікованих перекладів і детальне обґрунтування кращого варіанта.

Знання і навички, набуті студентами, паралельно і у подальшому закріплюються в процесі роботи над текстами з домашнього та аналітичного читання; переклад уривку включається до екзаменаційних вимог. Основна

увага на заняттях приділяється характеристиці позитивних і негативних сторін вільного і формального перекладу. Студенти знайомляться із зразками робіт представників основних перекладних шкіл і напрямків, з рівнем сучасної перекладацької критики. На заняттях роздаються тексти перекладів для попереднього аналізу, студентам пропонується зробити певні висновки, узагальнення, які готують аудиторію до активної роботи під час занять.

На думку Я.І. Рецкера “фактично у процесі письмового перекладу одиницею перекладу може бути і слово, і словосполучення, і синтагма, і ціле речення, і абзац, і увесь текст, який перекладається” [4, 25]. При перекладі тексту розглядаються цілі і визначення критерія точності відповідно до жанру тексту, який перекладається, а також проблеми передачі ідейно-змістового і художньо-образного змісту оригіналу, передача національної специфіки оригінального літературного твору. Тексти для перекладу та інших видів роботи на заняттях добираються за таким принципом: у хронологічному відношенні вони відповідають курсу німецької літератури, у той же час робота над кожним уривком є практичною ілюстрацією окремої теми теоретичного курсу і має свою цільову спрямованість. Наприклад, робота над творами Генріха Манна пов’язана із питанням відтворення історичного колориту, уривки із творів Томаса Манна дають багатий матеріал для розмови про шляхи і можливості відтворення стилістичних особливостей синтаксису і образності; під час роботи над новелами Стефана Цвейга розглядаються питання передачі інформації від першої особи.

Разом із уривком студенти отримують список літератури по даному питанню, потім прочитане, так як і переклад, обговорюються на заняттях у формі творчої дискусії. В цілому, такі заняття передбачають комплексну роботу над текстом, всі мовні і стилістичні явища, які є цікавими з перекладацької точки зору, не залишаються без уваги, аналізуються та пояснюються.

На заняттях пропонуються такі види робіт, як самостійний переклад з попереднім лінгвістичним аналізом тексту і наступним обговоренням в аудиторії у формі вільної дискусії, порівняльного аналізу студентського варіанта і опублікованого; співставний аналіз опублікованих перекладів на рідну мову, які виконані представниками різних напрямків, співставний аналіз кількох перекладів з рідної мови на іноземну. Студенти ознайомлюються також із специфічними труднощами перекладу публіцистичних і газетно-інформаційних текстів. На початку роботи над газетним матеріалом даються короткі теоретичні відомості, необхідні для практичної роботи над текстами: характеристика стилю газетних повідомлень, заголовків і об’яв, які складають сутність газетного стилю, і газетних статей, які є різновидністю публіцистичного стилю. Як відомо, “для публіцистичних матеріалів характерним є поєднання особливостей наукових матеріалів (наприклад, значна кількість термінів, елементи книжної лексики і синтаксису); стилю художньої

мови (наявність елементів образності і емоційно-експресивного забарвлення). Перед перекладачем подібних матеріалів стоїть завдання відобразити всі ці особливості, звичайно у тому випадку, якщо вони є в оригіналі, у своєму перекладі “[3, 239]. Оглядово студенти ознайомлюються із зразками перекладу документально-ділових і спеціальних наукових текстів. Необхідно визначити критерії оцінювання студентів при виконанні письмового перекладу. Комунікативна еквівалентність нового тексту у відношенні до оригіналу забезпечується використанням трьох основних вимог:

- текст перекладу повинен у більш повному обсязі передати зміст оригіналу;
- текст перекладу повинен відповідати нормам мови перекладу;
- текст перекладу повинен бути співставленим з оригіналом за своїм обсягом.

Однією з об’єктивних умов, які впливають на ступінь досягнутої еквівалентності перекладу, є фактор часу. При письмовому перекладі ступінь об’єктивно досягнутої еквівалентності вищий, ніж при усному, так як при письмовому перекладі існує можливість проаналізувати текст, призначений для перекладу, студенти у процесі перекладу можуть скористатися словниками та іншими допоміжними засобами, вносити в текст перекладу численні виправлення.

Робота по перекладу, поряд із суто філологічними цілями, про які згадувалось вище, – поглиблене і усвідомлене вивчення іноземної та рідної мови, розвиток навичок літературного перекладу, закріплення навичок стилістичного аналізу і ін. – знайомить студентів із зразками літератури різноманітних жанрів, з індивідуально-художнім стилем письменника і культурою народу, мову якого вони вивчають, розвиває у молодих людей відчуття стилю і краси мови, розвиває смак до творчої роботи.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Киян Т.Р., Науменко А.М., Огуй О.Д. Теорія і практика перекладу (німецька мова). Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – Вінниця: Нова книга, 2006. – 592 с.
2. Архипов А.Ф. Самоучитель перевода с немецкого языка на русский. – М.: Высш. шк., 1991. – 255 с.
3. Комиссаров В.Н., Рецкер Я.И., Тархов В.И. Пособие по переводу с английского языка на русский. Ч.2. – М.: Высш. шк., 1965. – 288 с.
4. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М.: Международные отношения, 1974. – 216 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Тетяна Капітан – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри перекладу та загального мовознавства КДПУ ім. В.Винниченка.

Токарева Тетяна Станіславівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри германської філології КДПУ ім. В.Винниченка.

Наукові інтереси: проблеми навчання письмового перекладу студентів немовних факультетів.

ВПЛИВ ЗІСТАВНОГО ПЕРЕКЛАДУ НА ЗАСВОЄННЯ ФАХОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ НА НЕМОВНИХ ФАКУЛЬТЕТАХ

Ярослав ЧЕРНЬОНКОВ (Кіровоград)

У даній статті автор висвітлює шляхи засвоєння фахової лексики з допомогою зіставного перекладу та принципи уникнення типових помилок під час перекладу текстів з іноземної мови рідною

The author suggests ways of mastering the professional vocabulary with the help of the comparative translation and the principles of avoiding the typical mistakes while translating the texts from the foreign language into the mother tongue

У відповідності з Національною доктриною розвитку освіти в Україні система неперервної мовної освіти має забезпечити можливість практичного оволодіння хоча б однією іноземною мовою. Головна та кінцева мета навчання іноземної мови студентів немовних спеціальностей передбачає забезпечення активного володіння випускниками немовних факультетів іноземною мовою як засобом формування та формулювання думок в галузі повсякденного життя та в галузі відповідної спеціальності.

За Загальноєвропейськими Рекомендаціями студенти вищих немовних закладів освіти мають оволодіти загальнонавчальною та професійно орієнтованою іноземною мовою.

Підготовка фахівців на ідеях професіоналізму є основною ланкою формування педагогічного мислення та збагачення професійної культури студента, котрий вивчав ІМ та визначає їхнє місце в системі навчально-виховної діяльності ВНЗ як невід'ємну складову частину, що впливає на майбутню професійну діяльність.

Беручи до уваги характер педагогічної взаємодії у процесі підготовки майбутнього педагога, майбутній учитель часто розглядається як пасивний здобувач професійних знань, а програма його підготовки – як фіксовані вимоги до його професійної компетентності, що характеризується фіксованими предметними знаннями та вміннями педагогічної дії.

Інша парадигма в підготовці вчителя – індивідуальна. Вона пов'язана з особистісним підходом в освіті та вихованні, який ставить у центр навчально-виховного процесу її цінності, особистісну свободу й активність. Характерологічними ознаками цієї парадигми є поняття "зростання" та "розвиток", адже персоналістичні теорії спираються на свободу та автономність особистості, на розвиток, осмислення й утвердження її "Я".

Основна мета професійного навчання – засвоєння іншомовної культури, під якою ми розуміємо ту частину духовного багатства, котру спроможний надати людині процес вивчення ІМ у навчальному, пізнавальному, розвивальному та виховному аспектах [7, 209].

Організація навчально-виховного процесу з іноземних мов на сучасному етапі передбачає вдосконалення професійної майстерності майбутніх вчителів, актуалізацію мовних знань у побутовому спілкуванні та виховання суспільно активних особистостей. Реалізація цих дидактичних завдань у навчально-виховному процесі з іноземних мов на немовних факультетах передусім пов'язана з роботою над текстом за фахом.

Перспективна методична концепція не розглядає фаховий текст як допоміжний засіб вирішення актуальних завдань, а визнає його основним джерелом становлення професійної та мовнопрофесійної майстерності [4, 191–197]. Ми погоджуємося з даним твердженням, адже перспективна методична концепція викладання іноземних мов на немовних факультетах у ВНЗ України передбачає обов'язково упровадження в навчальний процес методики зіставлення іноземномовних з україномовними, україномовних з іноземномовними структурами на різних рівнях.

Раціональне використання рідної мови є важливим засобом навчання:

- при поясненні відсутності в рідній мові граматичного або фонетичного матеріалу;
- при семантизації абстрактних лексичних чи фразеологічних одиниць;
- при інтенсифікації лексико-граматичного матеріалу;
- при монологічному, діалогічному чи полілогічному мовленні;
- при аудіюванні та читанні незнайомих фахових текстів.

Тому, вправи на переклад посідають важливе місце у навчальному процесі ВНЗ [3, 27 – 31]. Зокрема, ми впроваджуємо їх у власній практичній діяльності під час вивчення іноземної мови на природничо-географічному факультеті Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Предметом уваги викладачів є попередній первинний аналіз паралельних текстів мови оригіналу та мови перекладу, тому що при перекладі на перший план виступають тільки синтагматичні зв'язки і залишаються в тіні зв'язки асоціативні та структурно-парадигматичні. Якщо моделі двох мов відрізняються настільки, що не можна встановити співвідношення між ними, виникає потреба здійснювати порівняння в одnobічному напрямку. Наприклад, не можна встановити парадигматичну тотожність присвійних займенників англійської та української мови через те, що розбіжності між ними йдуть різними шляхами. З одного боку, присвійні займенники властиві обома мовам, але в українській мові відсутня категорія артикля. В українській мові присвійні займенники узгоджуються з іменниками в роді, числі й відмінку множини. У цьому випадку з категоріальної точки зору граматичні поняття в обох мовах можна порівняти, бо їх межі накладаються [3, 28].

Головною умовою володіння словом як комунікативною одиницею є оволодіння його відображуючою функцією, тобто значенням. Найбільша

складність в оволодінні лексичним значенням, як зазначають усі спеціалісти в галузі навчання іноземних мов, полягає у невідповідності значень слів рідної та іноземної мов. Справа в тому, що який би прийом семантизації не використовували, він повинен приводити до тісного зв'язку звукової форми слова з його денотатом, з конкретною діяльністю, з елементами досвіду учнів [2, 256 – 266].

Особливу роль у навчанні перекладу професійно-орієнтованих текстів відіграє принцип автентичності, зміст якого полягає у відборі автентичного текстового матеріалу професійного спрямування та організації роботи з ним.

Як зазначає В.Д. Борщовецька засвоєння лексичного матеріалу у підготовці до перекладу фахових текстів відбувається поетапно: **I етап** – автоматизація дій студентів з новими лексичними одиницями на рівні слів, словосполучень та речень; **II етап** – автоматизація дій студентів з новими лексичними одиницями на рівні речень та понадфразових єдностей; **III етап** – етап удосконалення навичок. Метою **вправ на I етапі** є ознайомлення студентів зі звуковим і графічним образом. На цьому етапі виконуються рецептивно-репродуктивні вправи на імітацію. Метою **вправ на II етапі** є відпрацювання різних операцій, що складають основу функціонування комплексних вправ на переклад, за своїм характером ці вправи умовно-комунікативні. Метою **вправ на III етапі** є удосконалення навичок. Вправи на включення лексичної одиниці у просте і складне висловлювання [1, 188-196.].

Наш досвід роботи дозволяє виділити вивчаюче читання та зіставний переклад не лише як домінуючі види навчання на немовних факультетах, але й як відправний етап, з якого розпочинається продукція власних монологічних, діалогічних та полілогічних висловлювань.

Як відомо, робота над перекладом фахових текстів відбувається на трьох етапах. Вправи на **передтекстовому етапі** спрямовані на прогнозування змістової і смислової інформації тексту, активізацію фонових знань, зняття можливих мовних та смислових труднощів, розширення лексичного запасу, а також розпізнавання й диференціацію граматичних явищ, формування навичок роботи з двомовними словниками. **Текстовий етап** передбачає формулювання цільової настанови студентам на переклад та розуміння змісту тексту; виконуються вправи на розподілення текстового матеріалу на смислові частини та виділення смислових опор у тексті. На **післятекстовому етапі** виконуються вправи для перевірки, розуміння та перекладу прочитаного тексту, на критичне оцінювання прочитаного [5, 24].

В своєму дослідженні ми наводимо комплекс вправ з програми вивчення англійської мови за фаховим спрямуванням на природничо-географічному факультеті Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка [8, 70].

Передтекстовий етап ми починаємо з вправ на підготовку до перекладу фахового тексту. Перший вид вправ на вивчення та закріплення фахової термінологічної лексики:

Група дотекстових вправ:

Вправа 1. Read and memorize the following words. Make sentences with them. (Подається список фахової термінологічної лексики)...

Мета: засвоєння фахової лексики (студентам подається список невідомих слів до тексту, які допоможуть у розумінні тексту).

Режим виконання: спелінгові диктанти та транскрипційні розбори слів (на кожне заняття вони готують по 10 слів), одноосібно, письмово.

Контроль: перевіряються викладачем, обговорення в групі.

Вправа 2. Read correctly.

Earth, tiny, enough, waste, chemical, pesticides, species, breathe, consequences.

Поданий набір слів іноземною мовою з тексту студенти повинні вірно прочитати, а для цього їм необхідно знати транскрипцію слова.

Мета: орієнтування на засвоєння ключових слів до тексту.

Режим виконання: одноосібно та у парах, усно.

Контроль: студент-студент, обговорення в групі.

Вправа 3. Find the English equivalents in the text.

Охорона навколишнього середовища, людські істоти, кислотні дощі, глобальне потепління, перенаселення, хімічні добрива, на межі зникнення, вимирати, руйнівні наслідки, достатньо кисню, щоб дихати, парниковий ефект, припинити забруднюючу діяльність. Поданий набір слів та виразів рідною мовою студенти перекладають іноземною згідно семантики тексту.

Мета: вдосконалення фахової лексики, розуміння основних проблем тексту, зіставний переклад англійською мовою.

Режим виконання: одноосібно та у парах, усно.

Контроль: студент-студент, обговорення в групі.

Вправа 4. Translate the following units from the topical vocabulary and learn them by heart.

Pollution, rural area, smoke, greenhouse effect, global warming, filtration, Greenpeace, endangered species, litter, fertilizer. Поданий набір виразів студенти перекладають українською мовою та вивчають їх напам'ять.

Мета: засвоєння головних питань тексту, зіставний переклад українською мовою.

Режим виконання: одноосібно та у парах, усно.

Контроль: студент-студент, обговорення в групі.

Також на початковому етапі підготовки до перекладу фахового тексту вирішальне значення відіграють мовні вправи: а). Гра “Snowball” (снігова кулька): Студенти разом з викладачем укладають список key- words

(ключових слів) близько двадцяти. Після ґрунтового їх вивчення викладач пропонує першому гравцеві назвати одне слово зі списку, другому – слово попереднього студента та власне.... останній студент (як правило з хорошим знанням іноземної мови) називає всі попередні слова і говорить останнє зі списку; б). Різновидом цієї гри є наступна вправа: студентам пропонується об'ємне речення з тексту. Після ґрунтового його вивчення і розбору за компонентами викладач пропонує студентам написати це речення на дошці (по черзі-по одному слову). Останній студент пише все речення загалом. Наприклад: **All DNA molecules have the same six pieces (sugars, phosphates and four bases) and all are in the same shape (a curving ladder).** – *Всі молекули ДНК мають шість однакових частин (цукрові, фосфатні та чотири основи) і всі мають однакову форму (гвинтових сходів).*

Ми вважаємо, що дані вправи “вводного курсу” підготують студентів до перекладу тексту безпосередньо. Причому, під час звичайної програми в умовах паралельного навчання перекладу та усного мовлення, перевага надається перекладу.

Наступним етапом при зіставному перекладі є власне етап перекладу, текстовий. Група вправ, яку ми застосовуємо у нашому дослідженні має різносторонній характер і спрямована на формування та розвиток навичок зіставного перекладу.

Група текстових вправ:

Вправа 1. Answer the following questions on the text.

Мета: Орієнтування на переклад тексту.

- 1) When did the problem of pollution become serious?
- 2) What are the main causes of pollution?
- 3) What are the consequences of the air pollution?
- 4) To which extinct of seriousness is the problem of dying out different kinds of animals and plants?
- 5) Which seas need the protection first of all?
- 6) How can we protect our environment?

Режим виконання: у парах, усно.

Контроль: обговорення завдання усією групою в режимі: “викладач – студент”

Вправа 2. Translate the following dialogue and learn it:

Мета: Орієнтування на розуміння основної ідеї тексту, закріплення термінологічної лексики.

- What has happened with the ecological situation in your region?
- We have become the witnesses of the ecological disaster.
- I know something about the great volume of air pollution. Is it true?
- That is. The matter is that the filtration system of one of our enterprises was broken.
- How are you going to liquidate the consequences of this disaster?

- We have done much already. The people are warned and evacuated.
- Could this disaster be predicted?
- Of course, it must have been predicted and now we know that we must be ready for every dangerous situation.

Режим виконання: у парах, усно.

Контроль: репродукування діалогу на аудиторію.

Вправа 3. Make up a dialogue using the following words and word-combinations. Be ready to act it out.

Мета: Орієнтування на визначення основних частин тексту та головних проблем, які обговорюються.

A tiny part of, to pollute the surrounding, uncrowded rural areas, industrial cities, acid rains, global warming, water pollution, air pollution, overpopulation, greenhouse effect, Chernobyl Disaster.

Режим виконання: у парах, усно.

Контроль: репродукування на аудиторію.

Вправа 4. а). Look again at the questions you still can't answer. The text you are going to translate will help you to answer these questions. б). Now that you know what information you are looking for, start translating the text which follows:

(подається текст)...

Мета: Орієнтування на переклад тексту та на повне розуміння його.

Режим виконання: самостійно.

Контроль: обговорення всією групою.

Під час перекладу фахових текстів ми використовуємо диференційований підхід. Він характеризується наступними діями:

- Один студент читає та перекладає невеликий уривок з тексту.
- інший (з більш міцними знаннями іноземної мови) слідкує за помилками в читанні і відразу їх виправляє.
- а третій студент слідкує та виправляє помилки під час перекладу.

Цим самим у студентів формуються навички корекції, самокорекції, оцінювання, самооцінювання, критики. Також студенти вчаться віднаходити помилки у своїх колег та вдосконалюють власні знання, уміння, навички.

Останнім етапом при перекладі текстів за фахом (зіставний) є закріплюючим та вдосконалювальним у всій системі вправ нашого дослідження. Він спрямований на вдосконалення навичок зіставного перекладу студентів немовних факультетів на етапі початкового вивчення іноземної мови.

Група післятекстових вправ:

Вправа 1. In turns with you partner ask and answer the questions given above to check how well you understand the text:

- 1). What are the main causes of pollution of land?
- 2). How acid rains pollute the water?
- 3). Can we protect our planet from the overpopulation? How?
- 4). What are the main consequences of the greenhouse effect?
- 5). What is global warming?

Мета: контроль і взаємоконтроль розуміння основних ідей тексту.

Режим виконання: у парах, усно.

Контроль: обговорення у складі групи.

Вправа 2. Using the given plan retell the text in writing.

1. Pollution of the land.
2. Acid rains.
3. Water Pollution.
4. Air Pollution.
5. Overpopulation.
6. Greenhouse Effect.

Мета: визначення основних частин тексту.

Режим виконання: одноосібно, усно.

Контроль: обговорення помилок у розповіді та у розумінні окремих частин тексту.

Вправа 3. You are an interpreter at the conference on the problems of Environmental protection. Translate the following sentences to the participants of the conference.

- 1) Сучасні підприємства значною мірою забруднюють повітря.
- 2) Зараз ми випробовуємо новий метод очищення води.
- 3) Паління цигарок – це одна із шкідливих звичок.
- 4) Необхідно контролювати екологічний стан навколишніх озер.
- 5) Нові види добрив широко використовуються у сільському господарстві.
- 6) Наслідки цієї екологічної катастрофи було ліквідовано одразу.
- 7) Шановні туристи! Не забруднюйте ліси!

Мета: розгортання висловлювань з термінологічною лексикою.

Режим виконання: індивідуально, письмово.

Контроль: перевірка викладачем та обговорення в групі.

Порівняння мов з метою оптимізації навчання іноземної мови включає обов'язковий розподіл міжмовних подібностей та розбіжностей на такі, що полегшують вивчення іноземної мови, і такі, що викликають міжмовну інтерференцію.

Наприклад, подібність словопорядку або синтаксична спільність складносурядних та складнопідрядних речень в обох мовах стимулює позитивне перенесення навичок рідної мови на іноземну. Не викликають міжмовної інтерференції такі розбіжності як стягнена форма предикативного заперечення чи значення допоміжних дієслів:

Don't you know that Chornobyl disaster has made the tragic consequences for the whole world. *Чи знаєте ви/ Невже ви не знаєте*, що Чорнобильська катастрофа *мала* трагічні наслідки для всього світу.

Проте засвоєння інших предикативних конструкцій, що включають дієслівні – **ing** форми, ускладнюється через те, що в українській мові вони передаються дієприслівниками:

People lived in uncrowded rural areas and did not have pollution – causing machines. Люди жили в незаселених сільських місцевостях і не забруднювали свої території, які зараз *спричинені* машинами. **We can work together to persuade enterprises to stop polluting activities.** Ми можемо працювати разом, щоб переконати підприємства зупинити *забруднювальну* діяльність.

Керівне слово або словосполучення не має відмінкового закінчення, тому аналітичний характер англійської мови передається синдетично або асиндетично. Наприклад: *віднаходить шляхи* (суто відмінкове, синтетичне керування) – **to find out patterns** (аналітичний, синдетичний зв'язок).

В українському синтаксисі домінуючий тип – узгодження: *людська діяльність* – **human activity**, *живі організми* – **leaving things**, *інша планета* – **the other planet**. В англійській мові, як видно з наведених прикладів, зв'язок між словами є асиндетичним. Досить поширеним в англійській мові є замикання, коли означення міститься між компонентами іменникового члена речення: **the Milky Way, the Chornobyl disaster, the Persian Gulf**, або в реченнях з підсилювальною конструкцією **both...and: The DNA is found in the nucleus? the RNA – both the nucleus and cytoplasm.** *ДНК знаходиться в ядрі, тоді коли РНК як в ядрі так і в цитоплазмі.*

Особливої уваги заслуговує переклад українською мовою означальних словосполучень (та таких в яких є присвійні займенники), що вимагають перестановки компонентів під час перекладу: **Darwin's brilliant materialist interpretation of the historic development of the organic world.** – *Прекрасна інтерпретація матеріалістично-історичного розвитку органічного світу, розроблена Дарвіном.* **The Crimean Mountains vegetation** – *рослинність Кримських гір.*

Так як ми вчимо студентів “логічному перекладу”, а не “word by word – дослівному” варіанту перекладу, тому ми аналізуємо всі випадки “хибного” перекладу. Для цього ми знайомимо своїх вихованців з типовими помилками, які допускають студенти немовних факультетів під час перекладу фахових текстів. **А).** Як відомо, слово має властивість **полісемії**. Тому ми наголошуємо студентам, що при перекладі будь-якого фахового тексту до невідомого слова потрібно підставляти всі варіанти перекладу (для вибору оптимального значення), продивитися всі омоніми та слововирази, а не вибирати автоматично перше в списку. Наприклад: вираз **light industry** перекладається як *легка промисловість*, а не “світла промисловість”.

Б). При перекладі **граматичного явища** “passive voice “ (пасивний стан) ми потребуємо перестановки компонентів речення: **We were given the information about the greenhouse effect and global warming.** В даному реченні *інформація про парниковий ефект та глобальне потепління була надана нам.* (“А не ми надали цю інформацію”).

В). **Синтаксис.** **The planet Earth is only a tiny part of the Universe, but it's the only place where human beings can live.** Перша половина речення перекладається як “*Планета Земля є тільки крихітною частиною Всесвіту*”. У другій частині слово “only” змінює свою синтаксичну роль і перекладається як: “*Це єдине місце на Землі, де людські істоти можуть жити.*”

Г). **Буквалізм.** Речення “**Mendeleev states that...**” перекладається як “Менделєєв стверджує, що...”. Помилковим в цьому варіанті є переклад “Держава Менделєєва”.

Ми вважаємо, що правильне пояснення прикладів “хибного перекладу” допомагає студентам уникати власних помилок. Тому ми наголошуємо на правильному використанні зіставного перекладу під час перекладу текстів за фаховим спрямуванням на заняттях з іноземної мови на немовних факультетах [6, 28 – 32].

Таким чином, специфіка вправ для навчання перекладу фахових текстів у курсі вивчення англійської мови на природничо-географічному факультеті КДПУ імені Володимира Винниченка представлена одномовними та двомовними вправами у міжмовному та міжкультурному зіставленні або протиставленні, що спрямовані на актуалізацію й активне залучення попереднього досвіду студентів.

Отже, роль зіставного перекладу у процесі навчання перекладу текстів за фахом у нашому дослідженні має визначальну роль на всіх трьох етапах власне самого процесу перекладу. Запропонована система вправ, перевірена нами на практиці (факультет ПГФ), полегшить сприйняття та розуміння основних частин тексту та призведе, в свою чергу, до правильного перекладу тексту загалом. На нашу думку, дослідження даної проблеми є актуальним, так як формування та розвиток навичок “правильного” перекладу тексту призводить до вдосконалення навичок контролю та самоконтролю студентами своєї діяльності спрямованої на вивчення іноземних мов.

БІБЛЮГРАФІЯ

1. Борщовецька В.Д. Етапи навчання студентів-економістів англійської фахової лексики з урахуванням їх когнітивних стратегій // Вісник КНЛУ. Серія “Педагогіка та психологія”. – К.: Вид.центр КНЛУ. – 2002. – Вип. 5. – С. 188-196.
2. Калашнікова А.О. Проблеми міжмовного переносу при навчанні німецької мови як другої мовної спеціальності / Вісник Київського Національного лінгвістичного університету. Серія: педагогіка та психологія. – К.: Видавн. центр КНЛУ, 2003. – Вип. 6. – С. 256 – 266.

3. Калітінська Р.А., Єгорова О.М. Роль зіставного перекладу у процесі навчання граматики англійської мови у військовому університеті // Іноземні мови. – 2000. – № 1. – С. 27 – 31.
4. Кусько К.Я. Лінгводидактика та лексикографія іноземномовного науково-технічного тексту // Іноземна філологія. – 1994. – № 107. – С. 191 – 197.
5. Мельник А.І. Навчання студентів-медиків читання професійно орієнтованих текстів англійською мовою // Іноземні мови. – 2005. – № 4. – С. 24.
6. Стеченко Т.О. Комплекс вправ для формування у майбутніх учителів професійно орієнтованої англомовної граматичної компетенції // Іноземні мови. – 2006. – № 2. – С. 28 – 32.
7. Черньонков Я.О. Формування професійної культури майбутнього вчителя іноземної мови. Дис...канд. пед. наук. – Кіровоград, 2006. – 209 с.
8. Черньонков Я.О. Навчально- методичний посібник з англійської мови для студентів I та II курсів природничо-географічного факультету. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В.Винниченка, 2006. – 70 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ярослав Черньонков – кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. зав. кафедри іноземної філології КДПУ ім.В.Винниченка.

Наукові інтереси: проблеми теоретичного та практичного зіставного перекладознавства.

ВИВЧЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ У КУРСІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ

Ярослав ЧЕРНЬОНКОВ, Сніжана ЛОГОВІНОВА (Кіровоград)

У статті автори висвітлюють проблеми вивчення термінологічної лексики на немовних факультетах та аналізують шляхи практичного застосування у педагогічних вищих навчальних закладах.

The authors explore methods of teaching terminological vocabulary to the students of different academic programs at the pedagogical universities and analyze ways of their practical application.

Сучасні демократичні перетворення в державі, процеси інтеграції в європейський освітній простір, зміни принципів, форм та методів роботи у вищих навчальних закладах України (далі ВНЗ) зумовили значне підвищення вимог до рівня та якості професійної підготовки майбутніх учителів їхньої фахової та соціальної компетентності, загальної й професійної культури.

Потрібно наголосити, що наявна система вищої педагогічної освіти в Україні не повністю відповідає сучасним вимогам щодо забезпечення якості професійної підготовки майбутніх вчителів, особливо в контексті створення сприятливих умов для їхнього цілісного професійного становлення, формування комплексу професійно важливих якостей та характеристик, що становлять основу професійної культури. Усвідомлення того, що сучасний вчитель повинен не тільки ґрунтовно знати свій предмет і володіти методикою його викладання, але й бути носієм високих моральних

цінностей, культурних традицій, бути здатним до інтеріоризації та збагачення педагогічного досвіду, готовим до організації ефективної виховної роботи в умовах полікультурного соціального середовища, здатним до успішної соціалізації і самореалізації у професійному колективі знайшло свого відображення як у працях науковців, так і в ряді державних документів, зокрема, Національній доктрині розвитку освіти України у ХХІ столітті, Законах України "Про освіту" та "Про вищу освіту".

Вивчення та аналіз теорії і практики професійної підготовки і діяльності вчителів дає змогу говорити про наявність певних протиріч між новими якісними вимогами до педагогічної праці, культури й фахового рівня випускників вищих навчальних педагогічних закладів та між реальним рівнем їхньої професійної готовності, зрілості і культури.

Розв'язання цих протиріч неможливе без виявлення теоретичних засад та механізму становлення професійної культури майбутнього вчителя як складного особистісного утворення. На нашу думку, це дозволить комплексно врахувати особливості змісту, структури та методики їхньої педагогічної діяльності, забезпечити умови для гуманізації та гуманітаризації освіти, сформуванню у майбутніх вчителів стійку потребу та мотивацію до професійного самовдосконалення, неперервної фахової та педагогічної освіти.

Крім того, оскільки іноземна мова є засобом міжкультурного спілкування, орієнтація професійної освіти на формування у майбутніх вчителів професійної культури забезпечить сприятливі можливості для переходу професійно-орієнтованого спілкування вчителів від монокультурного до міжкультурного. Оскільки одним із способів міжкультурного розвитку студентів виступає їхня білінгвальна освіта засобами рідної та іноземної мов, яка на сьогодні визнається одним із провідних напрямків освітньої політики європейських країн, розвиток професійної культури у майбутніх вчителів забезпечує їх ефективними механізмами соціокультурної ідентифікації та комунікативними вміннями, уможливорює якісну підготовку до міжкультурного співробітництва в різних сферах професійної діяльності у галузі навчання іноземної мови [9, 3-4].

У цьому контексті великого значення в системі вищої освіти нашої країни набуває навчання студентів немовних вищих навчальних закладів фахової лексики, оскільки успішність іншомовного професійного спілкування значною мірою визначається таким рівнем володіння лексичними навичками, який забезпечить здатність студентів розуміти і вживати у потрібній ситуації саме ту лексичну одиницю, яка точно й економно передає висловлену думку.

Відповідно до сучасних міжнародних освітніх вимог випускник ВНЗ (за рекомендаціями Комітету Ради Європи з питань освіти) має володіти вміннями швидко і вільно висловлюватися іноземною мовою без помітних утруднень, пов'язаних з пошуком засобів вираження у процесі досягнення

ними соціальних, академічних і професійних цілей. Ми вважаємо, що навчання іншомовної фахової лексики виступає необхідним складником у досягненні головної мети навчання іноземної мови – оволодіння англійською мовою як засобом фахового спілкування, що є одним із напрямів розвитку сучасної методичної науки, зокрема такого напрямку як „англійська для професійних цілей” (“English for Specific Purposes”).

Незважаючи на наявні досягнення у вирішенні проблеми навчання іншомовної фахової лексики у немовному ВНЗ, проблема вивчення термінологічної лексики студентами немовних вузів/факультетів була і є актуальною у сучасній методичній науці. Термінологічна лексика необхідна студентам насамперед при читанні спеціальних текстів за фахом у вищому закладі освіти (ВЗО) з метою отримання професійної інформації, для ведення професійно-орієнтованої бесіди або дискусії із зарубіжними фахівцями, а також при написанні анотації, реферату чи повідомлення. Тому викладачу англійської мови необхідно розуміти, які основні властивості термінологічної лексики, як семантизувати її значення у спеціальних текстах, за допомогою яких вправ активізувати її подальше вживання в усному і письмовому мовленні. Це і є предметом дослідження даної статті.

Очевидно, що вивчення термінологічної лексики при викладанні іноземної мови професійного спрямування буде тим успішнішим й ефективнішим, чим краще зроблений вибір іноземномовного фахового матеріалу, який залучається до навчального процесу. Таким базовим матеріалом є, перш за все тексти фахового спрямування, які вважаються "джерелом для розширення фахового термінологічного словника" [6, 104], предметом читання та обговорення на заняттях, основою для використання в ситуаціях мовлення, для аудіювання, тобто для цілеспрямованої і продуктивної мовленнєвої діяльності студентів.

Як вважає К.Ф.Кусько, "Текст за фахом – це передусім засіб становлення та розвитку професійної, точніше мовнопрофесійної майстерності" [5, 17]. Вдало підібраний оригінальний текст виховує "культуру термінологічного спілкування" студентів, розширює їх "професійно орієнтовану ерудицію" [1, 17], формує у студентів комунікативну спроможність, необхідну для професійного і ситуативного спілкування в усній та письмовій формах. Власне читання літератури за фахом збагачує термінологічний вокабуляр студентів, що, у свою чергу, дає можливість, за К.Ф.Кусько, "транспозиції термінологічних одиниць в усній чи письмовий текст за фахом" [5, 17], тобто будувати непідготовлене висловлювання за професійною тематикою, вести документацію тощо.

На важливості правильного підбору текстів для задоволення пізнавальних потреб майбутніх спеціалістів наголошує С.К.Фоломкіна. На її думку, текст виступає "як основна комунікативна одиниця, якою користується людина в мовленнєвій діяльності" [8, 77]. Деякі дослідники з питань термінології вважають, що саме на основі фахових текстів можна

відпрацювати визначення, дефініцію для кожного терміна. Тому важко не погодитись із твердженням, що на кожному занятті необхідно здійснювати читання нових, доступних за складністю і змістом текстів.

Отже викладач іноземної мови повинен вирішити, який текст підібрати для читання на занятті. Очевидно, для "вивчаючого" (за С.Фоломкіною) читання це має бути такий навчальний текст, або текст навчально-наукового підстилю, який, будучи насичений відповідною термінологією, давався б до обговорення, до активного опрацювання на занятті, який, крім своєї корисності, ще був би цікавим і зрозумілим для студентів.

Оскільки ми в основному розмовляємо своєю рідною мовою, а іноземна мова займає лише частку нашого життя, то на опанування її потрібна більша кількість часу, сил, енергії, волі. Для тих студентів, які не цікавляться життям колективу, факультету, пріоритетним завданням є вивчення курсу з основної спеціальності. Ця діяльність несе в собі вузьке спеціалізоване навчання іноземною мовою. Вивчаючи ІМ, майбутній учитель формує ґрунт професійної майстерності, збагачується величезною кількістю інформації з методики, лексикології, стилістики, граматики, фонетики, літератури, культури, історії тієї мови, яку вивчають. Для майбутніх учителів вивчення курсу основної спеціальності, яке призводить до міцних знань ІМ, є засобом до здобуття авторитету серед колег та учнів. Цей вид діяльності допомагає студентам у самоствердженні, самоповазі й вірі у власні сили та знання.

Як свідчить практика, на початковому етапі вивчення англійської мови професійного спрямування студенти більш зацікавлено й продуктивно опрацьовують термінологію сучасних текстів науково-популярного стилю, періодичних видань за фахом навчання у ВНЗ. Натомість студенти старших курсів, в яких уже сформовано предметно-понятійну базу, які розуміють терміни рідною мовою, опрацьовують самостійно термінологію з неадаптованих автентичних текстів наукового стилю. Такий вид "ознайомлювального" або "пошукового" читання необхідний студентам як для підготовки до написання рефератів, доповідей тощо, так і для їх майбутнього професійного росту, поглиблення знань з фаху. Таким чином студент не лише отримує певну суму знань та навичок, але й навчиться самостійно й оперативно використовувати отриману інформацію у повсякденній діяльності.

На користь використання саме науково-популярних текстів на початковому етапі свідчить і та обставина, що такі тексти мають бути зрозумілими і для викладачів іноземної мови, які є передусім спеціалістами з мови, а не з фаху підготовки студентів. Тому коли викладач англійської мови добре розуміє суть викладених у навчальному тексті економічних, природничих чи інших проблем, то дискусія чи обговорення прочитаного буде носити предметний характер, студенти будуть поєднувати і збагачувати свої знання як з іноземної мови, так і з фаху підготовки у ВНЗ.

Оволодіння іноземною мовою відбувається у процесі засвоєння досвіду творчо-пошукової діяльності й зумовлює формування в студентів:

- механізму мовної здогадки;
- мовних, інтелектуальних та пізнавальних здібностей;
- ціннісних орієнтацій, почуттів та емоцій;
- готовність вступати в іншомовне спілкування, до подальшої самоосвіти іноземною мовою.

При такому підході до опрацювання термінології у навчальних текстах буде діяти принцип, згідно з яким "викладач забезпечує мову, а студент забезпечує зміст" [10, 8]. З цього випливає, що викладач іноземної мови, який, за рідким винятком, не є, скажімо, економістом, біологом чи математиком, не буде вчити студентів математичних законів чи категорій, пояснювати економіку чи фінанси англійською мовою, судити про фахову компетентність студентів, про фаховий зміст їх висловлювань. Це – справа спеціалістів певного профілю. Викладач іноземної мови формує і розвиває комунікативну компетенцію студентів з іноземної мови, а не фахову компетенцію з будь-якої дисципліни. Завдання викладача англійської мови – вчити майбутнього спеціаліста у певній галузі, головним чином, розмовляти іноземною мовою про свій фах, використовуючи різні засоби. Правильно організувавши навчальну діяльність, викладач не буде наповнювати голови студентів науковими термінами, масою інформації, яка швидко застаріває, а розвивати їх мислення, наукову здогадку, інтуїцію, критичний підхід до вміщеної в текстах інформації, спонукати їх до активної, творчої діяльності як при читанні текстів, так і в інших видах мовленнєвого спілкування.

Робота над текстом за фахом починається з подачі та фонетичного опрацювання термінів і термінологічних словосполучень як ізольовано, так і в реченнях при виконанні умовно-мовленнєвих вправ рецептивного і репродуктивного характеру. Такі вправи допоможуть, на думку М.В.Ляховицького, "краще усвідомити правила утворення дериватів і способів конверсії слів", переосмислити вживання "загальноновживаних лексичних одиниць, які в новій якості набувають термінологічного значення", і поступово здогадатися чи зрозуміти значення того чи іншого терміна або термінологічного словосполучення [7, 153].

Щоб семантизувати термін, встановити наявні зв'язки з іншими термінами, які входять у визначену сукупність термінів, необхідно дати його тлумачення у певному контексті. На необхідності "контекстуального розкриття співзначень термінів з опорою на знання основного значення" [2, 133] при засвоєнні термінологічної лексики наголошував І.М.Берман. Контекст відіграє, як довели термінологи І.С.Квітко, В.М.Лейчик і Г.Г.Кабанцев, "неабияку роль у встановленні семантичної виразності терміна". Щоб правильно визначити термін певної галузі, що позначає певні реалії тієї ж галузі, необхідно орієнтуватися на спеціальні контексти, зміст яких не повинен виходити за межі досліджуваної галузі [4, 63].

Отже, термін набуває конкретного значення у контексті, а контекст, у свою чергу, допомагає здогадатись про відповідне значення терміна, не вдаючись до його перекладу. "Відповідність контексту", наголошує І.М.Берман, "вказує на правильність семантизації" [3, 87] термінологічних одиниць. У відриві від контексту, як вважають деякі дослідники, термінам властива багатоаспектність і поняттєва складність, у них з'являється "багатозначність і синонімія", навіть експресивна забарвленість. Усі ці чинники додають особливих труднощів студентам при семантизації термінів, з тим щоб згодом правильно вживати їх в актах мовленнєвої діяльності. Наприклад, ізольований термін *rate* може мати такі значення: норма; розмір; ставка; тариф; розцінка; курс; ціна; швидкість (темп); режим; відсоток; частка; коефіцієнт; пропорція; ступінь; розряд; інтенсивність; частота; клас; ранг. Тому при відриві від контексту важко збагнути конкретне значення терміна. Натомість використання терміна *rate* у термінологічних словосполученнях чи у певному контексті робить його зрозумілим. Тому у студентів не викликає утруднень здогадка про значення термінологічних словосполучень *rate of exchange* (обмінний курс), або *inflation rate* (темпи інфляції). Для семантизації термінів та розширення термінологічного вокабуляру доцільно визначати похідні терміна. Вищезгаданий термін *rate* як базисний термін є основою для похідних утворень термінологічних словосполучень, а також служить опорним елементом для формування певної тематичної групи термінів і таким чином сприяє побудові семантичних мереж співвіднесених слів. Студенти розширюють свою семантичну мережу термінів за тематичною ознакою фахового тексту.

Іншим способом семантизації та швидкого запам'ятовування термінологічної лексики є спосіб деривації термінів. Для того щоб розкрити значення термінів при читанні текстів професійного спрямування, а в підсумку збагатити термінологічний словник студентів, рекомендується проводити аналіз словотворчих елементів термінів.

Для семантизації термінів доцільно застосовувати й інші способи:

a) пояснення термінів засобами англійської мови: *personality* – the characteristics and qualities of a person seen as a whole, *habit* – a thing that a person does often and almost without thinking, it is hard to stop doing; *cash* – money in coins or notes, readily acceptable for the settlement of debts;

b) підбір термінологічних синонімів: *egoistic* – selfish, *human being* – person, *expenditures* – spendings; *advanced economies* – developed countries; to reduce taxes – to cut taxes; to purchase – to buy;

c) підбір антонімічних термінів: *acquired* – congenital, *altruistic* – egoistic, *fixed cost* – variable costs; *liabilities* – assets; *income* – outcome; *employer* – employee; *market value* – face value;

d) порівняння термінів британського та американського варіантів англійської мови: *shareholder* – *stockholder*; *shop* – *store*; *current account* –

checking account; managing director – chief executive officer; labour force – workforce.

е) переклад (якщо вичерпано інші можливості для семантизації термінів).

Отже термінологія пронизує весь курс ділової англійської мови, і завдання викладача – знайти такі форми і методи її подачі та опрацювання, які б зробили цей процес цікавим і бажаним для студента. Перш за все це використання сучасних інформаційних технологій, інтерактивних методів і прийомів навчання, які сприятимуть тому, щоб навчити студентів чітко формулювати і висловлювати свою позицію, спілкуватися, дискутувати, сприймати й оцінювати інформацію, тобто активно вживати термінологічну лексику у будь-яких видах мовленнєвої діяльності. Не менш важливим для ефективного засвоєння термінології є створення викладачем творчої, ділової, дружньої і доброзичливої робочої обстановки на занятті, коли студент працює з творчою наснагою, з вогником, коли всі його дії є вмотивованими і підпорядкованими головному – досягти позитивного результату, показати і проявити себе, розкрити свій фаховий і мовленнєвий потенціал, отримати моральне й емоційне задоволення від успішно вирішених проблем, які ставляться чи моделюються на заняттях з ділової англійської мови. Так формується критичне мислення і професійне мовлення студента, росте його компетентність і професіоналізм.

Досягнення високого рівня усіх вищезгаданих процесів та термінів не можливе без врахування специфіки структури тексту, коли кожна мовленнєва одиниця має свою підструктуру, яка відбиває певні зв'язки між її компонентами. Розрізняють п'ять рівнів мовленнєвих одиниць: 1) рівень словоформи; 2) рівень вільного словосполучення; 3) рівень фрази/речення; 4) рівень понадфразової єдності; 5) рівень цілого тексту.

Для нашого дослідження перші два рівні відіграють важливу роль на етапі дотекстового читання та перекладу, а останні три рівні – на етапі текстового читання та перекладу, так як в них видно оточення структури, що вивчається, її функція, особливості утворення, вживання та перекладу на рідну мову.

Проаналізуємо шляхи вирішення даної проблеми. Одним із принципів оволодіння терміносистемами спеціалізованої сфери майбутньої професійної діяльності є читання оригінальної літератури за фахом підготовки у вищому закладі освіти. З цією метою необхідно створити систему вправ для засвоєння термінологічної лексики під час роботи з автентичними фаховими текстами. Така система вправ забезпечить, на думку Л.І.Комарової [5, 17], логічно послідовний перехід від безпосереднього розуміння змісту тексту до його проблемного обговорення і відбиття цих проблем на особистість самого студента у процесі колективної взаємодії.

З одного боку, виконання таких вправ сприятиме глибокому розумінню тексту, допоможе отримати максимум інформації при читанні, а з іншого – дозволить актуалізувати засвоєну термінологічну лексику у професійно орієнтованому спілкуванні іноземною мовою на основі прочитаного.

Для створення такого комплексу вправ необхідно підібрати відповідні тексти фахового спрямування. Одним з основних критеріїв відбору таких текстів є їх співвіднесеність з тематикою програми з англійської мови. Крім того, тексти повинні відповідати таким вимогам як актуальність та новизна наукової інформації з фаху, її професійно-практична спрямованість, доступність викладу матеріалу та наявність проблеми для обговорення або вирішення. Автентичні тексти повинні відбивати специфіку професійної діяльності студентів та життя англійськомовних країн світу, а також сприяти ознайомленню студентів з особливостями ділового спілкування у сфері професійної діяльності, відповідати пізнавальним та професійним інтересам студентів. Автентичні тексти за фахом мають бути не лише джерелом інформації, але й основою для інтерактивної мовленнєвої діяльності, матеріалом для моделювання навчально-мовленнєвих ситуацій, які характерні для реальної професійної діяльності спеціалістів. Від змісту відібраного автентичного матеріалу буде залежати, наскільки ефективно викладач зможе організувати навчальну діяльність на занятті, створити ситуації для пошуку та аналізу визначеної інформації, проконтролювати зміст висловлювань студентів і водночас розвивати їх аналітичне мислення, наукову здогадку, інтуїцію, критичний підхід до вміщеної в текстах інформації.

Наступним завданням є визначення складу та обсягу термінологічної лексики в межах певних текстів, які відповідають зазначеним вище критеріям, і тематики, яка притаманна і характерна для конкретної спеціальності. Визначення таких найважливіших і найбільш репрезентативних термінологічних одиниць дозволяє звузити коло явищ, які вивчаються, і зосереджує увагу студентів на специфіці свого фаху. Крім того, як вважає Е.В. Мірошніченко, відбір лексичного мінімуму для навчання професійного спілкування студентів необхідно здійснювати на основі типових комунікативних ситуацій, в яких відбувається спілкування фахівців і номенклатури їхніх комунікативних намірів [6, 104]. При відборі термінологічної лексики слід також враховувати словотворчу цінність термінів та цінність з точки зору реальності їх застосування у природному мовленнєвому спілкуванні, тематичну визначеність і частотність їх вживання, тому що терміни несуть у собі основне інформаційне навантаження тексту і формують робочий словник майбутнього фахівця. Обсяг термінологічної лексики повинен бути достатнім для забезпечення комунікативної діяльності студентів у межах тематики спілкування, визначеною програмою. При відборі фахової лексики доречно брати до

уваги віковій особливості та інтелектуальний рівень студентів, їх професійні інтереси й нахили.

Окресливши тематику спеціальних текстів та відібравши термінологічну лексику для активного засвоєння студентами, ми створили комплекс вправ з метою вирішення комунікативних і пізнавальних задач при роботі з фаховою літературою. Засвоєння термінологічної лексики починається з виконання некомунікативних вправ для набуття навичок оперування термінами і закінчується виконанням умовно-комунікативних та комунікативних вправ у межах практики з мовлення при розв'язанні комунікативних і змістових завдань. Такі вправи охоплюють широкий спектр завдань – від ідентифікації та номінації термінів до активного їх використання при продукуванні власних текстів на основі прочитаного, таких як складання анотацій або резюме, узагальнення певних фактів та їх інтерпретації при написанні рефератів чи в усних висловлюваннях студентів під час дискусій та рольових ігор. При цьому мають місце такі прийоми мисленнєвої діяльності, які передбачають установлення логічних зв'язків між елементами і частинами тексту, їх ієрархії і причинно-наслідкових залежностей, визначення головного. Тому традиційні вправи з читання тексту і відповідей на запитання щодо прочитаного повинні бути трансформовані на творчі завдання комунікативного характеру. Вслід за Л.А.Чернявською [6, 104] ми вважаємо, що вправи повинні бути змодельовані так, щоб у них було комунікативне завдання, щоб вони могли викликати відповідну потребу студентів у читанні, забезпечити мотивацію, стимулювати мовленнєві дії, впливати на їх операційну структуру, прогнозуючи, наприклад, можливі труднощі. До такого комплексу вправ при вивченні термінологічної лексики на основі фахових текстів входять три групи вправ: до-текстові, текстові і після-текстові. Системне виконання таких вправ забезпечить не лише розуміння термінологічної лексики при читанні фахових текстів з метою отримання необхідної інформації, але й свідоме і професійно грамотне її застосування у спілкуванні спеціалістів.

Опрацювання термінологічної лексики при читанні фахових текстів проходить у три етапи. Завданням першого етапу, який ми називаємо етапом презентації і семантизації термінологічної лексики, є сприйняття, семантизація та первинне закріплення термінів. Це етап дотекстового опрацювання термінологічної лексики, на якому виконуються вправи на номінацію термінів, на розуміння їхніх значень та вміння знаходити їх українські відповідники, вміння оперувати термінами на рівні слова, словосполучення або речення. Метою дотекстових вправ є подача, семантизація та первинне закріплення термінологічної лексики. Основними завданнями вправ на цьому етапі роботи з фаховою лексикою є допомогти студентам ідентифікувати й розуміти основні значення термінів, збагатити запас спеціальної лексики та підготувати студентів до вивчаючого читання тексту. Оволодіння термінологічною лексикою на цьому етапі сприятиме

розширенню фонових професійних знань студентів, націлить їх на правильне розуміння тексту, активізує їх подальшу мисленнево-мовленнєву діяльність. За спрямованістю цих вправ на прийом та видачу інформації вони є рецептивними і рецептивно-репродуктивними, а за критерієм комунікативності – це вправи некомунікативні.

На наступному етапі навчання термінологічної лексики, який є етапом подальшого закріплення й автоматизації вживання термінологічних одиниць, вирішуються завдання відтворення термінологічної лексики у мовленні та формування автоматизмів операцій з термінами. На цьому етапі виконуються текстові вправи на знаходження термінів у тексті, на побудову асоціативних зв'язків, на вміння оперувати термінами на рівні речення і понадфразової єдності. Метою текстових вправ є орієнтація студентів на пошук та сприйняття певної інформації у тексті, а також автоматизація дій з термінологічною лексикою. Основними завданнями цих вправ є скерування процесу читання, мотивація студентів до подальшої роботи з фаховим текстом з метою прогнозування змісту або вираження основної ідеї тексту, виходячи з термінологічної лексики. Виконуючи ці завдання, студенти переходять до вживання лексики на рівні автоматизму. Такі вправи, за спрямованістю дії, є репродуктивними, рецептивно-продуктивними, а за ступенем комунікативності – умовно-комунікативними.

Останній етап визначається як етап активізації та контролю засвоєння термінологічної лексики. На цьому етапі проходить інтегрування сформованих автоматизмів та усвідомлене використання термінологічної лексики у мовленнєвій діяльності студентів на основі прочитаного. Студенти виконують післятекстові вправи на вміння осмисленого і творчого оперування термінами як в усному, так і писемному мовленні на рівні понадфразової єдності і тексту. Метою післятекстових вправ є перевірка рівня розуміння термінів та активізація їх вживання у подальшій післятекстовій діяльності, такій як дискусія та ділова гра. Основними завданнями цих вправ є спонукання студентів до продукування власних монологічних і діалогічних висловлювань текстового рівня. Такі вправи стимулюють спілкування студентів за проблематикою тексту з використанням термінів, допомагають їм узагальнювати факти і критично аналізувати прочитане. Для підтвердження й аргументації своєї думки студентам необхідно читати інші тексти, шукати додаткові джерела інформації. Ці вправи можна охарактеризувати як рецептивно-продуктивні та продуктивні нижчого і вищого рівня, які передбачають наявність навчально-мовленнєвої ситуації та вмотивованого комунікативного завдання як з вербально-зоровими опорами, так і без них. За критерієм комунікативності це є умовно-комунікативні і комунікативні вправи.

Таким чином можна зробити висновок, що етапи навчання термінологічної лексики співвідносяться з етапами діяльності з опрацювання фахових текстів. Це діяльність до читання тексту, тобто до-

текстова, діяльність в період читання, тобто текстова, і діяльність після читання тексту, тобто після-текстова. Відповідно визначаються три групи вправ: 1) до-текстові, в яких відбувається семантизація і первинне закріплення термінологічної лексики; 2) текстові, у яких проходить автоматизація термінологічної лексики; 3) після-текстові, в яких засвоєна термінологічна лексика актуалізується у мовленні і логічно входить до змісту спілкування. Це означає, що засвоєння термінологічної лексики при читанні фахових текстів відбувається через її рецепцію, проходить етап відтворення і веде до породження свого власного тексту. Взаємодія цих процесів забезпечує сприйняття й адекватне розуміння прочитаного, переосмислення отриманої інформації для її перетворення і застосування у власних висловлюваннях. Виконання вправ за такою схемою стимулюватиме до вдумливого читання тексту, орієнтуватиме на виконання завдань проблемного характеру, а це, у свою чергу, приведе до свідомого і стійкого засвоєння термінологічної лексики.

Вважається, що перед-текстова діяльність не повинна зачіпати змісту тексту, інакше в ньому не залишиться нічого невідомого і він втратить комунікативну цінність. На нашу думку, не слід змішувати дії з активізації лексико-граматичного матеріалу на початковому етапі роботи із спеціальним текстом з діяльністю перед власне його читанням. Формулювання завдань до перед-текстових вправ з метою формування лексичних навичок іншомовного мовлення може мати деяку некомунікативну спрямованість. Що стосується текстових і після-текстових вправ, то формулювання завдань до них повинні мати комунікативну спрямованість, викликати потребу в читанні запропонованого тексту, зацікавити і навіть заінтригувати читача. Виконуючи завдання до власне текстових вправ, студенти можуть зосередитись на важливій інформації, налаштуватися на певні як позитивні, так і критичні міркування, сформулювати особисту оцінку або власне бачення прочитаного. В результаті, це сприятиме як мимовільному, так і довільному запам'ятовуванню активної термінологічної лексики. Завдання до після-текстових вправ повинні формулюватися так, щоб вони вмотивовували студента до спілкування, до "ініціювання" складного висловлювання за темою прочитаного тексту, давали йому поштовх до формування та висловлювання власної думки, активізуючи при цьому термінологічну лексику.

Таким чином, виходячи із вищезазначеного, вважаємо, що вправи на вивчення термінологічної лексики у курсі іноземної мови за фаховим спрямуванням повинні відповідати таким вимогам: заданість ситуації, професійна спрямованість завдань, вмотивованість мовленнєвої дії студента, наявність вказівок на дію з матеріалом, новизна. Подальші дослідження у цьому напрямі полягають у створенні комплексу вправ, які будуть враховувати особливості процесу "емпатичного розуміння" та зіставного перекладу.

Отже, навчання термінологічної лексики у курсі іноземної мови за фаховим спрямуванням буде здійснюватися на принципах та критеріях, характерних для навчання ІМ в цілому. Але процес навчання має свої особливості: процес формування навичок читання, перекладу та фахової компетенції у студентів немовних факультетів здійснюється поряд із формуванням їхньої професійної компетенції; велике значення на формування навичок вивчення фахової термінологічної лексики відіграє розвиток лексичних навичок говоріння. Специфічним для даного прикладу є широке використання наочності (аудіо, відео) для введення в тему, полегшення тексту, семантизації та контролю розуміння. Ефективність даного дослідження була перевірена на практиці (у процесі викладання іноземної мови на немовних факультетах) КДПУ імені Володимира Винниченка протягом 2005-2006 рр. Результати дослідження будуть висвітлені у наших подальших публікаціях.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Баланаєва О.В. Юридичні терміни: формування й актуалізація функціонування в мові спеціаліста // Актуальні проблеми викладання іноземних мов у вищій школі. Збірник наукових праць. Випуск 1. – Донецьк: ДонДУ, 1999. – С. 17.
2. Берман И.М. Методика обучения английскому языку в иезыкоковых вузах. М.: Высшая шк., 1970. С. 133.
3. Берман И.М. Цит. праця. – С. 87.
4. Квитко И.С., Лейчик В.М., Кабанцев Г.Т. Терминоведческие проблемы редактирования. – Львов: Изд-во Львов. ун-та, 1986. – С. 63.
5. Кусько К.Ф. Лінгвістика тексту за фахом // Лінгводидактична організація навчального процесу з іноземних мов у вузі. Колективна монографія. – Львів: "Світ", 1996. – С. 17.
6. Лучкіна Л.Ф. Формування фахового словника в майбутніх учителів технічних спеціальностей // Наукові записки ТДПУ ім. В. Гнатюка. Серія: Педагогіка. – 2002. – №3. – С. 104
7. Ляховицкий М.В. Методика преподавания иностранных языков. М.: Высшая шк., 1981. – С. 153.
8. Фоломкина С.К. Обучение чтению на иностранном языке в неязыковом вузе. М.: Высшая шк., 1987. – С. 77.
9. Черньонков Я.О. Формування професійної культури майбутнього вчителя іноземної мови: Дис...канд. пед. наук: 13.00.04. – теорія та методика професійної освіти – Кіровоград, 2006 – 209с.
10. Wilberg Peter and Michael Lewis. Business English. An Individualized Learning Programme. Teachers' Manual. Hove: Language Teaching Publications, 1990. – P. 8.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Ярослав Черньонков – кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. зав. кафедри іноземної філології КДПУ ім.В.Винниченка.

Наукові інтереси: проблеми зіставного перекладознавства.

Сніжана Логовінова – асистент кафедри іноземної філології КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: проблеми запозичення англомовної лексики в українській термінології.

ВПРАВИ З МЕТОЮ СИСТЕМАТИЗАЦІЇ ТА ПОВТОРЕННЯ ІНШОМОВНОГО ГРАМАТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ В ОСНОВНІЙ ШКОЛІ

Світлана ШАНДРУК (Кіровоград)

У статті автор звертає увагу на актуальні проблеми вивчення іношомовного граматичного матеріалу в основній школі та способи подолання труднощів під час вивчення видо-часових форм дієслів англійської мови зокрема.

The author attracts the readers' attention to the problems of the English grammar teaching and learning at secondary schools with the focus on ways of eliminating difficulties in the process of teaching the English verb tense forms.

Сучасне суспільство ставить нові вимоги до особистісних і професійних рис людини – рівня її соціальної адаптації, загальної культури, творчих здібностей, загальноосвітньої і спеціальної підготовки, тому у сфері навчання іноземних мов учнів загальноосвітніх навчальних закладів відбулися значні зміни, зумовлені появою нових стандартів, навчальних планів і програм, тенденціями розвитку суспільних потреб. „Успішність реформування освіти в Україні багато в чому залежить від швидкого напрацювання, апробації та популяризації моделей реального досвіду переходу від школи готових книжних рішень до школи, в якій закладаються підвалини знань та умінь їх практичного використання, де з'являється потреба в саморозвитку та інноваційній діяльності, де можливо реалізувати бажання адміністратора школи, вчителя, учня через партнерство в освіті як на рівні школи, так і через систему міжшкільної комунікації” – стверджує Коваленко О., провідний спеціаліст Головного управління змісту освіти [2]. На сьогодні широко апробується система європейських вимог до вивчення іноземних мов, інші стратегічні напрацювання у сфері соціалізації особистості, вироблення соціальних навичок у спілкуванні.

Настав час визначити ефективні способи освітньої діяльності на майбутнє, коли традиційна роль загальної середньої освіти розширюється, підвищується її значення у формуванні життєво важливих компетенцій особистості. Для успішної спільної діяльності вчителя та учнів варто звернути увагу на кілька чинників. Це реалізація принципу комунікативності у навчанні, тобто наближення навчання до „природного” шляху опанування мовленням. Завданням цього принципу є формування в учнів комунікативної компетенції, що складається з трьох основних видів: мовленнєвої, мовної, соціокультурної, де мовна компетенція містить лексичну, граматичну, фонологічну та орфографічну; соціокультурна охоплює два види – країнознавчу та лінгвокраїнознавчу, також здатності спілкуватися іноземною мовою у межах сфер, тем, ситуацій, визначених програмою для кожного класу, використовуючи відповідний мовний і мовленнєвий матеріал. У межах зазначеної мети комплексно розв'язуються

такі завдання: розвиток комунікативних умінь школярів у різних видах мовленнєвої діяльності (говорінні, аудіюванні, читанні, письмі), набуті у початковій школі; здійснюється розвиток і освіта школярів засобами іноземної мови, учні усвідомлюють зміст і способи життєдіяльності народу країн, мова яких вивчається, через знання його культури, історії, традицій і звичаїв; глибше усвідомлюється роль рідної мови і культури у зіставленні з культурою інших народів; формується переконання у важливості оволодіння іноземною мовою не тільки як засобом міжкультурного спілкування, а й як механізмом досягнення порозуміння між націями і народами у різноманітних сферах життєдіяльності. Вивчення мови не зводиться до заучування правил із правопису, а роль вчителя – до контролера правильно розставлених розділових знаків. „Learning the language is not the matter of acquiring a set of rules and building up a large vocabulary. Teacher’s efforts should not be directed at informing his students about the language, but at enabling them to use it.”[4] Такі знання та уміння здобуваються на практиці, під час написання творчих робіт тощо. Комунікативний метод передбачає певні особливості у навчанні іншомовної граматики: якщо у початковій школі граматичні явища вивчались на рівні лексичних одиниць, то в основній, враховуючи трансформаційні процеси, що відбуваються в організмі дитини, розглядаються з аналітичного боку. Оволодіваючи певним граматичним явищем, учні мають усвідомлювати всі основні операції та дії, пов’язані із засвоєнням його значення, форми і використання. Лише у разі необхідності (граматичний матеріал досить складний) можуть використовуватись чіткі правила-інструкції, наприклад, під час вивчення дієслівних часів, що не мають аналогів у рідній мові.

Серед інновацій у сфері освіти є стратегічне навчання іншомовного спілкування, що природно реалізується у зв’язку з вивченням граматики.

На особливу увагу заслуговує систематизація і повторення іншомовного граматичного матеріалу в основній школі. Одним із дієвих способів систематизації є заповнення рубрик схем і таблиць учнями разом з учителем. Методисти називають даний прийом „контурними картами”. Для узагальнення теми „Видово-часові форми дієслова” „контурною картою” може служити незаповнена таблиця часів англійської мови в активному стані, яка демонструє як часові, так і аспектні характеристики дієслів.

Таблиця 1.

Aspect \ Tense	Simple	Continuous	Perfect	Perfect Continuous
Present				
Past				
Future				

Заповнювати таблицю слід типовими реченнями, які демонструють основні функції певної видово-часової форми дієслова. Представлені в таблиці речення мають бути ситуативно пов'язані між собою і являти певний мікротекст, події якого учням легко уявити, бо вони їм добре знайомі з попереднього досвіду. Перші дві рубрики слід заповнювати одночасно, бо їх вживання є джерелом функціональних помилок українських учнів.

Наприклад:

Present Simple	Present Continuous
Every day we read stories, talk to each other, write notes at our English lesson. Our teacher asks us a lot of questions. Do you write notes? Does your teacher ask you questions?	Hello, Ann! What am I doing? I'm doing my homework. My brother is playing computer games. My parents are watching TV. What are you doing now?

Таким чином до кінця 6 кл. буде заповнено 5-6 із 12 рубрик таблиці, інші залишаються поки що порожніми, вказуючи на перспективу подальшого вивчення. Порядок слів у різних типах речень, а також усі форми дієслова доцільно поступово узагальнювати в інших таблицях, які демонструють положення усіх членів речення. Цікаво, що учні після ознайомлення з двома-трьома такими таблицями беруть найактивнішу участь у їх складанні.

Багаторазове звернення до функціональної таблиці і перечитування наведених там функцій видово-часових форм дієслів сприяє їх мимовільному запам'ятовуванню. Подібні завдання можна використовувати з метою систематизації та узагальнення вивченого. Можна застосувати елементи програмування, коли учні вчаться і одночасно перевіряють себе. Під час вивчення різних часових форм дієслова, українські школярі зустрічаються з рядом труднощів. У цьому плані їм складно розрізнити такі пари: Present Simple – Present Continuous, Past Simple – Present Perfect, труднощі становлять також різні способи вираження майбутнього в англійській мові тощо. „English, like other languages, contains a lot of grammar difficulties for any foreign learner. Some of them are easy to explain, others are trickier. In every teaching practice we deal with more than 1,000 grammar items which regularly cause difficulty to students of English. An experienced teacher tries to make the presentation of grammar points as practical as possible.”[8;2]. Методисти стверджують, що граматичних помилок у мовленні учнів значно менше, порівняно з лексичними та помилками соціо-культурної компетенції, тому, зважаючи на складність англійської граматики, навчити школярів правильно вживати граматичні конструкції є посильним завданням. Труднощі в опануванні видо-часових форм дієслова пов'язані з їхньою

численністю, з необхідністю засвоєння учнями особливостей їх утворення і практичного використання. Як запобігти цьому?

1. Доцільно скоротити кількість засвоюваних учнями форм дієслова, адже досвід свідчить про неоднакове їх вживання у мовленні;

2. Зменшити обсяг виучуваного матеріалу про кожну з них, вилучити з процесу оволодіння численних деталей, доповнень, винятків, викладених у підручниках з мови та практичних граматиках;

3. Вдатись до одночасного, блочного вивчення кожного з чотирьох видів дієслова.

4. Систематично виконувати не лише передбачені вправи, а й тренувати учнів в оперативній диференціації форм дієслова;

5. Вивчати форми у певній послідовності, що дає змогу під час засвоєння кожної з них опиратися на знання попередніх;

6. Широко використовувати таблиці та різну наочність, що забезпечить високу результативність навчання.

Отже, навчання граматики іноземної мови є одним із найважливіших напрямів підготовки учнів до успішної іншомовної мовленнєвої діяльності. Навчання є активним процесом, який передбачає активність його суб'єктів. Характер активності кожного із суб'єктів зумовлюється його призначенням як учасника навчального процесу. Призначення вчителя полягає в тому, щоб навчити, призначення учня – навчитися. Велика різноманітність вправ, завдань, спрямованих на оволодіння граматиною, особливо у зв'язку з іншими мовознавчими розділами, сприяють свідомості та міцності знань учнів, розвивають мислення.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бех П. О., Биркун Л. В. Концепція викладання іноземних мов в Україні// Іноземні мови. – 1996. – №2 – С. 3-8.
2. Вишневецький О. І. Діяльність учнів на уроці іноземної мови. – К.: Рад. шк., 1989. – С.89-191.
3. Закон України „Про освіту”. – К.: Генеза. – 1996. – 36с.
4. Зимняя И. А. Психология обучения неродному языку. – М.: Рус. язык, 1989. – 221с.
5. Ніколаєва С. Ю. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах. – К.: Ленвіт, 2002. – 325с.
6. Grammar//Digest, 2003, № 22, p. 10.
7. Dubrovin M. I. Situational grammar. М.: Prosveshcheniye, 1986. – 416р.
8. Lina Romanova. Through grammar to Mastering a Foreign Language//English. № 19, May 2004, p. 7.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Світлана Шандрук – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри англійської філології КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: соціалізація та ціннісне орієнтування молоді, формування дискурсивної компетенції учнів.

НАПИСАННЯ ЕСЕ ЯК МЕТОД УДОСКОНАЛЕННЯ ПИСЕМНОГО МОВЛЕННЯ

Світлана ШАНДРУК, Ольга БРАНИЦЬКА (Кіровоград)

У статті автори звертають увагу на актуальність розвитку навичок писемного мовлення та особливості написання есе зокрема. Написання есе стимулюватиме розширення словникового запасу студентів, вдосконалення граматичного матеріалу, вміння будувати своє усне висловлювання логічно та аргументовано, стимулюватиме їх критичне мислення.

The authors accentuate the importance of developing of EFL learners' writing skills and essay writing in particular. Essay writing stimulates broadening of the students' vocabulary, improving their knowledge of grammar, skills of logical and argumentative structuring during oral presentations, stimulates their critical thinking.

Коли ми вивчаємо другу мову, ми навчаємось спілкуватися з іншими людьми: розуміти їх, розмовляти з ними, читати, що вони написали і писати їм. Знати мову означає знати як спілкуватися нею; це означає не лише правильне вживання та відтворення мовних моделей, але й використання мови з певною метою. Це називається комунікативною функцією мови. Підходи до ролі писемного мовлення змінювалось з плином часу. В 50-х та на початку 60-х років у навчанні англійської як другої мови домінував аудіо-лінгвальний метод. Часто лінгвісти були схильні розглядати писемне мовлення як другорядну форму спілкування. Головним було розвиток мовлення, а письмо слугувало лише засобом удосконалення граматичних та синтаксичних форм. Мудрий вчитель розглядає письмо як навичку, яку не слід переоцінювати або ж ігнорувати.

Досягти високого рівня писемної експресії в іноземній мові досить складно. Ця навичка не може розвинутиись випадково, як побічний результат опрацювання інших видів мовної діяльності, хоча вона включає те, що було вивчено в цих сферах.

Навчання письму передбачає досягнення наступних цілей. Масштаби навчання письму повинні розширитись, піднятиись над штучними нереалістичними творами шкільного типу. Існує широке коло використання писемного мовлення у світі. І студенти повинні тренуватися в якомога більших видах. Писемне мовлення повинно бути максимально комунікативним, тобто воно розглядається як таке, що виконує комунікативні цілі або функції та використовується у щоденному житті. Воно повинно бути більше, ніж просто вдосконалення граматичних чи лексичних навичок, і мати справу лише з тими навичками, які є необхідними для ефективного письма. Писемні навички повинні розглядатися як особлива частина навчання мови зі своїми власними цілями й методами. Потрібно розрізнати два підходи до навчання письма: перший розглядає письмо як розширену практику використання вивченого вокабуляру і структур, а другий має на меті формування комунікативної компетенції у

різних формах писемного мовлення. Перший підхід – це традиційні шкільні форми творів. Вони мають право на існування, так як дають практику, і корисні у тестуванні. Але вони не мотивовані прагненням навчання письму як такому. Комунікативний підхід передбачає, що навчальний матеріал повинен добиратися за його цікавим і корисним для студентів змістовим наповненням. Вибір має базуватися на мовному рівні тих, хто вивчає мову. Вчитель повинен пристосовувати структуру до письма, а не навпаки. Для всіх вікових груп і всіх рівнів тих, хто вивчає мову, мотивація підвищується, якщо в основі письма лежить реальний життєвий матеріал. Гарно розвинуті навички письма означають знання традицій письмового коду. Щоб бути ефективними, вони вимагають точності і знання особливостей мови, які виходять з повного та досконалого розуміння синтаксичних та лексичних моделей, що надає мова; щоб бути цікавими, вони вимагають здатності змінювати структури заради риторичного ефекту.

Написання такої форми твору, як есе, вимагає від студентів вміння логічно та критично мислити, що є також важливим для спілкування. Студенти мають визначити, які ідеї та думки є найбільш суттєвими для того, що вони хочуть сказати. Вчитель повинен розвивати в них навички аналізу власних думок, вміння виділяти головні та другорядні ідеї та логічно викладати їх, щоб у кінцевому результаті отримати твір, який може сприйматися іншими читачами.

Наступна модель допоможе Вам зрозуміти форму написання есе.

A Model Essay

The Hazards of Moviegoing

Introductory I am a movie fanatic. My friends count on me to know movie trivia

paragraph (who was the pigtailed little girl in E.T.: The Extra-Terrestrial? Drew Barrymore)

and to remember every big Oscar awarded since I was in grade school (best picture 1994? Forrest Gump). My friends, though, have stopped asking me if I want to go out to the movies. While I love movies as much as ever, the inconvenience of going out, the temptations of the theater, and the behavior of some patrons are reasons for me to wait and rent the video.

First supporting paragraph

To begin with, I just don't enjoy the general hassle of the evening. Since small local movie theaters are a thing of the past, I have to drive for fifteen minutes to get to the nearest multiplex. The parking lot is shared with several restaurants and a supermarket, so it's always jammed. I have to drive around at a snail's pace until I spot another driver backing out. Then it's time to stand in an endless line, with the constant threat that tickets for the show I want will sell out. If

we do get tickets, the theater will be so crowded that I won't be able to sit with my friends, or we'll have to sit in a front row gaping up at a giant screen. I have to shell out a ridiculous amount of money—up to \$8—for a ticket. That entitles me to sit while my shoes seal themselves to a sticky floor coated with spilled soda, bubble gum, and crushed Raisinets.

Second supporting paragraph

Second, the theater offers tempting snacks that I really don't need, Like most of us, I have to battle an expanding waistline. At home I do pretty well by simply not buying stuff that is bad for me.

paragraph

I can make do with snacks like celery and carrot sticks because there is no ice cream in the freezer. Going to the theater, however, is like spending my evening in a Seven-Eleven that's been equipped with a movie screen and comfortable seats. As I try to persuade myself to just have a diet Coke, the smell of fresh popcorn dripping with butter soon overcomes me. Chocolate bars the size of small automobiles seem to jump into my hands. I risk pulling out my fillings as I chew enormous mouthfuls of Milk Duds. By the time I leave the theater, I feel disgusted with myself.

Third supporting paragraph

Many of the other patrons are even more of a problem than the concession stand. Little kids race up and down the aisles, usually in giggling packs. Teenagers try to impress their friends by talking back to the screen,

paragraph

whistling, and making what they consider to be hilarious noises. Adults act as if they were at home in their own living room. They comment loudly on the ages of the stars and reveal plot twists that are supposed to be a secret until the film's end. And people of all ages create distractions. They crinkle candy wrappers, stick gum on their seats, and drop popcorn tubs or cups of crushed ice and soda on the floor. They also cough and burp, squirm endlessly in their seats, file out for repeated trips to the rest rooms or concession stands, and elbow me out of the armrest on either side of my seat.

Concluding paragraph

After arriving home from the movies one night, I decided that I was not going to be a moviegoer anymore. I was tired of the problems involved in getting to the theater, resisting unhealthy snacks, and dealing with the patrons. The next day, I arranged to have premium movie channels installed as part of my cable TV service, and I also got a membership at my local video store. I may now see movies a bit later than other people, but I'll be more relaxed watching box office hits in the comfort of my own living room.

Структура есе

"The Hazards of Moviegoing" це гарний приклад стандартного короткого есе. Цей твір складається зі вступу (1 абзац), змісту або основної частини (3 абзаци) та висновку (1 абзац). Функції цих частин описані та проілюстровані нижче.

Introductory Paragraph

Вступна частина

Ввідний абзац есе повинен починатись з кількох речень, що привертають увагу читача. Потім повинна бути представлена головна ідея, тезова фраза, що буде розвинута в есе. Ця фраза часто включає так званий план розвитку подій. Підпункти, які підтримують головну ідею есе, повинні бути записані в тому порядку, як вони будуть розвинуті в ньому. В деяких випадках план розвитку подій представлений в окремому реченні. В інших випадках він не вказується.

Body: Supporting Paragraphs

Основна частина

Більшість есе мають три абзаци, які дотично пов'язані з головною ідеєю твору. Деякі есе мають два пункти, інші - три або більше. Кожен з них повинен починатися з ключового речення, яке стисло розкриває або натякає на зміст усього абзацу. Так як головна фраза є ядром цілого есе, так і ключове речення є ядром абзацу.

Concluding Paragraph

Заклучна частина

Заклучна частина часто підсумовує есе, коротко перефразовуючи головну ідею, й інколи основні пункти. Часто висловлюється заклучна думка щодо предмета роботи.

Diagram of an Essay

Діаграма есе

Наступна діаграма представляє різні частини стандартного есе для написання у вищих навчальних закладах. Ця діаграма допоможе у написанні чи аналізі есе.

Title of an Essay

Introduction	Opening remarks to catch reader's interest. Thesis statement. Plan of development.
Body	Topic sentence 1 (supporting point 1). Specific evidence. Topic sentence 2 (supporting point 2). Specific evidence. Topic sentence 3 (supporting point 3). Specific evidence.
Conclusion	Summary (optional). General closing remarks. (Or both)

Написання есе є одним з основних аспектів розвитку писемного мовлення, яке має практичну необхідність. Це один з елементів тестування TOEFL, IELTS, а також розвиває навички вільно спілкуватися та передавати своє ставлення до тих чи інших подій за допомогою писемного мовлення. Також написання есе вдосконалить навички отримання та викладу інформації в писемному вигляді, допоможе в заповненні різного виду анкет та форм, складанні замовлень, наказів.

Розвиток умінь писемної комунікації здійснюється як у тренувальних вправах під контролем викладача, так і в творчих завданнях; при цьому типи вправ передбачають використання письма для розв'язання різних проблемних завдань. Тренувальні вправи включають підготовчі завдання для написання есе (користування нотатками, структурування тексту по параграфах та абзацах, логічний і послідовний виклад, пунктуація, оформлення листів і т.д.), які спрямовані на оволодіння вміннями планувати, редагувати, виправляти написане.

Якщо ми хочемо, щоб студенти вільно висловлювали свої думки за допомогою письма, ми повинні дати їм можливість набуті впевненості в їх здатності писати. Навчитись писати – це не те саме, що навчитись говорити. Для того, щоб навчитись писемному мовленню, студенти повинні розуміти ціль писемної діяльності. В цьому письмо має різну мотивацію на відміну від говоріння, що є діяльністю, яку люди використовують у повсякденному житті.

Вираження власної думки має важливу роль у писемному мовленні. Деякі студенти почувають себе вільно, висловлюючись на письмі. Іншим важко висловити свою точку зору. Також труднощі можуть виникнути через те, що студенти мають недостатній досвід писемного мовлення у рідній мові.

Писемне мовлення – це цілеспрямований вибір і організація досвіду. Вчитель повинен навчити студентів розвивати їх мовленнєві та мисленнєві навички, аналізувати думки, розділяючи їх на головні та другорядні.

Написання есе допоможе студенту розвинути навички, які стосуються різних сфер його життя. Перефразовуючи Сократа, який називав науку „організованим знанням”, письмо можна назвати „організованим мисленням”. Як науковці шукають та ідентифікують певні явища в природі, так і людина, яка пише, повинна знаходити й ідентифікувати думки, які є важливими для розуміння того, що вона бажає виразити. Набуті навички письма допоможуть студентам вміло представляти аргументи. Пошук аргументів стимулюватиме розширення знань у різних сферах.

Також важливим є розвиток навичок читання, тому що з'являється ще одна мотивація, як спеціальне читання з метою пошуку інформації для подальшого її аналізу в есе. Причинно-наслідкові зв'язки, дедукція та індукція, порівняння та протиставлення - це ті якості, які вдосконалюються під час написання есе і, звичайно, впливають на інші сфери життя. Однією з

головних проблем більшості студентів є невміння будувати своє усне висловлювання (коротке повідомлення чи монолог) логічно та аргументовано. Написання есе стимулюватиме також розширення словникового запасу студентів, вдосконалення знань граматичного матеріалу і, що дуже важливо, стимулюватиме їх критичне мислення.

БІБЛЮГРАФІЯ

1. Николаева С. Ю. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах. – К.: Ленвіт, 2002. – 325с.
2. John Langan. College Writing Skills with Readings. NY, 2001. – 748 p.
3. David Cross. A Practical Handbook of Language Teaching. Edited by C. Vaughan James.
4. Adrian Doff. Teach English. A Training course for Teachers. Teacher's Workbook. Cambridge University Press. 1994. – 139p.
5. Jeremy Harmer. The Practice of English Language Teaching. Longman Publishing, NY, 1991. – 296 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Світлана Шандрук – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри англійської філології КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: соціалізація та ціннісне орієнтування молоді, формування дискурсивної компетенції учнів.

Ольга Браницька – викладач кафедри англійської філології КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: лінгвокраїнознавство, порівняльно-історичне мовознавство.

ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

Світлана ШАНДРУК, Оксана СУЛИМА (Кіровоград)

У статті автор звертає увагу на актуальні проблеми формування іншомовної комунікативної компетенції засобами Інтернету.

The authors of this article deal with the problem of formation of foreign language competence by means of the Internet.

У наш час пріоритет віддається комунікативності, інтерактивності, автентичності спілкування, вивченню мови в культурному контексті, автономності і гуманізації навчання. Дані принципи сприяють розвиток міжкультурної компетенції як компонента комунікативної здатності.

Кінцевою метою навчання іноземним мовам є навчання вільному орієнтуванню в іншомовному середовищі й умінню адекватно реагувати в різних ситуаціях, тобто спілкуванню. Нові погляди на результат навчання сприяли появі нових технологій і відмовленню від застарілих. Сьогодні нові методики з використанням Інтернет-ресурсів протиставляються традиційному навчанню іноземним мовам. Поняття "традиційний" асоціюється в першу чергу з завчанням правил і виконанням мовних вправ, тобто "з розмовами про мову замість спілкування мовою". Багато вчителів

дотепер переконані, що "словниковий запас + необхідні структури = мова", і це лежить в основі процесу навчання.

Але ж мова – це не математика (хоч і мовні структури є не що інше, як формули, необхідні для запам'ятовування) і не просто інтелектуальна субстанція.

Інтелект не вступить у дію без визначеної мотивації і рідко функціонує без елемента емоцій, а саме цих складових часто не вистачає в методичному матеріалі.

Щоб навчити спілкуванню іноземною мовою, потрібно створити реальні, дійсні життєві ситуації (тобто те, що називається принципом автентичності спілкування), що будуть стимулювати вивчення матеріалу і виробляти адекватну поведінку. Цю помилку намагаються виправити нові технології, зокрема Інтернет.

Як відомо, те, чому навчається людина, вона прагне використовувати в майбутній діяльності. Відомо також, що використання знань, навичок, умінь засновано на переносі, а перенос залежить, насамперед, від того, наскільки адекватні умови навчання тим умовам, у яких ці знання, навички, уміння передбачається використовувати. Отже, готувати учня до участі в процесі іншомовного спілкування потрібно в умовах іншомовного спілкування, створених у класі. Це і визначає сутність комунікативного навчання, яке полягає в тому, що процес навчання є моделлю процесу спілкування.

Комунікативний підхід – стратегія, що моделює спілкування. Вона спрямована на створення психологічної і мовної готовності до спілкування, на свідоме осмислення матеріалу та способів дій з ним, і також на усвідомлення вимог до ефективності висловлення. Для користувача реалізація комунікативного підходу в Інтернеті не становить ніякої складності. Комунікативне завдання повинно пропонувати учням проблему або питання для обговорення, причому учні не просто діляться інформацією, але й оцінюють її. Важливо, щоб таке завдання сприяло гнучкому використанню всіх їхніх знань та умінь. Основним же критерієм, що дозволяє відрізнити цей підхід від інших видів навчальної діяльності є те, що учні самостійно вибирають мовні одиниці для оформлення своїх думок. У них є можливість виразити себе як і свій досвід за допомогою іноземної мови особистість, а саме особистість, що поставлена у центр теорій освіти для майбутнього. Комунікативний підхід у значній мірі спрямований на учнів, відповідаючи основному критерію сучасної дидактики.(5)

Використання Інтернету в комунікативному підході має на меті зацікавити учнів у вивченні іноземної мови за допомогою накопичення і розширення їхніх знань і досвіду. Учні повинні бути готові використовувати мову для реальної комунікації поза заняттями, наприклад, під час відвідування країни досліджуваної мови, під час прийому іноземних гостей, у листуванні, при обміні аудіо- і відеокасетами, результатами завдань і т.і. зі школами або друзями в країні досліджуваної мови. При цьому термін

"комунікативність" не повинен розумітися вузько, чисто прагматично. Це прилучення особистості до духовних цінностей інших культур – через особисте спілкування і через читання. Цей підхід, реалізований в Інтернеті, залучає учнів до спілкування шляхом зосередження на темах, що їх цікавлять, і надання їм можливості вибору текстів і задач для досягнення цілей програми. Комунікативна здатність учнів розвивається через Інтернет шляхом їх участі у вирішенні широкого кола важливих реалістичних задач, успішне завершення яких приносить задоволення і підвищує їхню впевненість у собі.

Комунікативне навчання мові за допомогою Інтернет підкреслює важливість розвитку здатності учнів і їхнє бажання вдало використовувати досліджувану іноземну мову з метою ефективного спілкування. Першочергове значення надається розумінню, передачі змісту і вираженню його, а вивчення структури і використання словників з іноземної мови служать цій меті. На додаток до комунікативних потреб учням необхідно освоїти методику роботи в Інтернеті, щоб бути більш відповідальними за своє власне навчання. Їм потрібно виробити здатність справлятися із ситуацією, коли їхні мовні ресурси недостатньо адекватні; мати гарні навчальні навички; здатність оцінювати свою власну мову й успіхи, а також здатність визначати й вирішувати навчальні проблеми. Розвиток самостійності учнів за допомогою глобальної мережі являє собою поступовий процес, до якого варто постійно заохочувати. Можливо, найбільш важливою задачею, що стоїть перед вчителем мови, є пошук оптимальних способів вести учнів до поступово зростаючої самостійності.

Створення комунікативності в Інтернеті вимагає часу. Необхідна підтримуюча соціально-психологічна атмосфера, у яку втягується учень; впевненість, що його поважають як особистість зі своїми власними поглядами, інтересами, сильними і слабкими сторонами і кращим для нього стилем навчання. Атмосфера ця характеризується духом взаємодопомоги, при якому вивчення іноземної мови за допомогою Інтернету є соціально-обумовленим досвідом.

Однією з нових вимог, пропонованих до навчання іноземних мов з використанням Інтернет-ресурсів, є створення взаємодії на уроці, яку називають в методиці інтерактивністю. Даний принцип не є новим, однак дотепер не існує єдиного визначення даного підходу. Відповідно до визначення вітчизняного дослідника Р. П. Мільруда, інтерактивність – це "об'єднання, координація і взаємодоповнення зусиль комунікативної мети і результату мовними засобами".(4)

Згідно цьому визначенню можна зробити висновок, що інтерактивний підхід у віртуальному просторі служить одним із засобів досягнення комунікативної мети на уроці. Від принципу комунікативності він відрізняється наявністю справжнього співробітництва, незаданості, де основний натиск робиться на розвиток умінь спілкування і групової роботи,

у той час як для комунікативного завдання це не є обов'язковою метою (адже одним з найпоширеніших видів комунікативного завдання є монолог).

Навчаючи справжній мові, Інтернет допомагає формувати уміння і навички розмовної мови, а також сприяє навчанню лексики і граматики, забезпечуючи справжню зацікавленість і, отже, ефективність.

Більш того, Інтернет розвиває навички, важливі не тільки для іноземної мови. Це, насамперед, пов'язано з розумовими операціями: аналізом, синтезом, абстрагуванням, ідентифікацією, порівнянням, зіставленням, вербального і значеннєвим прогнозуванням і попередженням і т.д. Таким чином, навички й уміння, сформовані за допомогою Інтернет-технологій, виходять за межі іншомовної компетенції навіть у рамках "мовного" аспекту. Інтернет розвиває соціальні та психологічні якості учнів: їхню впевненість у собі й здатність працювати в колективі; створює сприятливу для навчання атмосферу, виступаючи як засіб інтерактивного підходу.

Інтерактивність не просто створює реальні ситуації з життя, але й змушує учнів адекватно реагувати на них за допомогою іноземної мови. І коли це починає виходити, можна говорити про мовну компетенцію. Нехай навіть при наявності помилок. Головне вміти спонтанно, адекватно реагувати на висловлення інших, виражаючи свої почуття й емоції. Тобто ми можемо розглядати інтерактивність як спосіб саморозвитку через Інтернет: можливість спостерігати і копіювати використання мови, навички, зразки поводження партнерів; вилучати нові аспекти проблем під час їхнього спільного обговорення.

Сайти, що розвивають знання англійської мови

Безсумнівно, Інтернет може використовуватися як ефективний додаток для розвитку граматичних, лексичних навичок і умінь, перевірки знань. Сюди входять різноманітні тренувальні лексичні, граматичні, фонетичні вправи, тести на читання, граматику, IQ-тести і т.д. Вчителі або самі школярі можуть знаходити такі сайти на WWW.

Великою перевагою використання ресурсів Інтернету є розвиток міжкультурної компетенції, тобто знайомство з різними культурами, визначення шляхів їхньої взаємодії і взаємопроникнення однієї в іншу, формування культурних універсалій, необхідних для досягнення взаєморозуміння і плідного співробітництва підчас безпосереднього спілкування.(1)

World Wide Web з величезною кількістю сайтів і домашніх сторінок, що надають інформацію на всі смаки є безмежним полем діяльності в плані використання на уроці іноземної мови для розвитку міжкультурної компетенції.

Сайт "Віртуальна реальність" – це збірки лінгвістичних і нелінгвістичних справжніх матеріалів, зібраних на web-сервері. Його значимість і мотивація полягає в тому, що він безпосередньо демонструє зразки справжньої культури країни, мова якої досліджується. Крім того

уроки не прив'язані до певного міста або місця, які були відвідані вчителем, а базуються на матеріалах з різних місць, отриманих від різних людей з різними інтересами.

Сайт City Net дає змогу віртуально подорожувати по різних країнах, відвідуючи парки, пам'ятники і будь-які інші визначні пам'ятки. Тут можна знайти все про обрану країну – від фотографій пам'ятників до повного звіту про природні ресурси, мистецтво, досліджуваною мовою. City Net – чудовий навігатор. Потрапивши в бажану країну за допомогою гіпертексту або посилань, учні ознайомляться з її особливостями. Можна запропонувати учням подорожувати у ролі туристів чи гідів. Вони зможуть самі спакувати багаж і порекомендувати необхідні речі своїм клієнтам, зателефонувати авіакомпанії та до готелів для отримання інформації про наявність квитків чи вільних місць, заповнити бланки на одержання візи і закордонного паспорта... Як звіт про здійснену роботу можна запропонувати учням створити фотоальбом або щоденник своїх подорожей.

Сайт Metro Link (Метро <http://www.subwavnavigator.com>) – сайт, який дозволить здійснити подорож до найбільших міст світу на метро, вивчити їхні маршрути і довідатися, як потрапити туди з певних частин міста. Необхідні інструкції пропонуються англійською мовою. Можна скласти маршрут або подорожувати навмання. Назви зупинок надані в маршрутній карті, а програма сама вираховує приблизний час руху, запам'ятовує всі використані маршрути і станції. Учням можна запропонувати створити звіт, що включає в себе маршрут подорожі, опис пам'яток, що зустрілися в місті на тій або іншій станції, витрачений час. Наприклад, якщо ви подорожуєте по Берліну, можна відправитися зі станції метро Шарлоттенхоф і їхати до зупинки Площа Розентхальтер. Програма визначає, що на це буде потрібно приблизно 50 хвилин, показує, які станції будуть на шляху і до яких визначних пам'яток можна потрапити, якщо вийти там у місто. Саме за цим маршрутом можна потрапити в Шарлоттенбургський палац і в Єгипетський музей, у Грюневальд для тих, хто любить ліс, і в Зоопарк. Звіт може мати форму щоденника подорожей і альбому фотографій, путівника для гостей міста, що буде відзначати цікаві місця міста і найближчі до них станції метро.

Сайт WILD-e - America's homepage. Подорож по штатам і містам, знайомство з історією, культурою, способом життя американців.

БІБЛЮГРАФІЯ

1. Гончарів М., Панків А. Інтернет у питаннях і відповідях. // Бібліотека. 1998. - №1,3.
2. Калужна Г. Викладання іноземної мови з використанням Інтернет-ресурсів//Інформатика 2005.-№ 6
3. Коваленко О. Інновації у вивченні іноземної мови//English. - 2005 - №36
4. Мильруд Р.П. Співробітництво на уроці іноземної мови, //ІМШ.- 1991. -№6.
5. Пассов Е.И. Комунікативний метод навчання іноземному говорінню. - М: Освіта, 1991.

6. Полат Е.С. Интернет на уроках іноземної мови// ІМШ, 2001, № 2,3
7. Програми для загальноосвітніх навчальних закладів. Англійська мова. 2 – 12 класи / За ред. П. Беха. – К: “Шкільний світ”, 2001

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Світлана Шандрук – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри англійської філології КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: соціалізація та ціннісне орієнтування молоді, формування дискурсивної компетенції учнів.

РОЗДІЛ XI. РЕЦЕНЗІЇ

СТРУКТУРА Й СЕМАНТИКА РЕЧЕННЄВИХ УТВОРЕНЬ ІЗ ПРЕДИКАТАМИ ПАРТИТИВНОГО ВІДНОШЕННЯ

Василь ОЖОГАН (Кіровоград)

(Рецензія на монографію: Ганна Ситар.

Моделі речень із предикатами відношення частини й цілого
в українській мові. – Донецьк: ДонНУ, 2007. – 238 с.)

Вивчення багатоаспектності речення як основної одиниці синтаксичного ладу мови, встановлення принципів його опису, прагнення побудувати вичерпну класифікацію речень з опорою на ті чи ті критерії постає одним із найактуальніших завдань мовознавців, що є важливими як в теоретичному, так і в практичному планах. Багаторічний досвід створення граматик різних мов довів незаперечну важливість дослідження семантичного рівня речення, який відбиває закономірності концептуалізації об'єктивної дійсності у свідомості носіїв мови, з обов'язковим врахуванням формально-синтаксичного аспекту, особливостей реалізації семантичних ролей через відповідні члени речення. Рецензована розвідка Ганни Ситар "Моделі речень із предикатами відношення частини й цілого в українській мові" являє собою самостійне наукове дослідження, яке цілком оригінально й перспективно продовжує опрацювання й вдосконалення поняттєвого та методико-процедурного апарату, створюваного вітчизняними й зарубіжними лінгвістами в плані розбудови теорії логіко-семантичного й функціонально-комунікативного синтаксису.

Пошукувачка поставила перед собою важливе теоретичне й практичне завдання: встановити семантико-синтаксичні типи речень із предикатами відношення частини й цілого в українській мові. Для реалізації цієї мети цілком вмотивованим і переконливим є застосування поняття моделі речення, що дозволило авторці здійснити комплексний аналіз реченнєвих структур. Теоретичним підґрунтям виконаної роботи стали ідеї валентної й відмінкової граматик, теорія багатоаспектності речення, учення про модель речення й концепція парадигми речення, вдумливе та ретельне дослідження яких засвідчує обізнаність й кваліфікованість Ганни Ситар, прагнення якнайповніше врахувати напрацювання сучасного синтаксису, водночас їй властиве творче переосмислення загальноновизнаних ідей, що реалізується в спробі розв'язання низки дискусійних й досі не з'ясованих проблем сучасної синтаксичної теорії – типології предикатів, принципів опису структури речення, диференціації облігаторних/ необлігаторних компонентів речення,

визначення синтаксичного поля речення, його складників і меж, простеження його кореляції із закономірностями синтаксичної синонімії.

Наукова новизна рецензованої праці беззаперечна, оскільки це перша спроба монографічного аналізу моделей речень із предикатами відношення частини й цілого в українській мові. Ступінь обґрунтованості наукових положень і висновків, сформульованих у дослідженні, та вірогідність одержаних результатів забезпечено достатнім обсягом аналізованого матеріалу й доцільним застосуванням методів і прийомів дослідження. Проаналізувавши широкий фактичний матеріал – 5000 одиниць різних функціональних стилів, авторка пропонує багатовимірну кваліфікацію речень із предикатами партитивного відношення. Основними критеріями наведеної класифікації є частиномовний статус предиката, напрям відношення, об'єктивність/ суб'єктивність його інтерпретації, референтність/ нереферентність, узагальненість/ конкретність іменної групи тощо.

Структура роботи загалом не викликає заперечення: усі три розділи змістовно пов'язані між собою й спрямовані на реалізацію поставленої мети, що передбачає комплексний опис особливостей семантико-синтаксичної будови речень аналізованого типу.

У монографії (перший розділ “Предикат відношення частини й цілого як різновид релятивного предиката” (С. 12 – 51) досить вичерпно й докладно визначено місце предиката партитивного відношення в системі семантичних предикатів української мови, що вимагало здійснити аналіз поглядів учених на предикат відношення загалом, з'ясувати його семантичні особливості. Авторка продовжує ідеї Зено Вендлера, Юрія Маслова, Тетяни Булигіної, Ольги Селиверстової про часову пов'язаність/ непов'язаність, наявність/ відсутність внутрішньої межі, фазовість/ нефазовість як визначальні критерії розмежування предикатних значень. Цілком переконливими й аргументованими є запропоновані Ганною Ситар диференційні ознаки предиката відношення: 1) відсутність чіткої локалізованості в часі; 2) тривалість; 3) відсутність внутрішньої межі; 4) нефазовість і 5) статичність (с. 21 – 22). Предикати партитивного відношення, крім абстрактних релятивних сем, містять кваліфікувальні холо-партитивні семи – ‘бути частиною чого-небудь’/ ‘становити цілісність’ (відповідно до вектора відношення), на підставі чого їх кваліфікують як предикати, що формують напівпериферію релятивних значень. У свою чергу предикати відношення частини й цілого виступають ієрархічно організованою структурою, у межах якої авторка виокремлює ядро, напівпериферію й периферію. Однак, як нам видається, не цілком переконливим і вмотивованим є твердження Ганни Ситар про те, що “до периферії предикатів відношення частини і цілого належать предикати, в яких холо-партитивна сема виявляється контекстуальною” (с. 44).

Заслугове всебічного схвалення прагнення дослідниці до якнайповнішого охоплення описом лексики, що репрезентує відношення частини й цілого, до чіткості встановлення сем, що структурують досліджувану групу лексем. Останнє послідовно виявляється у виокремленні дієслів і дієприкметників складу, членування, об'єднання, встановленні розрізнявальних сем іменників-назв частин ('кількість', 'самостійність', 'невеликий обсяг' та ін.) або цілого ('неподільність', 'підстава об'єднання', 'порядок розташування компонентів' і под. (с. 32 – 44). Запропоноване бачення структури та ієрархії предикатів партитивного відношення засвідчує володіння авторкою методикою компонентного аналізу, який здійснювався на підставі словникових дефініцій із "Словника української мови" й "Великого тлумачного словника сучасної української мови".

Продовжуючи кваліфікацію імен за референтним статусом Олени Падучевої, Ганна Ситар (із характерною для неї ретельністю й скрупульозністю) вмотивовано виокремлює узагальнено-позачасову, конкретно-ситуативну й суб'єктивну ситуацію відношення цілого й частини (модель 1, модель 2 і модель 3 відповідно) (другий розділ монографії "Дієслівні речення з предикатами відношення частини і цілого" (с. 51 – 153), який є одним із визначальних, найбільших і переконливих за наведеними висновками). До позитивних рис дослідження належать детальність і кваліфікованість функціонально-семантичного опису, продумана логіка викладу та єдність алгоритму аналізу, згідно з яким у межах моделі речення репрезентовані типове значення, структурна схема, морфологічні й лексичні варіанти заповнення валентно прогнозованих позицій, типові факультативні поширювачі, наведення синтаксичного поля відповідної моделі, що логічно завершує розгляд конкретної реченнєвої структури та є важливим і цінним для опрацювання проблеми парадигматичних відношень у синтаксисі.

Цілком правомірно зацентровано увагу на спільних і відмінних ознаках дієслівних моделей. Дослідниця наголошує, що у структурі речень складу наявні валентно передбачені обов'язкові позиції партитива й комплексива (с. 53 – 68), у реченнях членування до них додається факультативна позиція підстави членування (с. 91 – 105), а речення об'єднання можуть мати факультативну позицію на позначення способу об'єднання (с. 105 – 117). Цікавими видаються так само спостереження щодо можливості редуцції однієї з валентно зумовлених позицій і встановлення чинників, які уможливають таку редуццію. Запропоновані аргументації мотивуються викінченим аналізом речень об'єднання (с. 144 – 153).

Повно й ґрунтовно в монографії проаналізовано типологію субстантивних речень із предикатами відношення частини й цілого (третій розділ дослідження "Субстантивні речення з предикатами відношення частини й цілого" (с. 154 – 189). Саме в цьому розділі вміщено результати вдумливого розгляду семантико-синтаксичних особливостей субстантивних

речень, виваженого аналізу типів зв'язок (неповнозначні/ напівповнозначні/ повнозначні), які можуть бути формально вираженими/ невираженими, й окреслення особливостей їхнього керування (називний, знахідний, орудний та ін. відмінки з прийменниками або без прийменників).

Заслугує всебічного схвалення спостереження щодо закономірностей ускладнення холо-партитивної семантики, що є вагомими для подальших синтаксичних розвідок і теоретичних узагальнень. Цінність запропонованої типології полягає передусім у залученні до аналізу не тільки випадків вираження суто партитивних відношень, але й речень перехідного типу, на позначення яких цілком доречно використано поняття “суміщена модель”, яке до цього пропонувалося для дієслівних речень (будуються за рахунок “суміщених” предикатів). Поняття суміщеної моделі застосовано авторкою рецензованого дослідження до опису субстантивних речень, у межах яких воно набуває більшої виразності й рельєфності, оскільки поєднання кількох значень зумовлюється висуванням факультативного – атрибутивного або кількісного – компонента типової ситуації на перший план. Відповідно до цього виокремлено сім моделей субстантивних речень із напрямом відношення від частин до цілого (власне-партитивні, включення, кількісно-партитивні, характеристично-партитивні, характеристично-класифікаційні, дефініційно-партитивні й дефініційно-класифікаційні речення) (с. 156 –177) та три моделі із зворотним напрямом (від цілого до частини) (власне-холо-партитивні, холо-характеристичні й холо-дефініційні речення) (с. 177 –189).

Завершують монографічне дослідження загальні висновки (с. 190 – 195), які є інформативними, чіткими й логічно продовжують виклад основного змісту виконаної праці. Як позитивне в цьому ракурсі слід зацентувати увагу на тому, що висновки постають не констатувальними, а такими, що окреслюють перспективи запропонованого розгляду проблеми й окреслюють зв'язки виконаного аналізу з нині актуальними завданнями семантичного синтаксису.

Оцінюючи загалом позитивно наукову розвідку Ганни Ситар, варто вказати на окремі положення, які викликають зауваження й побажання, спрямовані в поглиблення окремих питань.

1. У монографії здійснена спроба виявлення синонімічних зв'язків партитивних речень (с. 261 – 262, 268 – 269 та ін.), висловлені окремі міркування щодо конкуренції речень різної структури для вираження тієї самої ситуації об'єктивної дійсності (с. 104, 158). Наведені питання вимагають, на нашу думку, поглиблення в плані виявлення семантичних відмінностей цих моделей (*Депутати об'єднуються у комітети* – об'єднання триває, пор.: *Депутати об'єднані у комітети* – факт об'єднання завершений і под.), встановлення чинників, які зумовлюють вибір однієї із можливих структур.

2. Як нам видається, у роботі слід би було більше уваги приділити проблемі розмежування парадигматичних і синонімічних відношень

(синонімічних трансформацій і синонімічних речень), що надало б опису відповідних моделей більшої переконливості й завершеності.

3. Запропонований перелік моделей, очевидно, варто продовжити за рахунок розгляду образних і тих чи тих зв'язаних моделей, що може стати предметом окремого спеціального вивчення.

Висловлені зауваження й побажання, на наше переконання, не є принциповими, вони більшою мірою стосуються окремих частин монографії, значною мірою є факультативними чи дискусійними і не знецінюють вагомості новаторського дослідження та не впливають на загальну високу позитивну оцінку рецензованої праці.

Теоретичні положення й узагальнення впливають з аналізу значного за обсягом та вагомістю нового фактичного матеріалу, дібраного з різностильових текстів сучасної української літературної мови і словників (601 джерело).

Наукова робота та її висновки, безперечно, доповнять теорію функціональної та категорійної граматики української мови. Творчі напрацювання автора можна використати для подальших студій загальнотеоретичних проблем функціонування синтаксичних одиниць, у науково-дослідній і -пошуковій роботі аспірантів та студентів. Результати здійсненого дослідження впроваджуватимуться при читанні теоретичних курсів і спецкурсів із лексикології й функціонального синтаксису.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Василь Ожоган – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри української мови КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: функціональна граматика української мови.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ VII. КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ ЯВИЩ

- Іваненко Н. (Кіровоград).* ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРУВАННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ ДОБРО В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....3
- Китайгородська К. (Кіровоград).* КОНЦЕПТ “ДОЛЯ” У НАЦІОНАЛЬНО-МОВНИХ КАРТИНАХ СВІТУ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ..... 10
- Корінь О. (Кіровоград).* СЕМАНТИЧНІ ТА СИНТАКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СЛОГАНІВ В АНГЛОМОВНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ 17
- Науменко Л. (Київ).* КОНЦЕПТ “TRADE” В АНГЛОМОВНОМУ БІЗНЕС-ДИСКУРСІ 23
- Нікітіна І. (Кіровоград).* ПРЕДСТАВЛЕННЯ ДІЙНОСТІ В КАЗКОВОМУ ДИСКУРСІ 32
- Олійник О. (Київ).* ПРАВОВА КАРТИНА СВІТУ: КЛЮЧОВІ КОМПОНЕНТИ ЗМІСТУ (НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ)..... 39
- Павловська Л. (Рівне).* СЕМАНТИКА ПОБАЖАНЬ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ 45
- Паращук В., Задорожна Н. (Кіровоград).* ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ «МОВА» В НАІВНО-МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ (на матеріалі англійської та української мов)..... 56
- Червинский П. (Сосновец, Польща).* “ЛИСЫ ПОЛЕЙ” ИСКРИВЛЕННОГО ОТРАЖЕНИЯ. КАТЕГОРИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПОЛЯКОВ В РУССКОЙ ПОВЕСТИ XVII В..... 65
- Чернишенко І. (Кіровоград).* ЦІННОСТІ В СТРУКТУРІ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ.. 76

РОЗДІЛ VIII. ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ. ПИТАННЯ ПОЕТИКИ

- Бідна Т. (Кіровоград).* ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА СПОСОБИ ІМІТАЦІЇ ЖІНОЧОГО МОВЛЕННЯ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ..... 86
- Бобух Н. (Полтава).* АНТОНІМІЧНА СИНТАГМА СВІЙ – ЧУЖИЙ У ВІРШОВАНИХ ТЕКСТАХ 92
- Волчанська Г. (Кіровоград).* ТЕКСТОТВІРНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗАЙМЕННИКОВИХ ІМЕННИКІВ..... 99
- Гаркуша Л. (Кіровоград).* ВЛАСТИВОСТІ КОРЕЛЯЦІЇ «ВИСЛОВЛЮВАННЯ – НОМІНАЦІЯ ВИСЛОВЛЮВАННЯ» ТА ЇЇ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗВ’ЯЗНОСТІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ 109

<i>Гузенко С. (Миколаїв).</i> ТИПИ РЕМАТИЧНИХ ДОМІНАНТ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ	116
<i>Заніздра В. (Кіровоград).</i> ФАКТОР АДРЕСАТА В НАУКОВОМУ ТЕКСТІ	125
<i>Кричун Л. (Кіровоград).</i> ДИСКУРСНА СЕМАНТИКА ОСОБОВОГО ІМЕНІ РОМАНУ ГРИГОРІЯ ПЮТЮННИКА “ВИР”	134
<i>Луцицька М. (Кіровоград).</i> СЕМАНТИЧНИЙ ЗВ'ЯЗОК ЗАГОЛОВКА ЗІ ЗМІСТОМ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ОПОВІДАНЬ).....	140
<i>Ляпичева Е. (Днепропетровск).</i> СЕМАНТИКА АНИМАЛІЗМОВ В РАССКАЗАХ Л. УЛИЦКОЙ.....	146
<i>Семенець О. (Кіровоград).</i> ЕЛЕГІЙНА ЛІРИКА ЄВГЕНА МАЛАНЮКА: ЗАКОНОМІРНОСТІ МОВНО-ЕСТЕТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	153

РОЗДІЛ ІХ. ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЯ. ФІЛОСОФІЯ МОВИ. ЛІНГВОПРАГМАТИКА

<i>Білоус О. (Кіровоград).</i> МОВНА ГРА ТА ГРА СЛІВ ЯК ФІЛОСОФСЬКІ Й ЛІНГВІСТИЧНІ ПОНЯТТЯ.....	163
<i>Гундаренко О. (Кіровоград).</i> ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ІНСПІРАТИВНОЇ ФУНКЦІЇ В ТЕКСТАХ АМЕРИКАНСЬКОЇ ЦЕРЕМОНІАЛЬНОЇ ПРОМОВИ	175
<i>Задунай В. (Днепропетровск).</i> ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЕДИНИЦЫ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ.....	182
<i>Кравченко О. (Кіровоград).</i> ДЕЙКСИС У КОНТЕКСТІ МОВНОЇ ФІЛОСОФІЇ ЧАСУ Й ПРОСТОРУ.....	191
<i>Мех Н. (Київ).</i> ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГЕМА ЛОГОС: ПЕРЕХРЕЩЕННЯ РЕЛІГІЙНОЇ, ФІЛОСОФСЬКОЇ ТА ЛІНГВІСТИЧНОЇ ПЛОЩИН	197
<i>Сушкевич О. (Кіровоград).</i> ЦІННІСНА МОДАЛЬНІСТЬ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ...	203

РОЗДІЛ Х. МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН МОВОЗНАВЧОГО ЦИКЛУ

<i>Бобиль С., Стребуль Л. (Дніпропетровськ).</i> ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПРАКТИЦІ РОЗВИТКУ ТВОРЧИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ.....	212
<i>Капітан Т., Токарєва Т. (Кіровоград).</i> ПРОБЛЕМИ НАВЧАННЯ ПИСЬМОВОГО ПЕРЕКЛАДУ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ ФАКУЛЬТЕТІВ ПЕДАГОГІЧНИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ	217

Черньонков Я. (Кіровоград). ВПЛИВ ЗІСТАВНОГО ПЕРЕКЛАДУ НА ЗАСВОЄННЯ ФАХОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ НА НЕМОВНИХ ФАКУЛЬТЕТАХ.....	222
Черньонков Я., Логовінова С. (Кіровоград). ВИВЧЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ У КУРСІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ	231
Шандрук С. (Кіровоград). ВПРАВИ З МЕТОЮ СИСТЕМАТИЗАЦІЇ ТА ПОВТОРЕННЯ ІНШОМОВНОГО ГРАМАТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ В ОСНОВНІЙ ШКОЛІ.....	243
Шандрук С., Браницька О. (Кіровоград). НАПИСАННЯ ЕСЕ ЯК МЕТОД УДОСКОНАЛЕННЯ ПИСЕМНОГО МОВЛЕННЯ	247
Шандрук С., Сулима О. (Кіровоград). ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ	252

РОЗДІЛ XI. РЕЦЕНЗІЇ

Ожоган В. (Кіровоград). СТРУКТУРА Й СЕМАНТИКА РЕЧЕННСВИХ УТВОРЕНЬ ІЗ ПРЕДИКАТАМИ ПАРТИТИВНОГО ВІДНОШЕННЯ	258
--	-----

НАУКОВІ ЗАПИСКИ

**Серія:
Філологічні науки
(мовознавство)**

ВИПУСК 73

Частина 2

**СВІДОЦТВО ПРО ВНЕСЕННЯ СУБ'ЄКТА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ
ДО ДЕРЖАВНОГО РЕЄСТРУ ВИДАВЦІВ,
ВИГОТІВНИКІВ І РОЗПОВСЮДЖУВАЧІВ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ
Серія ДК № 1537 від 22.10.2003 р.**

Підписано до друку 28.09.2007. Формат 60x84^{1/16}. Папір офсет.
Друк різнограф. Ум.др.арк. 17,58. Наклад 300. Зам. № 4842_2.

*РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧИЙ ВІДДІЛ
Кіровоградського державного педагогічного
університету імені Володимира Винниченка
25006, Кіровоград, вул. Шевченка, 1.
Тел.: (0522) 28 59 84.
Факс.: (0522) 24 85 44
E-Mail.: mails@kspu.kr.ua*

