soleil, eau, terre, air, feu, lumière, ténèbres (*солнце, вода, земля, воздух, огонь, свет, тьма*) в поэзии Mangan ; *eau, terre, air* (*вода, земля, воздух*) в произведениях Poe ; *nuages, feu, montagne, espace et mouvement* (*тучи, огонь, горы, пространство, движение*) в творчестве Baldwin, образуют особую категорию. Эти образы являются по сути архетипами Юнга. Многие из них были детально изучены Г. Башеляром, который находит в них константы воображения (les constantes de la vie de l'imagination), чей выбор предопределен в тексте коллективно-индивидуальными факторами. Безусловно, эти концепты входят в сокровищницу каждой культуры, являются достоянием опыта всего человечества.

Таким образом, «даже при поверхностном наблюдении новейшие языки так называемых «цивилизованных» стран обнаруживают бесчисленное множество сходных черт, в своем непрестанном развитии эти языки отнюдь не расходятся между собой, а, наоборот, стремятся ко все большему сближению. Нетрудно обнаружить причину этого явления: она заключается в многочисленных и разнообразных связях между народами как. в области материальной культуры, так и в области мысли. Эти связи существуют уже около тридцати веков, а в наше время значительно умножились благодаря удобству сообщений. Мы можем без всякого преувеличения говорить о некоем общем психическом складе, который создан Грецией и Римом, созрел в лоне западноевропейской цивилизации и в последнее время широко распространился на все те страны, которые европейцы подчинили своему духовному влиянию. За неимением более точного термина назовем эту общность европейским психическим складом» [Балли 2001, с.40]. Именно эта общность европейского психического склада и позволяет говорить об универсальности системы функциональных стилей развитых национальных европейских языков.

Литература

Балли Ш. Французская стилистика. Перевод с французского К. А. Долинина. Изд. 2-ое, стереотипное. М.: УРСС, 2001. - 391 с. *Хованская З. И., Дмитриева Л. Л.* Стилистика французского языка. Изд. 2-ое. М.: Высшая школа, 2004. – 413 с,

АНАСТАСЬЕВА О.А.
(*Харківський нац. тех. ун-т сільського господарства ім. П.Василенка*)

КОНЦЕПТОСФЕРА АНГЛОЯЗЫЧНОГО АФОРИЗМА В РЕЛИГИОЗНОМ И ФИЛОСОФСКОМ ДИСКУРСАХ

Объектом исследования в данной статье является англоязычный афоризм как тип текста. Особенности организации концептосферы текстов данного жанра представляют **предмет** исследования, а системное осмысление когнитивно-коммуникитивного потенциала афористических высказыаний – его **цель**. Для достижения этой цели предпринята попытка решения конкретных практических задач: определение теоретических подходов к анализу концептосферы афоризма, описание ее структуры и языковых средств актуализации концептов в афористических высказываниях.

Интерпретативный анализ ценностно-маркированных высказываний (пословиц, афоризмов, цитат), выражающих определенные концепты является важным компонентом описания лингвокультурных концептов [Карасик 2007, с. 38; Маслова 2004, с. 46; Приходько 2008]. В паремиях находят отображение аксиологические концепты, т.е. оцениваемые носителями языка как наиболее важные. С этой точки

зрения представляется интересным изучения концептосферы англоязычного афоризма.

С одной стороны, афоризмами принято называть краткие, глубокие по содержанию и законченные в смысловом отношении суждения, принадлежащие определенному автору и заключенные в образную, легко запоминающуюся форму [Федоренко, Сокольская 1990, с. 3].

С другой стороны, по мнению А.В. Артемовой, «…афоризмы как зеркало национальной культуры содержат в себе большой объем информации о традициях, устоях, своеобразии миропонимания и менталитета того или иного языкового сообщества» [Артемова 2000, с. 58]. Афоризмы обращаются в сфере внутринационального общения, то есть, как отмечает В.А. Аврорин, «в рамках употребления языка, равно как и той или иной языковой формы его существования, совпадающих с границами соответствующего этнического единства (народа)» [Аврорин 1975, с. 19].

Идея о том, что афоризмы отражают общечеловеческое знание, представлена и в самих афористических высказываниях: *(1) Exclusively of the abstract sciences, the largest and worthiest portion of our knowledge consists of aphorisms: and the greatest and best of men is but an aphorism. Samuel Taylor Coleridge* [примеры 1-6; 9-13; 16-24: The Oxford Dictionary of Phrase, Saying & Quotation 2002]. Таким образом, можно говорить, что афоризм есть область пересечения общенационального и индивидуального знания о мире, индивидуально созданная форма, позволяющая привлечь внимание к общеизвестным истинам.

Специфическим свойством афоризма является то, что он более тесно, чем другие литературные жанры, связан с человеческой мыслью. В нем отсутствует опосредованность, которая отделяет авторскую мысль от читателя в поэзии, прозе или драматургии – например, сюжет, персонажи, фабула. В афоризме наиболее очевидно проявляется взаимозависимость языка и мышления. Вопрос о первичности одного из них, столь обсуждаемый лингвистами и философами, обнаруживает здесь свою схоластичность. Иные мысли, чтобы стать осознанными в своей парадоксальности и новизне, требуют от языка изощренности и оригинальности формы.

Афоризм имеет специфическую, характеризующуюся широтой концептосистему, образованную как вербализированными, так и невербализированными концептами. Под концептосферой понимается объективно существующая совокупность вербально определенных и вербально неопределенных, национально маркированных ментальных единиц лингвокультуры, упорядоченных по принципу системности и организованных по принципам множественности, целостности, связи и структурированности [Приходько 2008, с. 206]. Это совокупность концептов, из которых, как из мозаичного полотна, складывается миропонимание носителя языка.

В настоящее время в науке в рамках функционального подхода развивается движение от «дискурса к концепту». В свете положений деятельностного подхода концепт выступает как динамическая сущность: процесс и результат наделения языкового знака смыслом в ситуации общения. Дискурс признается единственной естественной средой существования концепта [Мартинюк 2009, с. 16]. Определенный тип дискурса образует собственную концептосистему по схеме конфигурации, которая состоит из типологически разных концептов – автохтонных (концептуальных констант), аллохтонных (концептуальних переменных), нейтральних. Их выбор зависит, главным образом, от трех факторов: среды, модуса и стиля общения. Под влиянием этих факторов дискурсивные конфигурации концептов образуют

неповторимый ментально-информационный портрет того или иного дискурса [Приходько 2008, с. 248].

Афористическое высказывание обладает способностью аккумулировать экстралингвистическую информацию и оказывать влияние на формирование мировоззрения адресата, обладает высокой персуазивностью, а также скрытой интенцией. Афоризм часто выступает элементом интертекста, встречается в разнообразных дискурсах (художественном, религиозном, философском, карнавальном (смеховом), бытовом и др.), выполняя стилистические, прагматические, коммуникативные функции. По сути, афоризм представляет собой кроссдискурсивный феномен: *(2) A cynic is a man who knows the price of everything but the value of nothing. Oscar Wilde. (3) A dwarf standing on the shoulders of a giant may see farther than a giant himself. Samuel Taylor Coleridge.* – художественный дискурс. *(4) Buddhism is not a creed, it is a doubt. Gilbert K. Chesterton* – религиозный дискурс. *(5) Democracy means government by the uneducated, while aristocracy means government by the badly educated. Gilbert K. Chesterton* – политический дискурс. А всем известный афоризм Гиппократа (6) *Life is short, Art long* впервые был употреблен в медицинском трактате. Дискурсологическое изучение концептов в паттерне организации «концепт в дискурсах» опирается на представление о том, что концепт или поле, в которое он входит, обладает определенного рода когнитивно-семантической избирательностью в отношении возможностей своей актуализации в той или иной дискурсивной формации [Приходько 2008, с. 266].

Представляется, что концептосфера афоризма организована, главным образом, полями концептов: LIFE / DEATH, HAPPINESS / MISERY, WISDOM, VIRTUE / VICE, LOVE / HATE, MAN / WOMAN, WAR / PEACE, SUCCESS / FAILURE, WEALTH / POVERTY, LAW, POLITICS, HEALTH / DISEASE, SCIENCE / FAITH.

Причем, в зависимости от того, в каком дискурсе употребляется афоризм, ядро концептосистемы формируется полями разных концептов, а в случае принадлежности концепта к разным дискурсам, он обнаруживает специфическое значение в каждом из них. Так, например, в афоризмах в религиозном дискурсе системообразующими являются концепты FAITH, VIRTUE / VICE. *(7) I am Alpha and Omega, the beginning and the ending. The Bible: John 1:8* [примеры 7,8,14,15: Барсов 2007]. *(8) You cannot serve God and mammon The Bible: Gospel from Luke 16:13* А рассматриваемые в философском дискурсе концепты VIRTUE / VICE реализуются в другом аспекте: *(9) A new philosophy generally means in practice the praise of some old vice. Gilbert K. Chesterton.*

В качестве примера рассмотрим употребление афористических высказываний в некоторых типах дискурса.

Особым институциональным типом дискурса является религиозный дискурс. Ценности религиозного общения сводятся к ценностям веры, таким как, например, признание Бога, понимание греха и добродетели, спасение души, ощущение чуда, соблюдение обрядов. Специфика рассматриваемого дискурса состоит в том, что если в других типах институционального общения ценности могут быть скрытыми, подразумеваемыми и выводимыми (с таким положением дел мы сталкиваемся, в частности, в деловом или научном дискурсе), то в религиозном общении суть дискурса состоит в открытом утверждении ценностей [Карасик 2004, с. 324].

Афористические высказывания характерны для этого типа дискурса, т.к. позволяют в запоминающейся, краткой форме доносить до адресата положения религиозных догм. Говоря о ценностях религиозного дискурса, следует обратить внимание на ключевой культурный концепт этого дискурса, каким является FAITH:

(10) Be faithful in small things because it is in them that your strength lies. Mother Teresa

(11) Faith is to believe what you do not see; the reward of this faith is to see what you believe. Saint Augustine

(12)Faith is a passionate intuition. William Wordsworth

(13) Atheism is rather in the life than in the heart of man. Francis Bacon

Большое количество религиозных афоризмов посвящено человеческим добродетелям и порокам. А в большинстве канонических текстов утверждается, что порочное поведение не угодно Богу, а добродетель, добрые поступки будут вознаграждены:

(14) It is more blessed to give than to receive The Bible: The Books of the Apostles 20:35

(15) Give, and it shall be given unto you The Bible: Gospel from Luke 6:38

Примечательно, что, рассуждая о религии, литераторы-создатели афоризмов руководствуются антропоцентрическим принципом, ставят во главу угла человека, его переживания и чувства:

(16) Religion is essentially the art and the theory of the remaking of man. Man is not a finished creation. Edmund Burke

(17) Let your religion be less of a theory and more of a love affair. Gilbert K. Chesterton

(18) We have just enough religion to make us hate, but not enough to make us love one another. Jonathan Swift

Несомненным своеобразием отличается презентация афористических высказываний в философском дискурсе. Философский дискурс объективирован в языковых структурах текстов, отражающих рефлексии по поводу философских проблем. Относительно уместности облачения философских размышлений в афористическую форму среди философов ведется полемика. Существует мнение, что афористическая форма дискурса неадекватна содержанию и целям собственно философского мышления. Отмечается, в частности, что такая форма выражения философских размышлений хотя и способствует яркости, чеканности мысли, однако она ограничена чувственностью, конкретностью образов. Эта неадекватность связана с краткостью афоризма, которая обуславливает ограниченность выраженного им содержания. Однако афористический стиль является эффективным пропагандистским средством на стадии трансляции новых идей, потому, что он обращен не только к мышлению, но и чувствам [Кротков 2001, с. 200]. Например, положения философии Гоббса о том, что все познание вырастает из ощущений, отчасти непосредственно, отчасти из воспоминаний о них, отражены в следующем высказывании: *(19) For after the object is removed or the eye shut, we still retain an image of the things seen, though more obscure than when we see it . . . Imagination, therefore, is nothing but decaying sense. Thomas Hobbes*

Проблемное поле значительного массива философских рассуждений образуют отношения между полями концептов MAN, TRUTH, SPIRIT, WISDOM:

(20) No pleasure is comparable to the standing upon the vantage-ground of Truth. Francis Bacon

(21)No man's error becomes his own Law; nor obliges him to persist in it. Thomas Hobbes

Наивысшей ценностью в философском дискурсе считается человеческий разум, определяющий бытие человека, его поступки, жизненные установки. Невежество, напротив, рассматривается в качестве порока:

(22) Knowledge and human power are synonymous, since the ignorance of the cause frustrates the effect. Francis Bacon

(23) The actions of men are the best interpreters of their thoughts. John Locke

(24) A weak mind is like a microscope, which magnifies trifling things, but cannot receive great ones. Lord Chesterfield

Таким образом, афоризм – это тип текста, обладающий специфическим когнитивным потенциалом, своеобразно реализующимся в различных дискурсах, что заслуживает дальнейшего детального изучения. В частности, представляет интерес изучение особенности организации концептосферы афоризма в других типах институциональных дискурсов, взаимопересечение полей концептов, вербальная презентация концептов в англоязычных афоризмах.

Литература

Аврорин В.А. Проблемы изучения функциональной стороны языка. – Л: Наука, 1975. – 275 с. *Артемова А.В.* Эмотивно-оценочная объективация концепта ЖЕНЩИНА в семантике ФЕ (на материале английской и русской фразеологии). /Автореферат. – Пятигорск, 2000. – 16 с. *Барсов С.Б.* На языке Шекспира. To be or not to be. Английские изречения. - М.: Центрполиграф, 2007. – 447 с. *Карасик В.И.*, Прохвачева О.Г., Зубкова Я.В., Грабарова Э.В. Иная ментальность. Волгоград: Перемена, 2004. – 356 с. *Карасик В.И.* Языковые ключи. – Волгоград: Парадикма, 2007. – 520 с. *Кротков Е.А.* Специфика философского дискурса: логико-эпистемичекие заметки. Вестник ВГУ. Серия 1. Гуманитарные науки, №1, 2001. – С. 193- 204. *Маслова В.А.* Когнитивная лингвистика: Учебное пособие. – Мн.: ТетраСистемс, 2004. –256 с. *Мартинюк А.П.* Перспективи дискурсивного напряму дослідження концептів. Вісник ХНУ ім. Каразіна, №837, 2009. – С. 14-18. *Приходько А.М.* Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332 с. *Федоренко Н.Т., Сокольская Л.И.* Афористика. – М. Наука, 1990. – 419с. The Oxford Dictionary of Phrase, Saying & Quotation. – Oxford University Press, 2002. – 846с.

АПАЛАТ Г.
(*Кіровоградський держ. пед. ун-т ім. В.Винниченка*)

СТРАТЕГІЯ ДЕМОНСТРАЦІЇ СТАВЛЕННЯ РЕСПОНДЕНТА ДО РЕПЛІКИ ІНТЕРВ'ЮЕРА В ТЕКСТАХ-ІНТЕРВ'Ю СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

Інтерес до вивчення певного типу тексту зумовлює необхідність виявити й описати його структурні, семантичні, прагматичні особливості та дискурсні характеристики. **Актуальність** теми визначається спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення тексту та дискурсу в комунікативно-прагматичному аспектах. Створення типології комунікативних стратегій і тактик респондента та інтер'єра дає змогу усвідомити природу мовленнєвої взаємодії учасників комунікації в інтерв'ю.

Мета статті розкрити специфіку взаємодії учасників комунікації в діалогічних текстах-інтерв'ю та описати комунікативні стратегії й тактики респондента. **Предметом** аналізу статті є комунікативно-прагматичні особливості в текстах-інтерв'ю сучасної англомовної преси.

Об'єктом дослідження слугували діалогічні тексти-інтерв'ю, надруковані в 90-х роках XX століття у Newsweek та People.

У текстах-інтерв'ю учасники комунікації переслідують свої явні (вербальні) і приховані комунікативні цілі, застосовуючи певні види комунікативних тактик, які є складовою частиною комунікативної стратегії мовця. Стратегія включає в себе планування побудови процесу мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію плану, тобто лінію