

13. Народні думи: [збірник / упоряд., автор передмови і приміток С.В. Мишанич]. – К.: Дніпро, 1986. – 173 с.
14. Прадід Ю.Ф. Юридична лінгвістика / Ю.Ф. Прадід // Мовознавство. – 2002. – № 4–5. – С. 21–25.
15. Правовий звичай як джерело українського права IX–XIX ст.: [наукове видання] / [І.Б. Усенко, В.Д. Бабкін, І.В. Музика та ін.]; відп. ред. І.Б. Усенко. – К.: Наукова думка, 2006. – 278 с.

*Svitlana Lavrynenko*

***Verbalization of law sense contours in ukrainian folk dumas***

*The article presents the study of the verbalization of sense contours of folk juridical informative texts related to Ukrainian heroic epic literature. The дума texts contain the system of ethnically determined indexations of primitive ideas in the spheres of natural, family, private and administrative law.*

*Key words: Ukrainian дума, folk juridical informativity.*

*Людмила Рудакова*

**МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

*У статті конкретизовано шляхи мовного вираження експліцитної соціокультурної інформації про країну, мова якої вивчається.*

*Ключові слова: соціокультурна компетенція, денотативні реалії, конотативні реалії, безеквівалентна лексика, конотативна лексика, ономастична лексика, аббревіатури, антропоніми, топоніми, «хрононіми», фразеологізми, алюзії, мовленнєві кліше.*

Глобальна мета навчання іноземної мови сьогодні – підготовка до адекватної інтеркомунікації, яка може бути забезпечена формуванням іншомовної комунікативної компетенції, тому особливої актуальності набуває формування соціокультурної компетенції. Зростає роль засвоєння не лише мовних та мовленнєвих знань, навичок і вмінь, а й соціокультурної інформації як знань про іншомовну культуру, відомостей про країну, мова якої вивчається, які підлягають засвоєнню та забезпечать діалог між культурами.

Формування соціокультурної компетенції буде ефективним за умови занурення тих, хто вивчає іноземну мову, в іншомовне мовленнєве і культурне середовище. Доцільність занурення в культуру, систему цінностей, світосприйняття та світорозуміння іншого народу при навчанні іноземної мови наголошена неодноразово багатьма вченими, зокрема: І. Л. Бім, Н. Ф. Бориско, Є. М. Верещагін, Г. Д. Гачев, І. В. Гюббенет, І. О. Зимня, Г. В. Колшанський, В. Г. Костомаров, О. М. Леонтьєв, В. А. Маслова, Ю. І. Пассов, О. Д. Райхштейн, В. Л. Скалкін, Л. П. Смелякова, О. Б. Тарнопольський, Г. Д. Томахін, L. Bloomfield, D. Brown, F. Debyser, J. van Dijk, C. Fries, R. Lado, R. Oxford, A. Reboullet, R. Scarcella, A. Wierzbicka тощо.

Багато аспектів формування соціокультурної компетенції, як складової комунікативної компетенції, яка передбачає володіння іноземною мовою як феноменом національної культури народу, мова якого вивчається, не розроблено належною мірою. Ми вбачаємо, що ліквідувати таку диспропорцію можливо за умови розвитку студентів-філологів як білінгвів, як вторинних мовних особистостей з притаманними їм лексиконом, тезаурусом і прагматиконом. Оскільки соціокультурна інформація про англomовний світ у процесі вивчення іноземної мови передусім виражена словесно, мета нашої статті – проаналізувати можливі шляхи її мовного вираження взагалі та в американському варіанті англійської мови зокрема.

Слово, що є основним носієм інформації, має лексичне значення, ядром якого виступає поняттєве концептуальне значення. Крім концептуального ядра, до складу значення слова входять додаткові, змінні значення – конотації та пресупозиції. Ця частина слова називається *лексичним фоном* або *культурним компонентом семантики*. Слова з культурним компонентом, обмежені рамками конкретної лінгвокультурної спільноти, культурою конкретного народу, складають *лексику з країнознавчим компонентом семантики* або є *словами з культурним компонентом* [3 – 8; 13 – 14; 17].

Соціокультурні явища та поняття іншого народу називаються реаліями [3; 11, с. 121–128; 13–14; 17–19]. Національні реалії бувають денотативними і конотативними.

Денотативні реалії позначають речі й явища, які не мають відповідностей в інших культурах та аналогічного лексичного значення в інших мовах. До них можна віднести українські *борці* і *вареники*, російські *валенки* та *самовар*, британські *pub* і *pudding*, іспанські *корида* і *тореадор*, французькі *одеколон* і *трубадур*, американські *skunk* – скус, який живе в Північній Америці, ссавець із дуже неприємним запахом, *Boswash* – ряд міст на північно-східному узбережжі Сполучених Штатів від Бостона (*Bos – ton*) до Вашингтона (*Wash – ington*).

Конотативні реалії – це речі та реальні явища, що відрізняються від аналогічних в іншій культурі своїм культурологічним та історичним фоном. Вони набули особливих додаткових значень, що мають культурно-історичні асоціації лише в певній культурі. Наприклад: *melting pot*; *Big Apple*; *witch-hunt*; *think tanks*; *brain factories*; *Gold Rush*; *yuppies = young urban professionals*; *western*; *carpet-baggers*; *white collar*; *pink collar*; *blue collar*; *smore = something more*.

Денотативні реалії відображують найбільш суттєве в національній культурі й позначені так званою безеквівалентною лексикою, яка в іноземній мові складає невеликий відсоток від загальної кількості лексичних одиниць. Безеквівалентна лексика не може бути перекладена та співвіднесена з конкретним словом в іншій мові [2; 3; 6 – 7; 12 – 13; 17]. Переклад безеквівалентних слів порушує узус, для нього характерні інформаційні втрати. З метою запобігання – вдаються до транслітерації або калькування, наприклад: *бандана*, *джинси*, *джип*, *одеколон*, *сомбреро*, *сандвіч*, *balalaika*, *babushka*, *bandura*, *samovar*.

Прикладами денотативних реалій, а отже й безеквівалентної лексики, в американському варіанті англійської мови є *banjo*, *bungalow*, *cent*, *dime*, *nickel*, *moccasins*, *tomahawk*, *wigwam*, *jeans*, *zucchini* тощо. Через унікальність реалії, безеквівалентні лексеми, важкі для розуміння. Проте, за твердженням І. В. Гюббенет, якщо їх включити до знайомого контексту (опис побуту, звичаїв та традицій), позначувані реалії легко розпізнаються, а отже легко пояснюються або коментуються [9 – 10]. Більшість таких реалій входить до різного роду словників і довідників. Наприклад, у словнику іншомовних слів знаходимо: *бунгало* – легка позаміська будівля з верандами, селянський будинок, переважно в Індії, Малайї; *банджо* – струнний щипковий музичний інструмент, створений на основі реконструкції народного інструменту американських негрів; *цент* – розмінна монета Канади, Голландії, Ліберії, Шрі-Ланка, США [15, с. 86].

Значну частину безеквівалентної лексики складає ономастична лексика – власні назви. Це лексичні одиниці (слова та словосполучення) однієї з мов, які не мають ані повних, ані часткових еквівалентів серед лексичних одиниць певної мови [2, с. 4; 14; 19]. До них відносять імена людей – антропоніми (*A. Lincoln*, *K. Vonnegut*, *B. Obama*), географічні найменування – топоніми (*Washington, D.C.*, *the USA*, *Harvard*, *Pearl Harbour*, *New England*), назви історичних подій – хрононіми (1492, *Boston Tea Party*, *the Civil War*, *D-Day*), а також назви організацій, закладів, газет, пароплавів, готелів тощо.

Крім ономастичної лексики, денотативні реалії позначаються скороченнями й абрєвіатурами. Як правило, абрєвіатури – це складні скорочення власних імен. Наприклад: *MIT – Massachusetts Institute of Technology* – один з найвідоміших політехнічних навчальних закладів Америки, політехнічний інститут у Массачусетсі; *Cal Tech – Institute of Technology in California* – політехнічний інститут у штаті Каліфорнія на західному узбережжі США (в Пасадені); *BBC – British Broadcasting Corporation*; *CIA – Central Intelligence Agency*; *CNN – Cable News Network*; *FBI – Federal Bureau of Investigation* тощо.

Крім загальноприйнятих абрєвіатур, включених до різних словників і довідників, існує значна кількість часткових скорочень, притаманних неофіційному мовленню та просторіччю. Наприклад: *Condo – condominium* (помешкання, житловий будинок, у якому окремі квартири викуповуються і належать різним власникам, пор. – кооперативний будинок); *Phys Ed – physical education lesson*, *P.T. – physical training lesson*; *Pencey Prep – Pencey Preparatory School* (тут – приватна школа закритого типу для хлопчиків з багатих родин).

Як показує лінгвосоціокультурний аналіз, в англійській мові, особливо в її американському варіанті скорочення й абрєвіатури вживаються частіше, ніж в українській або російській мовах. Прикладами є:

а) імена відомих осіб – антропоніми: *F.D.R. – Franklin Delano Roosevelt*;

*J.F.K. – John Fitzgerald Kennedy* – застосовується для позначення міжнародного аеропорту в Нью-Йорку. В Америці зазвичай широко вживають пестливі форми імен або середні імена (middle name) відомих діячів, у тому числі президентів: *Bill Clinton* замість *William Clinton*, *Jim*, *Jimmy Carter* замість *James Carter*, *Ronnie Reagan* замість *Ronald Reagan*;

б) назви міст, адміністративних одиниць – топоніми: *NYC – New York City*, *LA – Los Angeles*, *Washington, D.C. – District of Columbia*;

в) назви державних та воєнних закладів, різних фірм та компаній, суспільних та політичних організацій: *HR – House of Representatives* (палата представників в американському конгресі); *NASA – National Aeronautics and Space Administration* (Національне управління з аеронавтики та досліджень космічного простору США, НАСА); *PTA – Parent-Teacher Association / PTO – Parent-Teacher Organization* (асоціація батьків і вчителів, яка утворюється кожного року, пор. батьківський комітет);

г) назви агентств новин, теле- і радіокомпаній: *ABC – American Broadcasting Company*, *AP – Associated Press*, *CNN – Cable News Network*, *UPI – United Press International*, *VOA – Voice of America*;

д) назви навчальних закладів, реалій системи освіти: *Columbia – Columbia University in New York* (Колумбійський університет у Нью-Йорку); *IQ – Intelligence quotient* (коефіцієнт розумового розвитку, що встановлюється за допомогою спеціальних психологічних тестів);

е) назви закладів мистецтва: *The Met – Metropolitan Opera House* («Метрополітен-опера», найвідоміший оперний театр США, розташований у Нью-Йорку); *MOMA – Museum of Modern Art* (музей сучасного мистецтва у Нью-Йорку);

є) назви посад: *D.A. – district attorney* (прокурор округу);

ж) назви побутової апаратури, автомобілів: *VCR – video cassette recorder* (відеомагнітофон); *MG – midget* (спортивна машина);

з) назви свят, знаменних подій і дат: *D-Day – Disembarkation Day* (день «Д», день початку бойових дій, у даному випадку день висадки американських військ в Європі на узбережжі Нормандії у червні 1944 року).

Крім безеквівалентної лексики, соціокультурна інформація може бути передана конотативною (або фоновою) лексикою. До неї відносять слова, які мають схожі значення, проте відрізняються від еквівалентних іншомовних слів лексичним або конотативним фоном. Наприклад, в українській мові *хліб-сіль*, крім основного значення – їжа, має додаткові конотації та символізує гостинність, у російській *береза* – чистоту і ніжність. Розглянемо приклади з американського варіанту англійської мови: так, *dude ranch* позначає багаті ранчо у Сполучених Штатах, де відпочиває «золота молодь»; *Ivy League* – «Ліга плюща», неофіційне об'єднання людей, які навчалися в найстаріших і найпрестижніших університетах Америки – Гарварді, Йелі, Принстоні тощо, і вважають себе інтелектуальною елітою країни.

Значна кількість американської безеквівалентної лексики сьогодні перейшла в інші мови світу і набула в них нових конотацій. Наприклад, слово *бакси (bucks)* широко використовується у просторіччі для позначення не лише американських доларів, а й грошей взагалі; *банджо (banjo)* асоціюється з веселим народним гулянням або етнографічним ансамблем, який виконує мелодії аборигенів Північної Америки; *джинси (jeans)* означають популярний в усьому світі одяг.

Для надання особливого колориту розповіді або додаткових конотацій країнознавчим реаліям американські письменники іноді звертаються до реалій інших культур. Так, у романі Доктору «Регтайм» підкреслюється, що Сполучені Штати – країна іммігрантів, зокрема з Росії. У романі використовується слово «бабушка» – *babushka* у значенні *хустина, зав'язана під підборіддям*, для позначення жінок, які живуть у «російському» кварталі Нью-Йорку [14, с. 62].

Соціокультурна інформація глибоко закорінена у фразеологізмах. Фразеологізми мають великий національно-культурний потенціал завдяки своєму образно-асоціативному фоні, збагаченому культурно-історичними конотаціями та «етноситуативній вмотивованості внутрішньофразового контексту» [1; 16, с. 69 – 70; 18]. Наприклад: *Let the aces run their races* – дати дорогу «зіркам», надати можливість комусь діяти, як йому заманеться, не заважати; *Start at the bottom, inherit the top* – почни з простішої роботи, досягнеш усього, одержиш все; *Start big and you'll end big* – добрий початок справи може гарантувати успішне його завершення; *Personality always wins the day* – сильний, тобто особистість, завжди перемагає; *To get the whole pie* – добитися всього, дослівно – отримати весь пиріг; *To toss the quarter* – жеребкувати, зіграти в орлянку; *To whistle indoors* – свистіти у приміщенні – погана прикмета.

Національно-культурний елемент, виражений експліцитно та імпліцитно, не лише утворює фон фразеологічної єдності, а й є стрижнем смислового значення [1, с. 5]. Так, виникнення сталих виразів *let the aces run their races* і *start at the bottom, inherit the top* можна пояснити вірою американців у здійснення *рівних можливостей* та прагненням досягти *американської мрії*; у фразеологізмі *to toss the quarter* згадується американська реалія – розмінна монета у 25 центів. *The world is an oyster, but you don't crack it open on a mattress; start big and you'll end big; personality always wins the day; to get the whole pie* можуть означати поважне ставлення до ділових людей, несприйняття лінощів, бездіяльності; *To keep one's fingers crossed, to whistle indoors, to knock on wood (touch wood – Br.E)*

свідчить про певний вплив забобонів на повсякденну поведінку американців, котрі, на думку Г. Д. Томахіна, «вже ніхто не сприймає всерйоз, проте які все ж таки існують» [18, с. 65].

Найбільший соціокультурний потенціал, без сумніву, мають фразеологізми, до складу яких входять назви національних реалій та безеквівалентна лексика, наприклад: *another day, another dollar; sandwich-man; double Dutch; double-decker; Old Glory; Stars and Stripes; dime a dozen*. Наведені фразеологізми та сталі вирази доцільно систематизувати за характером реалій, з яких вони складаються, відповідно:

а) фразеологізми з антропонімами:

*Abraham Lincoln's sincere voice* – посилення на президента Лінкольна, відомого чесністю та невідкупністю; *as stupid as Nixon* – «дурний, як Ніксон» – натяк на Уотергейтський скандал;

б) фразеологізми з топонімами: *something from Missouri* – те, що потребує підтвердження, викликає недовіру; *Watergate* – Уотергейт, назва готелю у Вашингтоні, де у 70-і роки минулого століття знаходилася штаб-квартира демократичної партії США і де з відома президента Р. Ніксона були встановлені «жучки» для підслуховування; асоціюється з Уотергейтським скандалом. За аналогією використовується «новий Уотергейт» (*new Watergate*) – будь-який політичний скандал в США за участю високопоставлених осіб;

в) фразеологізми з безеквівалентною лексикою, назвами грошових одиниць: *Dollar for dollar* – долар у долар, стільки, скільки коштує річ; *to look like a million dollars* – дуже добре виглядати, на мільйон доларів, як мільйон доларів; *to make a fast / quick buck* – легко, без зайвих зусиль заробити гроші; *not worth a dime / not worth a red cent* (пор. – *not worth a farthing (Br)*) – мілкий, майже нічого не вартий, дуже дешевий; *to cost a pretty penny* – дуже дорогий, багато коштувати, обійтись у копійчку;

г) фразеологізми з етнографічними реаліями, притаманними Америці або ті, які асоціюються із цією країною: *to jazz something up* – підбадьорювати, діяти збуджуючи; *to make hamburger out of smth* – побити когось (частіше фігурально), подолати когось або щось; *to paddle one's own canoe* – займатися своїми справами, не заважати; *to play 'possum* – а) прикидатися хворим або мертвим; б) прикидатися тим, хто не розуміє або не знає про щось; в) обманювати когось; *to skunk one's opponent* – вигравати з легкістю, «висадити в суху».

За національно-культурним і образно-асоціативним потенціалом до фразеологізмів близькі афоризми (крилаті вирази) та алюзії. З усієї описаної в нашій статті соціокультурної інформації, афоризми й алюзії є найскладнішими для розпізнавання та розуміння, оскільки потребують від іншомовного читача неабиякої ерудованості та начитаності.

Прикладом відомої алюзії в американській літературі є назва повісті Д. Селінджера «Над прірвою у житті», запозичена з вірша Р. Бернса «Пробираючись крізь жито...» («*Coming thro' the rye*»). Пояснення вибору такої назви автор, Д. Селінджер, доручає головному герою – Холдену Колфілду, який розповідає молодшій сестрі про те, що йому хотілося б стати «ловцем дітей у житті», щоб застерегти, зберегти їх від нещирості та байдужості світу, в якому вони живуть. Назва повісті стає символом його прагнень.

Для американців характерне використання афористичних висловлювань відомих осіб, наприклад:

– президента Лінкольна *United we stand, divided we fall* – «В єдності наша сила» (з промови А. Лінкольна на захист об'єднання США перед громадянською війною);

– негра-священника, керівника боротьби за права негрів у Сполучених Штатах у середині ХХ століття Мартіна Лютера Кінга *Free at last* – «Нарешті вільні» та *I have a dream...* – «У мене є мрія...»;

– цитат з Біблії *No good deed goes unpunished* – «Жодне добре діло не залишається непокараним»;

– девіз Сполучених Штатів *E Pluribus Unum* (лат.) – *One from many* – «З багатьох єдність», символізує єдність країни, яка складається з багатьох різних штатів, людей різних рас, вірувань і національностей;

– державний гімн США, написаний Ф. Кейем *The Star-Spangled Banner* – «Зоряний прапор»;

– напис на деяких американських монетах *In God We Trust* – «Богу ми ввіряємо себе» та багато інших.

До експліцитної, вираженої мовними одиницями, соціокультурної інформації слід віднести мовленнєві кліше та формули мовленнєвого етикету, наприклад: *How'dy!, How come? (Why?), All hail!, How do you do?* тощо.

Отже, аналіз мовних засобів вираження соціокультурної інформації дозволяє зробити такі висновки. Експліцитна соціокультурна інформація називає денотативні та конотативні соціокультурні реалії. Денотативні реалії позначені безеквівалентною лексикою, суттєве місце в складі якої займають ономастична лексика та скорочення, часткові і повні (аббревіатури). Конотативні реалії виражені конотативною (фоновою) лексикою. Крім безеквівалентної та конотативної (фонової) лексики, соціокультурна інформація також широка репрезентована сталими виразами: фразеологізмами,

афоризмами, алюзіями та мовленнєвими кліше і формулами мовленнєвого етикету. Систематизацію експліцитної / мовної соціокультурної інформації представлено схемою на рис. 1.

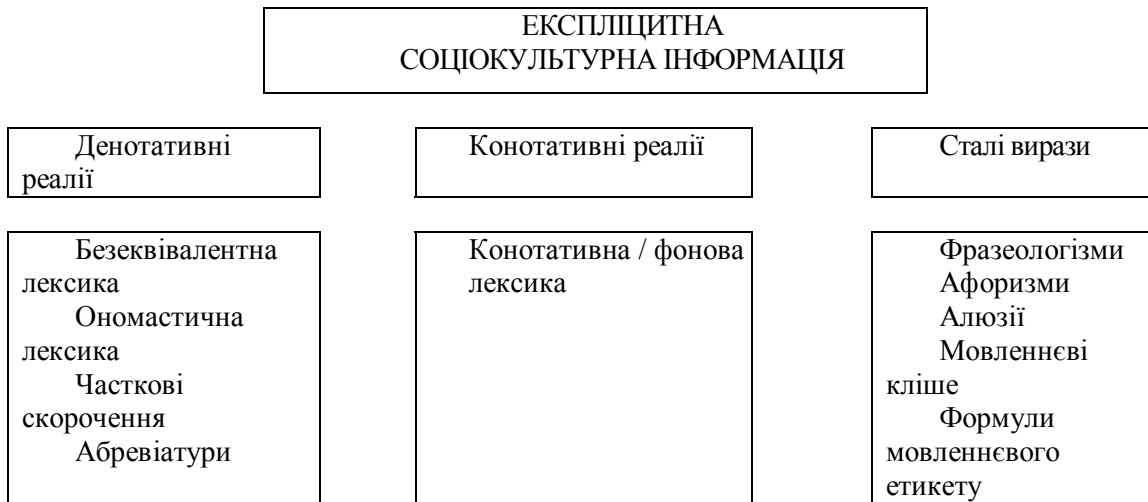


Рис. 1. Систематизація експліцитної соціокультурної інформації.

Володіння засобами мовного вираження соціокультурної інформації сприятиме розпізнаванню та адекватному використанню останньої під час інтеркомунікації. Відображена експліцитно соціокультурна інформація є важливою для формування лексики студентів-філологів. Вона є основою для подальшого формування тезаурусу вторинної мовної особистості. Перспективу дослідження вбачаємо у ґрунтовному аналізі імпліцитної соціокультурної інформації у складі лексем з ідіоетнічним ореолом.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ажнюк Б. Н. Лингвострановедческий аспект английских фразеологизмов : автореф. дис...канд. филол. наук : 10.02.04 / Б. Н. Ажнюк – К., 1984. – 24 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Бархударов Л. С. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. Вайсбурд М. Л. Реалии как элемент страноведения / М. Л. Вайсбурд // Русский язык за рубежом. – 1972. – № 3. – С. 98 – 100.
4. Верещагин Е. М. Об учебном лингвострановедческом словаре безэквивалентной лексики / Е. М. Верещагин, Костомаров В. Г. // Лингвострановедческий аспект преподавания русского языка иностранцам / Под ред. Е. М. Верещагина и В. Г. Костомарова. – М.: Изд-во МГУ, 1974. – С. 79 – 109.
5. Винокур Т. Г. Русский язык в его функционировании: Коммуникативно-прагматический аспект / Т. Г. Винокур, М. Я. Гловинская и др. – М.: Русский язык, 1993. – 58 с.
6. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин / Под ред. В. Россельса. – М.: Международные отношения, 1980. – 352 с.
7. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1986. – 152 с.
8. Волошина А. В. Безэквивалентна і фонова лексика у східнослов'янських мовах : Дис... канд. філол. наук: 10.02.17 / А. В. Волошина – Кіровоград, 2001. – 195 с.
9. Гюббенет И. В. К проблеме понимания литературно-художественного текста / Гюббенет И. В. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – 109 с.
10. Гюббенет И.В. Основы филологической интерпретации литературно- художественного текста / Гюббенет И. В. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 206 с.
11. Журавлева Л.С. О работе с художественными произведениями в процессе обучения языку / Л. С. Журавлева, М. Д. Зиновьева // Современное состояние и проблемы изучения и преподавания русского языка и литературы: Доклады советской делегации на 5-ом международном конгрессе преподавателей русского языка и литературы. – М.: Русский язык, 1982. – С. 121 – 128.
12. Рудакова Л. П. Засвоєння соціокультурної інформації у процесі читання художньої літератури у мовному вузі / Л. П. Рудакова // Іноземні мови. – 1996. – № 2. – С. 27 – 29.
13. Рудакова Л. П. Поняття про соціокультурну інформацію / Л. П. Рудакова // Актуальні проблеми вивчення мови, мовлення і перекладу: Вісник Київського державного лінгвістичного університету. Дослідження молодих вчених. Серія «Філологія». – Вип.2. / Відп. ред. І. В. Корунець. – К. : Вид. центр Київського держ. лінгв. ун-ту, 1997. – С. 131 – 137.

14. Рудакова Л. П. Навчання студентів розуміння соціокультурної інформації при читанні англомовної художньої літератури у вищих мовних навчальних закладах : дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія та методика навчання : германські мови» / Рудакова Л. П. – К., 2004. – 255 с.
15. Словник іншомовних слів. – К.: Українська енциклопедія, 1977. – 775 с.
16. Телия В. Н. Культурологический компонент фразеологии (к проблеме культурно-национального миропонимания) / В. Н. Телия // Вторая междунар. конф. «Язык и культура» : Тезисы. Ч. 1. – К. : КИМО, 1993. – С. 69 – 70.
17. Томахин Г. Д. Лексика с культурным компонентом значения / Томахин Г. Д. // Иностранные языки в школе. – 1980. – № 6. – С. 47 – 50.
18. Томахин Г. Д. Реалии в культуре и языке / Томахин Г. Д. // Иностранные языки в школе. – 1981. – № 1. – С. 64 – 69.
19. Томахин Г. Д. Америка через американизмы / Томахин Г. Д. – М. : Высшая школа, 1992. – 256 с.

*Lydmila Rudakova*

***Language Means of Socio-Cultural Information Expressing***

*The article touches upon the ways of expressing explicit socio-cultural information.*

*Key words: socio-cultural competence, denotative realia, connotative realia, non-equivalent words, words with connotations, proper names, abbreviations, personal names, geographic names, historic data, idioms, allusions, clichés.*

*Олена Кулик*

**ПОНЯТТЯ МОВНОГО ЗНАКА В ЛІНГВІСТИЧНІЙ ТРАДИЦІЇ**

*У статті зроблено спробу узагальнити результати лінгвістичних досліджень стосовно проблеми мовного знака. Авторка посилається на позиції різних дослідників (М. Іванович, В. Русанівського, О. Селіванової, В. Чапленка та ін.) у трактуванні конкретних питань щодо передачі інформації мовними знаками.*

*Ключові слова: мовний знак, структура знака.*

Проблема значення мовного знака залишається в лінгвістиці питанням дискусійним і є предметом дослідження багатьох науковців, але однозначного та загальноприйнятого визначення категорії значення мовного знака не існує й на сьогодні. Об'єктивною причиною є глобальність поняття *значення*, що ґрунтується на невичерпності та постійних змінах як зовнішнього світу, так і людської свідомості, а суб'єктивною – те, що проблема значення може розглядатися з різних точок зору й вирішуватися різними способами.

Протягом останніх десятиліть лінгвістичні дослідження зазнали значних змін, які розширили й без того досить просторі горизонти мовознавства. Окремі науковці (Р. Карнап, Л. Блумфільд, В. Панфілов, В. Солнцев, А. Лосєв, О. Мельничук, З. Попова) наголошували на односторонньому характері мовного знака та на невключеності значення до структури знака. Ф. де Соссюр, Р. Якобсон, Ю. Степанов, В. Звегінцев, В. Кодухов, М. Кочерган, А. Уфїмцева розглядають знак як двостороннє утворення, тому що знак без значення втрачає смисл.

Стрижневим у нашій статті є теза про єдність мови і мовлення, що дає можливість звернутися до розгляду знака не тільки як елемента мовної системи, але і як знака актуалізованого, тобто як комунікативної одиниці мови в її мовленнєвому використанні.

У цій роботі ми спробуємо проаналізувати та узагальнити думки окремих науковців, перш за все зосередившись на спільному парадигматичному бутті мовних знаків у системі людської комунікації, на їхньому семіотичному статусі.

Мова виникла з тих звуків, які людина, маючи мовний апарат, спочатку мимоволі видавала у зв'язку з якимись переживаннями. Коли людина відчувала біль, радість, здивування, то вона це виявляла рухами рук, голови (так виникла мова жестів) або ж рухами мовних органів, які мимоволі утворювали звуки. Пізніше з цими несвідомими (рефлекторними) звуками людина почала пов'язувати уявлення про певні явища й речі – так утворилися мовні знаки. Таким чином, мова давніх людей складалася із звукових комплексів, у яких фонологічну роль відігравало місце артикуляції звука та його відносна висота. Розвиток фонетичної будови мови йшов у напрямку розмежування голосних та приголосних звуків, становлення голосних різного ступеня підняття та ряду, оволодіння середньоязиковою, передньоязиковою артикуляцією. Слів було небагато, і вони означали сукупність