

3. Смирницкий А.И. К вопросу о слове («проблема тождества слова») / А.И. Смирницкий // Труды Института языкознания. – 1954. – IV. – С. 71.
4. Виноградов В.В. Русский язык (Грамматическое учение о слове) / В.В. Виноградов. – М.: Высшая школа, 1972. – 614 с.

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

1. СУМ – Словник української мови: В 11 тт. – К.: Наукова думка. – 1970-1980.
2. СФУМ – Словник фразеологізмів української мови / Укладачі В.М. Білоноженко, І.С. Гнатюк та інші. – К.: Наукова думка, 2003. – 1096 с.
3. УК – газета «Урядовий кур'єр».
4. ФСУМ – Фразеологічний словник української мови / Укладачі: В.М. Білоноженко, В.О. Винник, І.С. Гнатюк та інші. – К.: Наукова думка, 1999. – К.1-2. – 980 с.

УДК 811' 111

Штангрет Г.З.
(Львів, Україна)

РОЛЬ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ У РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТУ MAN (на основі творів Джона Грея)

Стаття присвячена дослідженню образного компонента концепту MAN на основі виділення концептуальних метафор. Розглянуто трактування поняття метафори. Проаналізовано особливості функціонування метафори у творах науково-популярного жанру.

Ключові слова: *лінгвокультурологічний концепт, концепт MAN, концептуальна метафора.*

Статья посвящена исследованию образного компонента концепта MAN на основе выделения концептуальных метафор. Рассмотрены интерпретации понятия метафоры. Проанализированы особенности функционирования метафоры в произведениях научно-популярного жанра.

Ключевые слова: *лингвокультурологический концепт, концепт MAN, концептуальная метафора.*

The article deals with the figurative component of the concept MAN based on the selection of conceptual metaphors. The interpretation of the notion of metaphor is viewed. The peculiarities of the functioning of metaphor in popular-scientific works are analysed.

Key words: *lingvo-cultural concept, concept MAN, conceptual metaphor.*

Дослідження в руслі когнітивної парадигми вважаються одними із пріоритетних напрямків сучасної лінгвістики. Завдяки її антропоцентричному спрямуванню, відправно

точкою для різноманітності досліджень є людина, її спосіб мислення, взаємодія з іншими людьми і об'єктами навколишньої дійсності. Особлива увага приділяється дослідженню мовної картини світу, яка пов'язана з метафорою. Когнітивний підхід до вивчення метафори дає можливість розглядати її як відображення концептуального світу суб'єкта. Метафора приваблює вчених як лінгвістичний, так і ментальний феномен. Тому однією з найбільш важливих проблем сучасної антропоцентричної наукової парадигми є зв'язок мови та мислення.

Вивчення мовної картини світу здійснюється через аналіз концептів. Серед базових концептів, що існують в американській мовній картині світу, найбільш цікавими нам видаються концепти MAN та WOMAN, оскільки вони є актуальними для будь-якої культури в будь-який період часу. До того ж, із появою як нових авторів та їх художніх творів, так і виникненням нових жанрів тієї ж художньої літератури чи нових типів текстів (до прикладу, популярної психології, до якої ми відносимо аналізовані у даній статті твори за авторством Джона Грея) виникає потреба прослідкувати розвиток семантичного та когнітивного наповнення цих концептів, базових для будь-якої мовної та концептуальної картини світу, в чому і полягає **новизна роботи**.

Метою статті є виявлення специфіки концепту MAN через аналіз образного компонента його семантичної структури. **Предметом** дослідження даної статті є семантична структура метафор, що актуалізують досліджуваний концепт. **Об'єктом** дослідження виступає концепт MAN. **Матеріалом для дослідження** стали твори Джона Грея, автора, який створив новий підхід до старої проблеми взаємовідносин чоловіка та жінки.

За визначенням В.І.Карасика лінгвокультурний концепт є “умовною ментальною одиницею, спрямованою на комплексне вивчення мови, свідомості і культури” [1:77]. Дослідження лінгвокультурного концепту пов'язане із визначенням його семантичної структури, в якій в основному виділяють три складові: понятійну, образну і ціннісну [1:91]. У нашій статті ми зосередимося на образній складовій, що містить ознаки вторинної номінації, визначені невербальним компонентом, який можна відтворити лише описово. До образної складової входять когнітивні метафори, які підтримують концепт у мовній свідомості та власне перцептивний когнітивний образ, утворений сукупністю зорових, тактильних, смакових, звукових та нюхових образів [2:108]. Крім того, образний компонент концепту формують фразеологізми, прислів'я, паремії, ідіоматичні вирази, що виявляють його семантичне наповнення. Ще одною складовою образної структури концепту є порівняння – образні вираження, побудовані на зіставленні предметів, понять, станів, які мають певні спільні ознаки. Образній складовій лінгвокультурологічного концепту властиві такі характеристики, як емоційно-експресивна та символічна забарвленість. Базовою частиною концепту, на думку більшості дослідників, є понятійний компонент, який відображається в лексичних значеннях мовних одиниць, що його репрезентують. Образний компонент концепту фіксує когнітивні метафори і забезпечує функціонування цього явища у мовній свідомості [1: 9-10]. На думку Болдирева Н.Н., образна складова лінгвокультурологічного концепту – це характеристики предметів, явищ, подій, що відображені у нашій пам'яті і зберігаються у нашій свідомості у вигляді образів, символів [3:26]. Образність лінгвокультурного аспекту зумовлена його метафоричністю. Метафоричні моделі допомагають адресатам різних типів тексту не лише відтворити образ, але і виразити своє відношення до об'єкту чи явища.

Серед великої кількості існуючих теорій метафори найбільш поширеною є теорія концептуальної (когнітивної) метафори [4]. Для більшості людей, на думку Дж. Лакоффа і М. Джонсона, метафора – це засіб поетичного та риторичного вираження, який належить швидше до “неординарної” мови, ніж до сфери повсякденного спілкування. Метафора є пов’язаною як з мовою, так і з нашим мисленням та діями, є поширеною у буденному житті. Наша концептуальна система, в межах якої ми думаємо та виконуємо дії, є за своєю природою метафоричною [4:31]. У своїй роботі Е.МакКормак визначає метафору як пізнавальний процес, спосіб мислення [5:358-386]. Важливість метафори як засобу усвідомлення та створення подібності між дуже різними індивідами та класами об’єктів відзначає Н.Д. Арутюнова [6]. На думку З.Д. Попової, І.А. Стернина, когнітивні метафори в процесі когнітивної інтерпретації повинні бути сформульовані як певні змістові ознаки, що входять до структури концепту. Ці ознаки отримуються зі змісту метафори, переважно із базового порівняння, яке лягло в основу метафори [2:206-207].

Концептуальна метафора є когнітивною одиницею, що входить до складу мови. Створюючись у мовленні, вона стає невід’ємною складовою будь-якого тексту, в тому числі науково-популярного, призначеного для масового читача. Концептуальна метафора використовується для вербалізації понять, що не мають словесного вираження. Дж.Лакофф виділяє концептуальні метафори, тобто образні моделі, за допомогою яких ми структуруємо навколишній світ. Будь-яку сферу нашого життя можна представити як ряд картинок, які закладено у свідомості кожного. Таке ж явище відбувається у рамках твору, коли автор створює свій власний світ. Виділяючи образні моделі, на яких базується твір, можна змоделювати авторську концептосферу та зрозуміти ідею автора.

Дж. Лакофф і М. Джонсон пропонують наступну типологію концептуальних метафор, яка розділяє усі існуючі метафори на три основних типи: структурні метафори (одне поняття структурно впорядковується у термінах іншого), орієнтаційні метафори (створюють концепти через просторові поняття та відношення), онтологічні метафори (розкривають події, дії, емоції, ідеї тощо, як якусь істоту чи субстанцію) [4:35-49].

Концептуальна метафора найбільш повно відтворює особливості вербалізації концептів MAN та WOMAN. Концепт MAN реалізується у творах Дж.Грея за допомогою ряду концептуальних метафор, таких як MAN is a NOVICE, MAN is a WARRIOR, MAN is a PSYCHOLOGIST, MAN is a COMPUTER, MAN is a HERMIT, MAN is the SUN, MAN is a BLOW TORCH, MAN is a CREATOR, MAN is a WORKER, MAN is a SERVANT.

Концептуальна метафора MAN is a NOVICE характеризує молодого чоловіка як самозакоханого, зануреного у власний світ та несвідомого про потреби інших: *In a man's younger years, he is much more self-absorbed and unaware of the needs of others* (7). Виконання ролі сім’янина для чоловіків прирівнюється до управління великим реактивним літаком без будь-яких навиків *Many men did not have successful role models while they were growing up. For them staying in love, getting married, and having a family is as difficult as flying a jumbo jet without any training* (7).

Метафора MAN is a WARRIOR передає древній чоловічий інстинкт до воєнної звитяги: *Deep inside, every man wants to be his woman's hero or knight in shining armor* (7).

Метафорою MAN is a PSYCHOLOGIST передаються радше бажані для чоловіка якості, які не завжди присутні у їх характері, оскільки вимагають великих зусиль: *One of the big*

challenges for men is correctly to interpret and support a woman when she is talking about her feelings (7).

Отриману інформацію чоловік спочатку обдумує, мовчки формулює найбільш точну та корисну, на його думку, відповідь, а вже потім висловлює її. Подібний процес прослідковуємо й у роботі комп'ютера (звідси й метафора –MAN is a COMPUTER), який видає відповідь, лише після повної обробки інформації: *Men process information very differently. Before they talk or respond, they first silently “mull over” or think about what they have heard or experienced. Internally and silently they figure out the most correct or useful response. They first formulate it inside and then express it (7).*

Час від часу чоловіки потребують самотності (як фізичної, так і психологічної): MAN is a HERMIT. Для того, щоб переробити негативні почуття на позитивні, чоловік йде до своєї “печери”, де мовчки відбувається процес переробки-трансформації почуттів: *Men also need to process their negative feelings so that they can then experience their positive feelings. When a man goes into his cave is a time when he silently feels and processes his negative feelings (7).* Потреба у самотності пов'язана із чоловічим інгерентним почуттям незалежності, свободи. Звідси й виникає потреба чоловіка час від часу зануритись у свій власний світ та знову відчутти себе незалежним для того, щоб потім з новими силами присвятити себе сім'ї: *Men are like rubber bands. When they pull away, they can stretch only so far before they come springing back (7); If a man does not have the opportunity to pull away, he never gets a chance to feel his strong desire to be on his own (7); Men begin to feel their need for autonomy and independence after they have fulfilled their need for intimacy (7); If a man needs to pull away like a rubber band when he returns he will be back with a lot more love (7).*

Потребу усамітнення та відсторонення від усіх домашніх справ для того, щоб зняти напругу автор виражає через порівняння чоловіка з мисливцем стародавніх часів, який після довгого напруженого дня знімав стрес, сидючи на скелі та вдивляючись у горизонт. Сучасний чоловік для досягнення цієї мети сідає в улюблене крісло, читає або дивиться телевізор: *When a modern man comes home, quite commonly he sits in his favourite chair and either reads the newspaper or watches TV. Like the ancient hunter who needed to recover from the stress of his day, he instinctively finds his rock to sit on and begins gazing off into the horizon (8).*

Метафору MAN is the SUN у текстах Дж. Грея ми зустрічаємо експліцитно маркованою через порівняння: *Men are like the sun. Every morning, it rises with a big smile (9).*

Ще один випадок експліцитної маркованості через порівняння простежуємо у випадку із концептуальною метафорою MAN is a BLOW TORCH: *A man is biologically wired to become fully aroused very quickly, like a blow torch, while a woman is wired to become aroused slowly and gradually (9); Often a man will suddenly become physically attracted to a woman and then just as quickly lose interest. He is like a blowtorch that can heat up really fast and then turn off in an instant (10).* Додатковими елементами поверхневої реалізації цієї метафори виступають лексеми на позначення швидкості, миттєвості: *very quickly, suddenly, really fast, in an instant.*

Метафору MAN is a CREATOR реалізують порівняння чоловіка із митцем, музикантом: *Like an artist, he needs to be very familiar with the basic colors of sex and then experiment with how they combine to create a new work of art (10); Like a musician, he needs to know the basic notes and chord combination to create a beautiful piece of music (9).* Можна також провести паралелі із Творцем, який також є носієм чоловічого начала.

Ціннісні орієнтири чоловіків передаються метафорою *MAN is a WORKER*, у якій постає домінування суспільно-орієнтованої життєвої програми чоловіків над сімейно-орієнтованою: *Martians are primarily work-oriented. They value themselves on the basis of their ability to achieve results and success at work* (10).

Водночас бажання досягти успіху мотивоване прагненням догодити жінці, здійснити її бажання. Таким чином, порівняння чоловіків із магічним джинном, який виходить із пляшки, щоб виконати бажання жінки, експлікує метафору ширшої семантики *MAN is a SERVANT: A man is like a magic genie. He comes out of his bottle with the opportunity to fulfill a woman's every wish. He goes back into his bottle, however, when he gets the message that he can't succeed in making her happy. Instinctively he is most interested in being successful* (10).

Образний компонент концепту *MAN* реалізується й через одиниці ідіоматичного характеру: до прикладу, через порівняння із биком у магазині із посудом (в українському варіанті ідіому зустрічаємо натомість лексему «слон»): *A man doesn't instinctively understand manners on Venus. In some ways he is like a bull in a china shop, oblivious of the effect he is having. He doesn't realize that a woman will feel most supported and impressed when he listens with interest rather than talking about himself or giving advice* (10).

На протизвагу концептуальній метафорі *MAN IS A BLOW TORCH* автор у своєму творі експлікує образ жінки через порівняння її з піччю – *WOMAN IS AN OVEN*. Жінка порівнюється з піччю, яка повільно нагрівається і так само охолоджується. Йдеться про те, що жінка спочатку воліє дізнатися про сутність чоловіка, а вже потім може відчувати фізичну привабливість: *Women are like ovens. They slowly heat up and slowly cool off* (10); *Women are first attracted to some aspect of who a man is and not just his body. A woman first feels interested in getting to know a man, then she feels affection, and then she feels strong physical attraction and desire* (10).

Таким чином, розглянувши наведені вище приклади концептуальних метафор, що експлікують поняття *MAN* у творах Дж.Грея, можна зробити загальний висновок про те, що такі метафори є образними відбитками фрагментів ментального світу автора. Вони сприяють більш детальному дослідженню концепту, що розглядається.

Продовження вивчення особливостей вживання концептуальних метафор для комплексної характеристики концепту *MAN* у творах Дж.Грея, у перспективі дозволить визначити місце досліджуваного концепту у мовній картині світу та його співвідношення з концептом *WOMAN* в рамках образної складової.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс/В. Карасик – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
2. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика / З. Попова, И.Стернин – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
3. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика / Н.Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во ТГУ, 2000. – 123с.
4. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. – Chicago; London: The University of Chicago Press, 1980. – 242p.
5. МакКормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры: Сборник: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – С.358-386

6. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М., 1990. – С.5-32
7. John Gray. Men are from Mars, Women are from Venus. – Harper Collins Publisher, 2004. – 368p.
8. John Gray. Mars and Venus together forever. – Perennial Currents, 2005. – 262p.
9. John Gray. Mars and Venus in the Bedroom. – HarperPerennial, 1995. – 224p.
10. John Gray. Mars and Venus on a date. – Harper Collins Publisher, 1999. – 400p.

УДК 821.04.10

*Снітовська О.Й.
(Дрогобич, Україна)*

МЕТАЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

У статті виявлено та обґрунтовано метажанрові особливості інтелектуалізованої літератури: естетична рефлексія її суб'єкта щодо осмислення проблем літератури і мистецтва взагалі; когеренція індивідуальної свідомості суб'єкта інтелектуалізованої літератури та форм суспільної.

Ключові слова: інтелектуалізована література, генерика, метажанр, роман-парабола.

В статье выявлены и обоснованы метажанровые особенности интеллектуализированной литературы: эстетическая рефлексия ее субъекта по осмыслению проблем литературы и искусства вообще; когеренция индивидуального сознания субъекта интеллектуализированной литературы и форм общественной.

Ключевые слова: интеллектуализированная литература, генерика, метажанр, роман-парабола.

The author of the article identifies and elicits the metagenre features of intellectual literature: her individual's aesthetic reflection on the realizing the problems of literature and art on the whole; coherence of the peruliar subject's consciousness that belongs to the intellectual literature and public forms.

Keywords: intellectual literature, generic, metagenre, novel-parabola.

Встановлюючи художньо-стильові особливості інтелектуалізованих літературних творів, необхідно здійснити їх систематизацію за ознакою та на основі жанрової специфікації. Літературний жанр як усталений тип художньої творчості є одним із головних елементів систематизації літературних творів, який іноді отожднюють із терміном «літературний вид». Незважаючи на те, що жанр є головною категорією поетики, однак на сьогодні не існує обов'язкової єдиної теорії жанру. Кожна літературознавча школа