

РОМАНСЬКІ, ГЕРМАНСЬКІ ТА ІНШІ МОВИ

Заболотська О.В.

кандидат філологічних наук, доцент;

Абрамова Я.О.

студентка,

Херсонський державний університет

МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ МОДА В АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

*«This is a funny place to live, isn't it? Don't
they know what they want to put on in the
morning? You see this is why you get
yourself all mixed up.»*

Fielding Helen

«Bridget Jones: The Edge of Reason»

Останнім часом досягнення у галузі лінгвістичних досліджень свідчать про неабиякий інтерес учених до виявлення мовних явищ у екстралінгвістичному контексті. Одним з провідних понять сучасної когнітивної парадигми є концепт. Увагу лінгвістів привертають перш за все концепти, що найтісніше пов'язані з культурою народу і найяскравіше відбивають специфіку його колективної свідомості. У своїх роботах провідні лінгвісти розробляють методики концептуального аналізу, типологізують концепти, визначають їхні характерні особливості [3, с. 13]. Серед основних дослідників поняття «концепт» виділяють: Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицька, О.С. Кубрякова, А.М. Приходько, Ю.С. Степанов, О.О. Селіванова, З.Д. Попова, Й.А. Стернін.

Незважаючи на те, що поняттям «концепт» послуговуються представники різних напрямів лінгвістичної науки, єдиного визначення все ще немає. Це свідчить не стільки про відсутність єдності поглядів щодо природи та функцій концепту, скільки про багатство його ознак і властивостей [5, с. 46].

Аналізуючи концепт з точки зору когнітивної лінгвістики, О.С. Кубрякова визначає його як засіб пояснення «ментальних ресурсів» людської свідомості. Вона звертає увагу на природу та функціональність концепту, наголошуючи на його ключовій ролі у формуванні «концептуальної системи та мови мозку», а відтак і мовної картини світу людини [3, с. 90]. Подібну думку висловлює В.А. Маслова, яка розглядає концепти як «ментальні сутності». Саме у зв'язку з цим на перший план наукових досліджень виходить поняття ментальності. Дослідниця переконана, що експлікація змісту концепту доступна лише людині, яка сама є носієм цієї мови [4].

Думка, що концепти відбивають цілісну картину світу, яка існує поза мовним простором, і лише вербалізується в ньому, знаходить підтвердження у багатьох дослідників. Так Н.Д. Арутюнова відзначає, що «онтологія дійсності моделюється у вигляді системи концептів, які реконструюються за даними мови» [1, с. 12].

В.І. Карасик пропонує вважати концепти первинними культурними утвореннями, виразом об'єктивного змісту слів, які мають сенс і тому трансльовані в різні сфери буття людини, зокрема, в сфері понятійного, образного та діяльнісного освоєння світу [2].

Метою нашої статті є проаналізувати засоби експлікації концепту МОДА у сучасній англійській лінгвокультурі. Актуальність дослідження концепту МОДА та засобів його вербалізації зумовлена загальною тенденцією до вивчення мовних явищ у контексті позамовних чинників з урахуванням когнітивних механізмів утворення нових лексичних одиниць.

Концепт МОДА ми відносимо до соціокультурних концептів-регулятивів, які, слідом за В.І. Карасиком, висловлюють оціночний кодекс лінгвокультур і в своєму системному вираженні пояснюють культурні доміанти поведінки. По відношенню до моди це виражається в дотриманні особливих правил поведінки, манери триматися або одягатися за певних обставин і в конкретних ситуаціях. Подібні соціокультурні концепти є семіотичними одиницями, інтегруючими національну культуру, мову й етнічну ментальність. Динаміка концепту детермінована його польовою структурою, що містить, крім статичної (константної, архетипічної) понятійної частини, соціокультурний фон – динамічну частину, яка під впливом зовнішніх, соціальних і культурних факторів еволюціонує в процесі зміни цінісно-сміслових компонентів. Як один з концептів – регулятивів, змістом яких є норми поведінки, МОДА є

явищем соціального порядку та регулює відносини в суспільстві, з одного боку, і містить набір ознак, відповідних «модній» поведінці, – з іншого [2, с. 150-153].

Як соціокультурне явище мода – це комплексна система, яка сприяє і забезпечує постійне оновлення різних сторін життєдіяльності як всього суспільства в цілому, так і індивідів. Незважаючи на множинність інтерпретацій феномена моди, виявлених в процесі абстрактно-логічних міркувань зарубіжних і вітчизняних дослідників, моду як окрему область соціокультурного простору можна звести до формули «мода – культура – суспільство – індивід» [6, с. 5].

Центральною лексевою, що об'єктивує концепт МОДА в англійській сові виступає *fashion*, що має наступні дефініції: 1) popular style (of clothes, behaviour) at a given time or place, usually a short-lived one («*fashions in art and literature change constantly*») – sg. and pl.; 2) the act or process of making something; 3) manner or way of doing something, mode of action or operation («*he was behaving in a strange fashion*»); 4) a distinctive or peculiar and often habitual manner, way or gesture («*he always does it in his own fashion*»); 5) the form of something or the way it's constructed. В рамках базової лексеми, що репрезентує досліджуваний концепт, виділяється синонімічний ряд: 1) *definite behaviour*; 2) *action, process*; 3) *manner*. Синонімічний ряд лексеми *fashion* репрезентують такі лексеми *style, vogue, mode, dress, clothes*. Змістове наповнення концепту МОДА в англійській мові включає одиниці на позначення предметів одягу, взуття, головних уборів, зачісок, аксесуарів, модних стилів та течій, назви колекцій високої моди, назви брендів та виробників одягу й аксесуарів, що формуюють відповідні семантичні групи. Англійська лексика моди розвивається під сильним впливом зовнішніх соціокультурних факторів. Нові предмети одягу виникають як реакція на зміни у суспільстві, семіотизуються і відповідно отримують характер тих явищ, що сприяли до появи того чи іншого одягу.

Розглянемо лексичні одиниці, що входять до семантичної групи «Взуття», що експлікують концепт МОДА. Останнім часом в англомовних електронних виданнях з'являються такі лексеми на позначення взуття та його видів:

1. *Chelsea boots* – чоловічі високі шкіряні черевики з еластичною вставкою збоку, висотою приблизно до щиколотки і звуженими носками. З'явилася ця модель черевиків ще за часів Вікторіанської

епохи в Англії, коли це взуття використовували дами для верхової їзди. Пізніше челсі перекочували і в чоловічий гардероб, в якому зайняли міцні позиції. В 60-ті роки минулого сторіччя такі черевики стали неймовірно популярні завдяки групі «Бітлз», музиканти якої дуже любили таке взуття [7].

2. *Monks boots* – туфлі, що застібаються переважно на ремінці, без шнурівки і з круглим носком. Власне через ремінці вони і отримали свою назву, ремінці схожі на застібки взуття у ченців (іноді на один ремінець – *Monks*, а іноді на два – *Double Monks*). Модель досить стародавня, ще в XI столітті ченці носили щось подібне – сандалі на пряжках і широкому ремені. На початку це була парадно-вихідне взуття, адже вони не були зручними, а потім, подібні туфлі стали виготовляти з м'якої шкіри. Через це туфлі вийшли вельми зручні і вкрай дешеві, що сприяло швидкому поширенню даної моди [7].

3. *Derby shoes* – це туфлі з відкритою шнурівкою з нашитими поверх основної частини бічними деталями. Ці туфлі отримали однойменну назву з прізвищем графа Дербі, який їх винайшов. Граф шалено любив брати участь у скачках, але не міг знайти закритого зашнурованого взуття, внаслідок чого і винайшов практичні і зручні туфлі, тим самим полегшивши життя не лише собі, а й іншим [7].

4. *Loafers* – ці туфлі зі шкіри та без шнурків. В англійській мові лексема «*loafer*» має денотативне значення «ледар». Через те, що на зорі виникнення перших моделей такого взуття їх носили переважно вдома, такі туфлі і назвали лофери. Вони були дуже зручними, не потрібно було витратити час на одягання і застібання і вони не спадали з ніг. Потім взуття подібного фасону стали носити студенти, фермери. І лише з часом їх стали носити офісні працівники, які також прагнули до зручності, але і не забували про моду і стиль та дотримувалися ділового дрес-коду [7].

5. *Chukka Boots* – чоловічі черевики з мінімум декорацією і шнурівкою. Своє ім'я вони отримали завдяки різновиду гри в гольф. *Chukka boots* були популярні в кінці 1940-х та 1950-х років ХХ ст. Матеріалом для цього виду чоловічих черевиків служить теляча шкіра або замша [7].

Отже, концепт МОДА відноситься до соціокультурних концептів, регулює відносини різного роду між спільнотами, групами людей і окремими особистостями та есплікується різними лексичними одиницями, які умовно можна поділити на 8 семантичних груп.

Список використаних джерел:

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М. : Языки русской литературы, 1999. – 2-е изд. испр. – 894 с.
2. Карасик В.И. Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 1999. – 477 с.
3. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова. – М. : Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология / А.В. Маслова. – М.: Издат. центр «Академия», 2001. – 208 с.
5. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. / Анатолій Миколайович Приходько. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332 с.
6. Чурсина О.В. Лингвокультурный концепт «МОДА» в языковом сознании и коммуникативном поведении: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. фил. наук : 21.05.10 / О.В. Чурсина. – В., 2010. – 20 с.
7. MENS-LOOK.RU – журнал о моде и стиле для мужчин [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://mens-look.ru/encyclopaedia.html>

Любарець І.А.

аспірант,

Київський національний лінгвістичний університет

МОВЛЕННЯ ПЕРСОНАЖІВ ФРАНЦУЗЬКИХ СЮРРЕАЛІСТИЧНИХ П'ЄС: КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

Творчість французьких сюрреалістів першої половини ХХ століття базується на літературній спадщині їх попередників та органічно з нею пов'язана. Цей етап розвитку драматургії характеризується пошуком нових прийомів формування мовлення драматичних героїв. Дане дослідження розкриває взаємозв'язок особливостей текстового оформлення мовлення персонажів сюрреалістичних п'єс з їх сприйняттям та інтерпретацією. У зв'язку з цим розкриваються основні властивості комунікативної взаємодії дійових осіб французьких драматичних творів даного періоду.

Міжособистісна комунікація є багатогранним явищем. Умовою її здійснення є наявність трьох елементів, серед яких адресант, адресат та власне повідомлення. У драматургічному мовленні театральної комунікації роль адресанта виконують актори як виконавці