

•s'exercer à essayer de comprendre le «pourquoi et le pour quoi» des expressions non verbales, plutôt que de les juger.

La dimension non verbale de la communication interculturelle est fascinante et difficile. En effet, comme pour l'iceberg, nous n'en voyons que la partie visible, et sommes souvent peu conscient-e-s de la dimension invisible, qui donne du sens à la partie visible. Notre perception et interprétation du non verbal est donc souvent inexacte, basée sur nos propres valeurs et normes, et non pas sur celles de la personne avec qui nous interagissons.

BIBLIOGRAPHIE

1. Kerbrat-Orecchioni C. Les interactions verbales / Catherine Kerbrat-Orecchioni. – [Tome 3]. – P.: Armand Colin, 1994. – 347 p.

НАЦІОНАЛЬНО-МАРКОВАНІ МОВНІ ОДИНИЦІ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ КОГНІТИВНОЇ БАЗИ НІМЕЦЬКОГО НАРОДУ

А.В. Соломаха

кандидат філологічних наук,

Київський університет імені Бориса Грінченка

Когнітивний напрямок лінгвістичних досліджень кінця XX – початку XXI ст. спрямовує нас на вивчення концептів певної мови, таких як „русская душа”, „англійський гумор”, „німецький порядок“ тощо. Такі концепти назвають національно-маркованими або національно-специфічними – етноконцептам. Маючи у мові лексичні відповідності, вони утворюють у лексико-фразеологічній системі етнічної мови прошарок національно-маркованих мовних одиниць.

Виділяють дві якісно відмінні одна від одної групи мовних одиниць, породжених реаліями того фрагмента просторово-часового континуума, у якому сформувалася мовна свідомість того чи іншого етносу [1; 2, с.148]. Перша група національно-маркованих мовних одиниць безпосередньо

детермінується навколишнім середовищем і вербалізує явища природи та здобутки культури певного народу. У цій групі виділяють дві підгрупи, а саме:

1. Мовні одиниці, що вербалізували специфічні реалії, відсутні в інших мовах.

Так, *Pfennig* – найдавніша германська монета, що перебувала в обігу з X сторіччя. До введення загальноєвропейської валюти пфеніг був найменшою монетою Німеччини. Монетку в один пфеніг носили у гаманці як талісман на щастя. Назва монети з яскравим національним колоритом є складовою слів та фразеологізмів сучасної німецької мови, в яких віддзеркалюється національна специфіка цієї німецької реалії: *der Pfennigabsatz, der Pfennigfuchser, der Pfennigsucher, die Pfennigware, Peterspfennig, jeden Pfennig (dreimal) umdrehen, auf den Pfennig sehen, keinen Pfennig wert sein, ich gebe keinen Pfennig für etw., j-n, wer den Pfennig nicht ehrt, ist das Taler nicht wert*.

Цей вид мовних одиниць не має лексичних еквівалентів у інших мовах, оскільки не існує відповідностей на рівні концептів.

2. Мовні одиниці, якими вербалізовані неспецифічні реалії, але мають різні специфічні прототипи в різних мовах. Під *прототипом* ми розуміємо ідеальну мисленнєву репрезентацію певного концепту. Ми вважаємо обґрунтованим та доцільним використовувати поняття «прототип» у тих випадках, коли йдеться про певні матеріальні об'єкти. Прототипи таких об'єктів – це типові, ідеальні образи. В середині семантичного простору концепту конкретні представники тієї чи іншої предметної категорії розміщуються на певній відстані від ідеального образу, від так званого категоріального середнього, яким є прототип. Сукупність прототипів – об'єктів матеріального світу – утворює „прототипічний світ”, який значно простіший, ніж реальний матеріальний світ, проте є необхідним орієнтиром при вирішенні завдань ідентифікації об'єктів та їхнього найменування. Завдяки мові прототипи стають вербалізованими концептами та складовою національної мовної картини світу.

Якщо мовні одиниці першої підгрупи вербалізували національно-марковані концепти, які в інших мовах не мають еквівалентів ані на рівні лексичних корелятивів, ані на рівні прототипів, то мовні одиниці другої підгрупи є, на перший погляд, концептуальними універсальями, проте мають зовсім різні прототипи у представників різних народів. Інакше кажучи, у кожній мові (а відповідно, і в колективній мовній свідомості) певному універсальному концепту відповідає свій власний національно-специфічний образ цього концепту, про що носії інших мов можуть навіть і не здогадуватися. У цьому випадку є певна диспропорція: приблизна еквівалентність на рівні концептів і можлива абсолютна нееквівалентність на рівні образів-прототипів: люди говорять про однакові об'єкти, проте уявляють при цьому зовсім різне. Так, прототипічне уявлення реалії ліс – „*der Wald*” у представників російського та німецького етносів буде зовсім різним. Для німецького етносу прототиповим є образ букового або дубового лісів, які з давніх часів були природними пасовиськами для стад свиней, для яких головним кормом були жолуді та букові горішки. Для росіянина ж ліс асоціюється, у першу чергу, з березами, ялинками, соснами та з безмежними просторами тайги.

Семантизація другої підгрупи першої групи повинна або давати розширений коментар, або знайомити з наочними матеріалами.

Універсальні концепти можуть відрізнятися не лише прототиповими образами, але й зовсім різними конотаціями. На прикладі вербалізованої етнореалії *das Schwein* надзвичайно виразно проявляється відмінність образного мислення різних народів. „Свиня” в українській культурі є символом бруду, неохайності і викликає в українців негативні, неприємні емоції, тому вербалізація цього концепту має негативну конотацію: *підкласти свиню*; *розбиратися у чому-небудь, як свиня в апельсинах* тощо. В німецькомовному культурному просторі *das Schwein* – символ добробуту, тому й *jmd. hat Schwein* – комусь пощастило. Це конотативне значення покладено в основу низки мовних одиниць: *Sparschwein*; *das nenne ich Schwein!* *das frisst kein Schwein*; *da wird kein Schwein draus klug*; *das kann kein Schwein verstehen* тощо.

Отже, національно-специфічні прототипи та конотації універсальних концептів, вербалізовані мовними одиницями другої підгрупи, є складовою частиною когнітивної бази соціуму, об'єднаного загальною мовною свідомістю, без знання яких неможливо зрозуміти мовної картини світу певного народу.

На перший погляд, мовні одиниці першої групи видаються такими, які досить легко можуть бути засвоєні представниками іншої культури, оскільки їх специфіка пов'язана безпосередньо з екстралінгвістичними чинниками, які здаються очевидними і які досить легко виявити. Проте ця простота відносна, тому що для розуміння такої лексики необхідно детально ознайомитися з планом змісту цих мовних одиниць, тобто з референтами, які складають у своїй сукупності всю матеріальну культуру, а саме природні та рукотворні компоненти. Зважаючи на велику кількість інформації, це досить непросте завдання: необхідно знати природнокліматичні умови, в яких жив і живе етнос, мати чітке уявлення про його побут, традиції, звичаї, історію, суспільний устрій, соціально-економічний розвиток тощо.

Лексика та фразеологія другого типу не буде зрозумілою після ознайомлення з реаліями буття народу, оскільки ці мовні одиниці називають не конкретні предмети, а є позначенням досить абстрактних понять, розуміння яких ускладнене не відсутністю корелятивів у рідній мові, а навпаки – наявністю псевдо корелятивів, що лише ускладнює розуміння та спроби проникнути у зміст цих понять. Наприклад, німецькомовна людина, намагаючись за допомогою російсько-німецького словника перекласти слово „*воля*”, знайде ніби потрібний еквівалент *Freiheit*. Проте еквівалентом *Freiheit* є слово *свобода*, а не *воля*. Слово *воля* – типовий приклад лексики другого типу, яка фіксує поняття та уявлення, притаманні виключно національному менталітету носіїв певної мови. Концептуальні відмінності між словами і фразеологізмами такого типу та їхніми псевдокорелятами можуть бути виявлені та визначені лише залученням усього культурного контексту, з обов'язковим використанням так званих аксіом етнопсихології.

Отже, в лексико-фразеологічній системі німецької мови можна виокремити пласт національно-специфічної лексики та фразеології, який є невід'ємною частиною мовної картини світу німецького народу, у якому виділяються лексика та фразеологія першого типу на позначення національно-специфічних реалій буття німецького етносу і лексика та фразеологія на позначення концептуальних артефактів національної мовної свідомості, дослідження яких дасть можливість досягнути когнітивну базу німецького народу та глибше зрозуміти його мову.

Література:

1. Голубовская И. А. Этнические особенности языковых картин мира. – К.: Киевский университет, 2002. – 294 с.
2. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – М.: ЧеРо, 2003. – 349 с.

СУГЕСТИВНО-КОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ СПРИЙНЯТТЯ ОЗВУЧЕНОЇ КАЗКИ ДИТИНОЮ

Л.І. Тараненко

доцент, кандидат філологічних наук,

Національний технічний університет України «КПІ»

Результати вивчення багатьох аспектів функціонування казки як найбільш впливового явища у процесі набуття дитиною комунікативного досвіду висвітлено в лінгвістичних джерелах достатньою мірою. Проте питання сугестивно-когнітивного впливу, який безпосередньо зумовлює позитивні наслідки сприйняття казки дитиною, лишаються за межами розгляду лінгвістів. Тому метою нашої праці було обґрунтування когнітивної синергетичної моделі механізму сугестивного впливу озвученої казки на дитину.