

Зважаючи на результати цього дослідження, перспективним вважаємо опис асоціативно-термінальної частини когнітивної моделі англійських дієслів-синонімів.

Джерела та література

1. Гиздатов Г. Г. Когнитивные модели в речевой деятельности / Г. Г. Гиздатов. – Алматы : Гылым, 1997. – 175 с.
2. Жаботинская С. А. Когнитивные и номинативные аспекты числительных (на материале современного английского языка) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Светлана Анатольевна Жаботинская. – М. : [б. и.], 1992. – 336 с.
3. Кириллова В. Н. Направленность оценки в синонимии (на материале прилагательных современного английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Вера Николаевна Кириллова. – К. : [б. и.], 1996. – 167 с.
4. Webster's New Dictionary of Synonyms : a Dictionary of Discriminated Synonyms with Antonyms and Analogous and Contrasted Words. – Springfield, Massachusetts, U.S.A., 1984. – 909 p.

Гончарук Светлана, Ефремова Наталия. Когнитивные особенности английских глаголов-синонимов. В статье исследованы структурные особенности фреймовых когнитивных моделей, являющиеся основой для объединения глаголов в синонимические ряды. Выявлены особенности моделирования диктума пропозиции фреймовой когнитивной модели глагола, воспроизводящей определенный вид деятельности с полной реконструкцией различных аспектов этой деятельности. Смоделированы структуры межфреймовых сетей синонимических рядов глаголов, обозначающих действие, состояние и процесс. Выяснено, что тип межфреймовой сети, лежащей в основе синонимического ряда, определяется семантическим классом глаголов-синонимов. Доказано, что глаголы, обозначающие действия и процессы, объединяются в синонимические ряды на основе межфреймовой сети, которая демонстрирует высокую способность к аккумуляции и наполнению соответствующих слотов. Межфреймовая сеть синонимических рядов глаголов, обозначающих состояние, характеризуется ограниченным количеством слотов, что, в свою очередь, указывает на определенную фиксированность ее структуры. Выявлены когнитивные механизмы появления признаков семантической близости и семантической противоположности в синонимических рядах английских глаголов. Доказано, что противопоставление глаголов в синонимических рядах зависит от качественного наполнения слотов диктумов пропозиций их фреймовых когнитивных моделей.

Ключевые слова: глаголы-синонимы, синонимический ряд, фрейм, пропозиция, диктум, слот.

Honcharuk Svitlana, Yefremova Nataliya. Cognitive Features of English Verbal Synonyms. The article deals with structural characteristics of frame-cognitive models that are the basis for uniting verbs in synonymic series. The peculiarities of modelling of the propositional dictum of frame-cognitive verbal pattern, reproducing a specific activity with a complete reconstruction of various aspects of this activity, are revealed. The structures of interframe networks of verbal synonymic series denoting action, state and process are modelled. It is found out that the type of interframe network which is the basis of verbal synonymic series depends on the semantic class of verbal synonyms. It is proved that verbs denoting actions and processes are united into synonymic series on the basis of interframe network, which shows a high ability to accumulate and fill up appropriate slots. The interframe network of verbal synonymic series denoting state is characterized by a limited number of slots, which, consequently, indicates certain fixity of its structure. Cognitive mechanisms of semantic proximity and semantic opposition formation in verbal synonymic series are revealed. It is proved that the opposition of verbs in synonymic series depends on the quality of filled slots of the propositional dictums of their frame-cognitive patterns.

Key words: verbal synonyms, synonymic series, frame, proposition, dictum, slot.

УДК.811.112.2'42

*Олена Грибок,
Софія Застровська*

**СТЕРЕОТИПНІ ТЕМИ НІМЕЦЬКОМОВНОГО
ПОБУТОВОГО ДИСКУРСУ**

Роботу присвячено дослідженню стереотипів у німецькомовному побутовому дискурсі. Звернуто увагу на їх специфіку та культурні особливості. У статті наведено уточнення поняття “стереотипна тема”; виявлено критерії актуалізації стереотипних тем у комунікативному процесі; систематизовано “стереотипні

теми” німецькомовного побутового дискурсу; досліджено специфіку автосприйняття німців та їх стереотипного ставлення до проблем, що тематизуються в побутовому дискурсі на прикладі докладнішого аналізу окремих найбільш уживаних із виявлених тем; проаналізовано мовні засоби розгортання стереотипних тем у дискурсі; з’ясовано наявність тематичних стереотипних висловлень серед виявленого мовного матеріалу. Серед наявних мовних засобів, що слугують для розгортання стереотипних тем, увагу сфокусовано на лексичних одиницях для позначення “тематичних стереотипів”, які засвідчують національну специфіку картини світу німецької лінгвоспільноти.

Ключові слова: актуалізація, об’єктивація, побутовий дискурс, стереотипна тема, тематичний стереотип.

Постановка наукової проблеми та її значення. Тема *актуальна*, оскільки присвячена проблематиці сучасної лінгвістики, зокрема питанням гармонізації міжкультурної комунікації.

Мета статті – виявити стереотипні теми побутового дискурсу німецької лінгвоспільноти. Для досягнення поставленої мети передбачається виконання таких *завдань*: висвітлити поняття “стереотипна тема”; виявити стереотипні теми побутового дискурсу німецькомовної лінгвоспільноти; проаналізувати мовні засоби розгортання стереотипних тем у дискурсі; з’ясувати наявність тематичних стереотипних висловлень серед виявленого мовного матеріалу.

Об’єкт дослідження – мовні одиниці, що слугують для розгортання відповідних тем побутового дискурсу, **предмет** – виявлення специфіки стереотипного ставлення німців до проблем, що тематизуються в побутовому дискурсі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Стереотипи як елементи концептуальної картини світу активно досліджуються на сучасному етапі, що зумовлено щораз більшим інтересом до проблем лінгвокультурної комунікації. Дослідженню стереотипів присвячено багато робіт на матеріалі різних мов [1–2; 6; 8; 10–11]. Запропоновано різні класифікації стереотипів [4–5; 7]. Більше уваги, на нашу думку, присвячено етнічним авто- та гетеростереотипам (те, що думає один народ сам про себе та що думають про нього інші народи). Проте, як зазначає Т. ван Дейк, тематичний репертуар побутового дискурсу виявлено недостатньо [3], що й зумовило вибір теми цієї статті, оскільки стереотипна тематика дискурсу постачає інформацію про значущість тематизованих проблем для суспільства.

“Стереотипні теми” розуміємо як теми, до яких неодноразово звертаються представники певної лінгвоспільноти (зокрема, німецької). У німецьких лінгвістичних студіях для позначення таких тем вживається термін “thematische Stereotypen” [9, S. 67]. Ми вважаємо більш адекватним термін “стереотипні теми”, а в межах кожної стереотипної теми простежується наявність тематичних стереотипів, які актуалізуються відповідними мовними одиницями серед іншого мовного матеріалу, що застосовується для розгортання тієї чи тієї теми. Стереотипні теми актуалізуються залежно від життєвих ситуацій, тому не слід вважати, що хтось може назвати повний перелік усіх тем, які постійно обговорюються чи принаймні згадуються у всіх без винятку розмовах німців. Звісно, можна назвати теми, до яких звертаються комуніканти, коли за збігом обставин вони не знають, про що говорити.

Отже, до стереотипних тем звертаються комуніканти, які мало знайомі, але зустрічалися на вечірках із нагоди дня народження, на офіційних прийомах, під час подорожей тощо. Крім того, стереотипними, на нашу думку, можуть стати теми з проблем, які є актуальними для суспільства в певний період його життя. Такі теми стереотипізуються насамперед мас-медіа, і їх неодноразово обговорюють члени лінгвоспільноти.

Стереотипними виявляються теми різних соціальних груп, членів сім’ї, друзів, знайомих, сусідів тощо. Стереотипні теми засвідчують: а) рівень актуальності проблематики для суспільства, соціальної групи чи окремих її представників; б) ступінь знайомства комунікантів; в) ситуативні, соціальні ролі та статус комунікантів; г) динаміку розвитку суспільства (оскільки в різні періоди життя суспільства та його соціальної структури стереотипи, якщо й не повністю зникають, то засвідчують зміну структури тематичного фрейму та модифікацію чи варіативність

термінального заповнення слотів останнього). Стереотипи торкаються різних проблем та сфер повсякденного життя німців. Виявлені на основі фактичного матеріалу, стереотипні теми зображено на *рис. 1* та наведемо водночас приклади тематичних стереотипів.

До найбільш уживаних стереотипних тем побутового дискурсу належать: WEINACHTLICHEBETRIEBSFEIER, GESCHENKE, JULKLAPP, BORD-RESTAURANTISMUS, WEIHNACHTSSPEISEN, WEIHNACHTSMANN, TANNENKAUF, BESCHERUNG, REISEN, GESUNDESESSEN та ін., які асоціативно актуалізують інші теми, що хвилюють німецьке суспільство: EHEKRISE, FAMILIE, KINDER, VERWANDSCHAFT, NACHBARSCHAFT, GENERATIONENKONFLIKT та ін., стереотипність яких підтверджується діалогами з творів художньої літератури, публіцистики, інтернет-ресурсів тощо. Розглянемо докладнішу тему GESCHENKE.

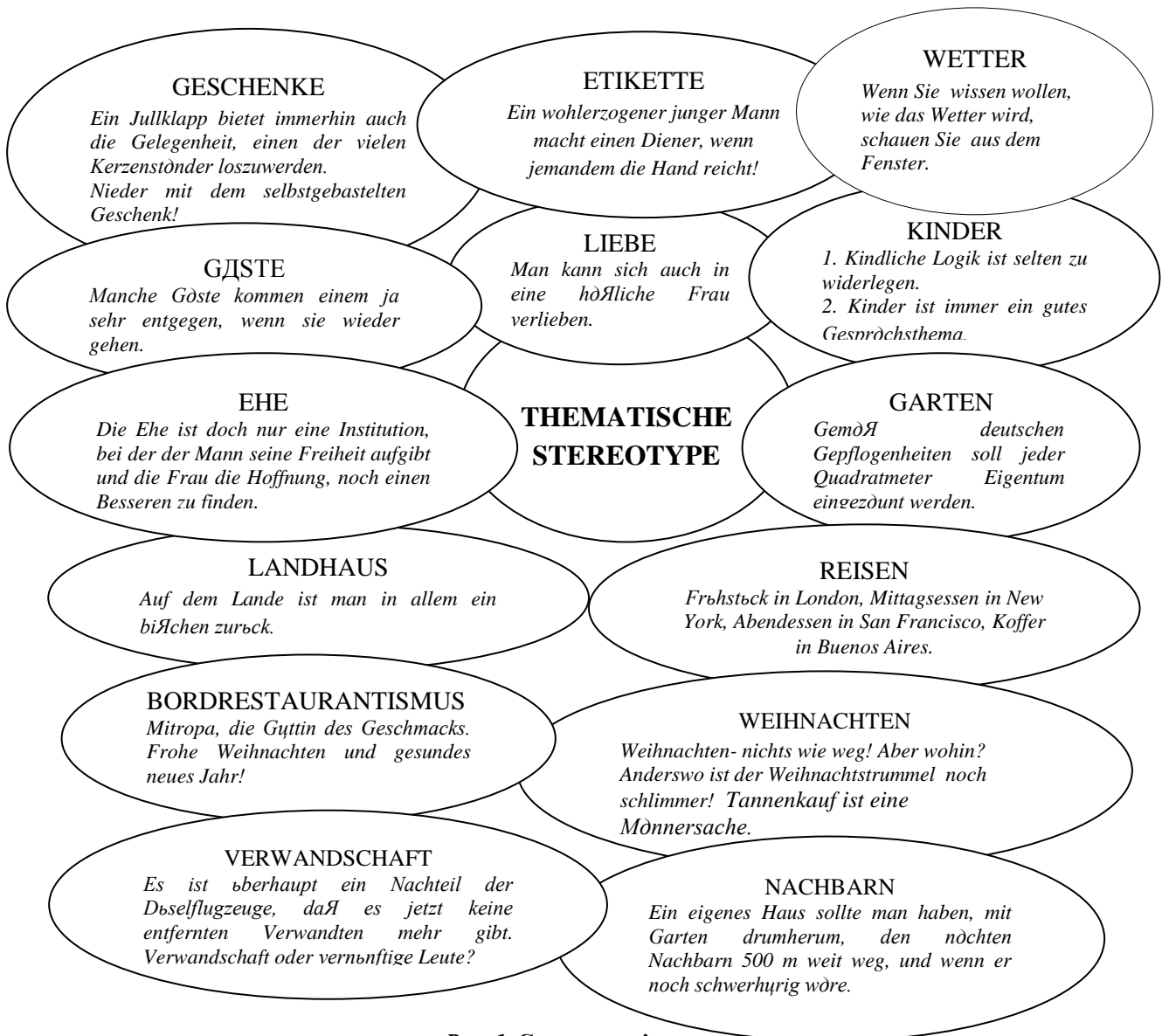


Рис. 1. Стереотипні теми

GESCHENKE. Подарунки дарують із нагоди різних свят. Специфічним у цій сфері є **JULKLAPP**. У словникові слово пояснено так: skandinav. undnorddt. Sitte, am Julfest heimlich Weihnachtsgeschenke ins Zimmer zu werfen, wobei “I” gerufen wird; gegenseitiges Beschenken bei Weihnachtsfeiern, wobei die Geschenke durch Losen zugeteilt werden; das Weihnachtsgeschenk selbst [*< schwed. julklapp<jul. “Weihnachten” + lautmalendes klapp*].

Julfest german. Fest zur Wintersonnenwende; (heute in Skandinavien) Weihnachten [14, S. 698]. Інша назва цього звичаю “**Klappersack**”, або позначення дієсловом “**bewichteln**”. У будь-якому разі **JULKLAPP** позначає “den Vorgang des Überraschungsschenkens”. Ця тема розкривається такими лексичними одиницями: **Julklapp, Klappersack, bewichteln, Julklappgeschenk, entsprechendes Präsent aufreihen / verpacken / versenken in einen Sack oder eine Kiste, Julklappveranstaltung, ein Päckchen aussuchen, vorher auslösen, beschenken, Erkundigungen einziehen, womit sich X interessiert, von Betriebspsychologen initiiert werden, das anonyme Geschenk machen, die absolute Geheimhaltung** [13, S. 26].

Поширене в Німеччині дарування підсвічників (**Kerzenständer**). Про це свідчать такі висловлювання:

1) “*Die Wahrscheinlichkeit, einen der fünf **hölzerlichen Kerzenständer** zu erwischen, liegt weitaus höher*” (13, S. 25);

2) “*Ein Julklapp, ganz gleich, ob Variante A oder B, bietet immerhin auch die Gelegenheit, einen der vielen **Kerzenständer wieder loszuwerden**”* [13, S. 27].

Водночас ці ж висловлювання засвідчують упереджене ставлення до такого подарунка (негативно-оцінна лексика: **hölzlich, loswerden**).

Якщо на підприємствах із нагоди свята подарунки передбачають спочатку з’ясування інтересів колег, то в колі сім’ї їх даруються за іншим принципом – практичною потребою. Наприклад, у сім’ї Сандерсів тато підсилає сина до матусі запитати, що б вона хотіла в подарунок: “*Vor meinen Geburtstag und ähnlichen Anlässen, die **traditionsgemäß ein Geschenk verlangen**, erkundigte sich Rolf meist bei Sven nach meinen etw. Wünschen, und der kam dann zu mir, um meine Vorschläge zu hören und weiterzugeben. Rolf wollte dann, was er kaufen sollte, und ich wollte vorher ich überrascht sein müßte*” [12, S. 115].

Лексема **traditionsgemäß** у наведеному фрагменті тексту засвідчує, що дарувати подарунки стало традицією. Традиція та стереотипи взаємопов’язані. Стереотипна поведінка стає традицією, як і традиція формує стереотипне уявлення про перебіг подій. Показовим є те, що в цій “грі” мотивовані діти охоче беруть участь. Наприклад, старший син Свен звертається до молодшого брата: “*Also vergiß nicht, Sascha, wenn Papi sagt, du sollst Mami nichts sagen, was sie von ihm zu Weihnachten kriegt, dann müß du Papi ganz vorsichtig sagen, was uns Mami gesagt hat, was wir Papi sagen sollen, was sie sich wünscht!*” [12, S. 115].

Це нагадує нашу дійсність, коли ми також намагаємося дізнатися, що певна особа хотіла б отримати від нас у подарунок. Питання про подарунок пов’язане з питанням “Що брати із собою на запрошену вечірку?” Із цього приводу наведемо цікаве спостереження: Фелікс у свій приїзд до Сандерсів подарував пані Сандерс квіти. Але коли вони в цей день прийняли запрошення на вечірку до Брауерів, він “без комплексів” узяв подаровані вже квіти з вази і знову завернув їх у пакувальний папір, щоб подарувати їх пані Брауер:

“*Natürlich blieb Felix nicht zu Hause; er war vielmehr als erster vor Brauers Tür und schwenkte unternehmungslustig den Blumenstrauß. **Eigentlich hatte er ihn mir mitgebracht, dann aber sofort wieder aus der Vase gefischt, in das zerknüllte Papier gewickelt, und nun überreichte er ihn artig Frau Brauer**”* [12, S. 121].

Мабуть, такий учинок можна пояснити тим, що Фелікс був другом сім’ї, його поведінка, відповідно, була невимушеною. Інша особливість щодо подарунків, яка характерна німцям, – це те, що вони подаровані їм речі можуть здати чи обміняти в торговельних закладах (про що свідчить дієслово **umtauschen**). Такий обмін став неможливим, коли поширилась мода на саморобні подарунки (**selbstgebastelte Geschenke**):

“*Wer mit Selbstgebasteltem beglückt wird, hat gar keine andere Wahl: Er müß das Geschenk angemessen würdigen, so gern er es vielleicht heimlich umtauschen würde, was ja aber nicht geht*” [13, S. 42].

З одного боку, саморобний подарунок має особливу цінність:

“*Heutzutage ist jedoch das selbstgebastelte Geschenk angeblich Ausdruck ganz besonderer Wertschätzung. Sieh her, sagt das Selbstgebastelte, ich wurde allein für Dich geschaffen. Ich bin*

keine Massenware, ich wurde nicht wahllos aus dem Regal gezerzt und zur Kasse getragen – in mir stecken viele, viele Stunden Arbeit! Ich bin ein Original, ganz wie mein Schupfer!” (13, S. 42).

Проте, з іншого боку, такі подарунки додають зайвого клопоту тому, кому їх подарували. Їх потрібно зберігати (дієслово *müssen*), оскільки їх не можна обміняти на щось більш потрібне. Саме тому Карола радить Ральфові (який їде святкувати Різдво в Німеччину): **“Nieder mit dem selbstgebastelten Geschenk!”** (13, S. 42).

У подібних ситуаціях проявляється, на нашу думку, така риса характеру німців, як практичність: кожна придбана чи подарована річ має бути функціональною.

WEIHNACHTSMANN. Коли наближається Різдво, активізується дискусія, чи слід підтримувати в дітей віру в Weihnachtsmann (нашого Діда Мороза). Дискутуються в цьому аспекті такі питання:

...ob man Kindern den Glauben an den Weihnachtsmann erhalten sollte? [...] Wann der Zeitpunkt gekommen ist, sie zu desillusionieren? Müssen die Kinder nicht erfahren, daß es die Eltern sind, die ihnen ihre Wünsche erfüllen? Machen sie sich nicht lächerlich im Kindergarten, wenn sie weiter treu und fest an den Weihnachtsmann glauben, während Gleichaltrige schon die Scheckkarten der Eltern für den selbstbestimmten Weihnachtseinkauf benutzen dürfen? (13, S. 98).

У наведеному фрагменті адверзативний сполучник *während* протиставляє два різні бачення питання про Weihnachtsmann: одні діти вірять в нього, другі – ні. Може, саме тому, що дорослі досі не вирішили, чи підтримувати в дітей віру в Weihnachtsmann.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Стереотипні теми, які ми розглянули, не вичерпують кола стереотипних тем. Під час подальшого розгляду стереотипів зазначимо інші теми. Це можна зробити, оскільки, як ми вважаємо, всі стереотипи підлягають систематизації згідно з тематикою розмов у повсякденному спілкуванні. Під час визначення стереотипних тем основну увагу було зосереджено на лексичному матеріалі. У подальшому увагу буде приділено іншим аспектам мови та мовлення.

Перспективою подальшого дослідження вважаємо аналіз засобів об’єктивації тем, що залишилися поза розглядом, зокрема, ELTERN-KINDER-RELATIONEN, MANN-UND-FRAU-INDER-EHE.

Джерела та література

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : “Языки рус. культуры”, 1999. – 896 с.
2. Вилинбахова Е. Л. Синтаксические модели выражения стереотипов (на материале русского языка) : Ломоносов : материалы XVII Междунар. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Секция “Филология”. – М. : МАКС Пресс, 2010. С. 73–75.
3. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Тён Адрианус ван Дейк. – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна дэ Куртенэ, 2000. – 308 с.
4. Донец П. Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации: научный статус, понятийный аппарат, языковые и неязыковые аспекты, вопросы этики и дидактики / П. Н. Донец. – Х. : Штрих, 2001. – 384 с.
5. Красных В. В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.
6. Guzzoni U. Erstaunlich und Fremd. Erfahrungen und Reflexionen / U. Guzzoni. – München : Karl Alber Verlag, 2012. – 112 S.
7. НаЯ J. Durch die Augen der Anderen : kulturelle Stereotype von Deutschen und Spaniern / J. НаЯ. – Marburg : Tectum-Verl., 2013. – 110 S.
8. Maass A. Language and stereotyping / A. Maass, L. Arcuri // Stereotypes and Stereotyping / Ed. by C. Neil Macrae, Charles Stangor, Miles Hewstone. – N. Y. : Guilford Press, 1996. – P. 193–226.
9. Reiss S. Stereotypen und Fremdsprachendidaktik / Sonja Reiss. – Hamburg : Kovari, 1997. – 470 S.
10. Tajfel H. Social Stereotypes and Social Groups / Henri Tajfel // Intergroup behaviour / Ed. by J. C. Toulmin. – Cambridge : Cambr. Univer. Press, 2003. – 247 p.
11. Schlund K. Genese und Gebrauch von Höflichkeitsformeln im Serbischen und Deutschen: ein funktionales Modell der Höflichkeit und seine Anwendung / Katrin Schlund. – München : Otto Sagner, 2009. – 260 S.
12. Sanders E. Radau im Reihenhaushaus / E. Sanders. – München : Wilhelm Heyne, 1986. – 348 S.
13. Sotschek R. Christstollen mit Guinness : eine deutsch-irische Bescherung / R. Sotschek, C. Rüneburg. – Berlin : Ullstein Buchverlage GmbH, 2004. – 167 S.
14. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch / G. Wahrig // Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH. – Göttersloh ; München, 1991. – 1493 S.

Грибок Елена, Застровская София. Стереотипные темы немецкоязычного бытового дискурса.

Статья посвящена исследованию стереотипов в немецкоязычном бытовом дискурсе. Обращено внимание на их культурные особенности. В статье приводится уточнение понятия “стереотипная тема”; выявляются критерии актуализации таких тем в коммуникативном процессе; систематизируется определение “стереотипные темы” немецкоязычного бытового дискурса; исследуется специфика автовосприятия немцев и их стереотипного отношения к проблемам, тематизирующихся в бытовом дискурсе на примере более детального анализа отдельных наиболее употребляемых из выявленных тем; осуществляется анализ языковых средств развертывания стереотипных тем в дискурсе; выясняется наличие тематических стереотипных высказываний среди определенного речевого материала. Среди имеющихся языковых средств, служащих для развертывания стереотипных тем, внимание фокусируется на лексических единицах для обозначения “тематических стереотипов”, свидетельствующих о национальной специфике картины мира немецкого лингвосообщества.

Ключевые слова: актуализация, бытовой дискурс, объективация, стереотипная тема, тематический стереотип.

Grybok Olena, Zastrovs'ka Sophia. Stereotypical Topics of English Everyday Discourse. This article is devoted to the research of stereotypes in modern German everyday discourse. The attention is paid to their cultural peculiarities. The article deals with the definition of the term “stereotypical topics”, the criteria for the actualization of such topics in the communicative process, systematization of the “stereotyped topics” of German everyday discourse, examination of the specific features of self-perception of Germans and their stereotypical attitudes towards topical problems in everyday discourse as an example of a more detailed analysis of some mostly used topics. The analysis of linguistic resources in the deployment of stereotypical discourses was carried out. It defines the presence of thematic stereotypical statements which include the certain speech material. Among the available linguistic devices that are used to deploy the stereotypical topics, it focuses on the lexical units of the “thematic stereotypes” which certify the national specific of the worldview of German lingual community.

Key words: actualization, everyday discourse, objectification, stereotyped topic, themed stereotype.

УДК 811. 161.2'374.3

Ніна Данилюк

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧИХ СЛОВНИКІВ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

У статті звернуто увагу на важливість вивчення іноземних мов у єдності з матеріальними й духовними культурами народів. З'ясовано специфіку лінгвокраїнознавчих словників, що містять загальні та власні назви з національно-культурним змістом, а також довідкові матеріали, здійснено огляд найважливіших видань. Докладно описано українські лексикографічні праці, укладені викладачами Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (“Україна в словах”, “Україна від А до Я”) та Львівського національного університету імені Івана Франка (“Лінгвокраїнознавчий словник власних назв української мови”). Названо головний критерій добору одиниць – відображення національно-культурної інформації мовними засобами. Розглянуто структуру словникової статті, у якій наведено відомості про граматичні форми, усі значення, сполучуваність, сталі вислови, фразеологічні одиниці тощо. Указано на можливості використання лінгвокраїнознавчих робіт для вивчення студентами англійської, німецької, французької, української мов як іноземних у вищих навчальних закладах на заняттях із лінгвокраїнознавства, лексикології, перекладу, лінгвістичного аналізу тексту та ін.

Ключові слова: іноземна мова, культура народу, назви з національно-культурним змістом, лінгвокраїнознавчий словник.

Постановка наукової проблеми та її значення. Один із важливих підходів до вивчення рідної та іноземної мов – лінгвокраїнознавчий аспект, який передбачає ознайомлення з реаліями певних держав, історією, культурою, народними традиціями і звичаями, зафіксованими в мовних одиницях. У цьому аспекті велику роль відіграють спеціальні мовоукраїнознавчі словники.