

У рекламі використовуються різноманітні мовленнєві тактики, які створюють імпліцитну семантику та прагматику рекламного слогана. Серед основних мовленнєвих тактик можна виділити такі прийоми, як: **алюзія** – один з ефективних прийомів реклами, який полягає у використанні відомих аудиторії фрагментів культури з певною конотацією. Слоган страхової компанії UFA *In size we trust* (NW, June 43, 2010) є алюзією на відому фразу *In God we Trust*.

Часто використовують **апеляцію** до образу, який близький споживачу, або який має схожість чи зв'язок з предметом, що рекламується. Іноді, у якості окремого прийому застосовується **афіляція** – прирахування себе до певної соціальної групи з більш високим соціальним статусом через володіння предметом реклами. При цьому використовуються образи відомих людей, які користуються даним продуктом чи послугою. Наприклад: *Vivienne has a finger on the pulse. Just like us* (The Economist, Oct.41, 2010). У цьому слогані компанії DHL (кур'єрська служба) використаний образ відомої дизайнерки Бів'єн Вествуд, яка також користується послугами даної компанії. Ще одна мовленнєва тактика – **звернення до уяви**, мрії, уявлення споживача з метою введення ідеї у незвичайну форму, перехід в менш раціональну і критичну область.

Тож, у якості **висновку** зазначимо, що слоганом виступає лаконічна фраза, що має прагматичну мету постійно викликати позитивні розумові стереотипи, і не стільки інформувати, скільки переконувати споживачів/користувачів товару чи послуги, а також легко запам'ятовується і виражає концепцію торгової марки. Слоган може бути як автономним різновидом рекламного тексту, так і виконувати функцію основного компоненту рекламного тексту. Основними характеристиками слогана є лаконічність, виразність, доказовість. Метою слогана є виклик у споживача певних асоціацій, які спонукатимуть його до подальших дій. Основною функцією слогана є те, що він «будує місток» між компанією виробником і суспільством. Для досягнення цієї мети при створенні сучасних рекламних слоганів використовується цілий арсенал засобів і прийомів усіх мовних рівнів: графічного, лексичного, граматичного, і синтаксичного. А також мовленнєві тактики (алюзія, афіляція, звернення до уяви), які створюють імпліцитну семантику і прагматику рекламного слогана. **Перспективним** вважаємо комплексне вивчення вербальних і невербальних засобів при утворенні англійських рекламних текстів взагалі і слоганів зокрема.

Література

Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. - Киев, 1997. -300с. Горячев А.А. Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2010. - 20с. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы. – М.: Смысл, 1995. – 71с. Моцьева С.В. Способы достижения экспрессивности в рекламном тексте: языковые и неязыковые выразительные средства. Учебное пособие. Иваново, 2002. - 109с. Радуга А.И. Типология та лінгвостилістичні особливості функціонування ділової реклами (на матеріалі англійської рекламної продукції): Автореф. дис. канд. філолог. наук: Спец. 10.02.04 / Алла Іванівна Радуга Запоріжжя, 2004. – 22с. Сенічева О.А. Имплицитное выражение внутренней речи в рекламном дискурсе // Нова філологія: Зб. наук. праць. – Вип. 3 (23). – Запоріжжя: ЗНУ, 2005. – С. 398-407. Сибатров В.Е. Лингвистические особенности испанской рекламы на радио: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.05 / Российский университет дружбы народов. – Москва, 2010.- 20с. Тулунов В.В. Теория и практика рекламы. – СПб. : Изд-во В. А. Михайлова, 2006. – 528 с. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. - СПб.: Питер, 2000.- 384с. Webster's Third New International Dictionary of the English Language Unabridged. – [Ed. By Gove P. B.] – Springfield: Merriam Webster Inc., Publishers, 1981. – 2663 p.

МАСЛОВ С.О.

НАИМЕНОВАНИЕ РЕЛЬЕФА МЕСТНОСТИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД

В статье рассматриваются англоязычные наименования рельефа местности в свете лингвокогнитивного подхода. Продемонстрирована базовая когнитивная модель с использованием концептов *пространство, рельеф и горный рельеф*, показано ее возможное вербальное наполнение.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, лингвокогнитивный подход, концепт, рельеф местности.

Маслов С.О. Найменування рельєфу місцевості в англійській мові: лінгвокогнітивний підхід. У статті розглядаються англійські найменування рельєфу місцевості у світлі лінгвокогнітивного підходу. Продемонстрована базова когнітивна модель з використанням концептів *простір, рельєф та гірський рельєф*, показано її можливе вербальне наповнення.

Ключові слова: когнітивна лінгвістика, лінгвокогнітивний підхід, концепт, рельєф місцевості.

Maslov S.O. Naming unit of relief in the English language: linguocognitive approach. This article covers naming units of relief in English language through linguocognitive approach. The base cognitive model is demonstrated with usage of concepts *space, relief and mountain relief*, its possible filling is shown up.

Key words: cognitive linguistics, linguocognitive approach, concept, relief.

Ориентация современной лингвистики на языковую личность обуславливает актуальность лингвокогнитивных исследований. Предметом исследования когнитивной лингвистики являются значения языковых единиц, объективирующих тот или иной концепт, а конечной целью – реконструкция (моделирование) концепта как мыслительной единицы по данным языкам. При когнитивной интерпретации результатов описания семантики языковых единиц – языковые данные переходят в когнитивные, что позволяет проводить операцию моделирования концепта. Изучение значений слов, номинирующих тот или иной концепт, открывает возможность определять содержание концепта как мыслительной единицы. Такое моделирование является лингвокогнитивным описанием концепта как мыслительной единицы, и позволяет описывать когнитивный феномен концепта лингвистическими методами. Однако, следует отметить, что при лингвокогнитивном подходе, описываются только когнитивные признаки концепта, нашедшие объективацию в языке. Но в концепте есть и неактуализированные языковыми средствами признаки, которые остаются незамеченными при данном подходе.

Таким образом, при лингвокогнитивном подходе анализируются концепты, а понятие – концепт, неразрывно связано с процессом концептуализации. И.А.Стернин под концептуализацией понимает процесс идентификации искомого за счет выявления признаков, то есть основной способ постижения человеком окружающего мира заключается в постижении его фрагментов путем членения и установления тождества между отдельными компонентами [Стернин 2009, с.44-51]. При этом выделяют языковую картину мира, которая является основой словесной концептуализации совокупности знаний человека о мире [Манакин 2004, с.44].

Е.В.Добровольская, под концептуализацией понимает становление сложного, многокомпонентного феномена в результате обобщения человеческого опыта и его функционирования в языковой картине мира [Добровольская 2005].

По мнению А.Д.Шмелева, языковая концептуализация мира некоторого языка – это система представлений, входящих в значение языковых единиц данного языка [Шмелев 2009].

Итак, под языковой концептуализацией мы понимаем такой способ организации мыслительной деятельности индивида, при котором вырабатывается концептуальная модель окружающей действительности, создающая общее понимание целостности представлений о мире.

Приведенные выше определения созвучны с мнением Е.А.Селивановой; автор считает, что обязательным условием для анализа концепта, является построение базовой когнитивной модели, которая бы организовывала диффузные и размытые описания концептов и соотносила их с реальной познавательной деятельностью человеческого сознания и ее результатами [Селиванова 2009, с.103-109].

В настоящий момент разрабатываются две когнитивные модели: Андерсона и Ньюэлла. Они предназначены для процесса нахождения сходства между элементами и их отношениями в разных областях знаний [Величковский 2006, с.69-76].

Таким образом, под базовой когнитивной моделью мы будем понимать такую модель, которая организовывает общее, первичное представление об изучаемых концептах и их отношениях.

Задачей нашей статьи является составление номенклатуры наименований горного рельефа местности в английском языке, определение понятия *mountain* и обоснование его концептуальной ценности. Актуальность работы обусловлена интересом современного языкознания к проблеме отражения в языке основных концептов национальной концептосферы, и тенденцией исследования лексики в лингвокультурологическом и лингвокогнитивном аспекте.

Объектом статьи являются англоязычные наименования рельефа местности. Предметом изучения данной статьи являются свойства англоязычных наименований рельефа местности, выявляемые благодаря использованию лингвокогнитивного подхода. Для разработки классификации наименований горного рельефа мы опирались на данные следующих географических справочников: Н.В. Башенина “Формирование современного рельефа земной поверхности” и Ю.В.Гранильщикова “Чегем. Твибер. Безенги.”.

Антропогенные горные формы рельефа (т.е. формы рельефа созданные человеком) организованы в статье в отдельную группу. Следующая группа, а именно «Переходные горные формы рельефа», также организована в отдельную группу. Вошедшие в нее лексемы не подвергались классификации в физической географии, однако с точки зрения лингвистики они представляют значимый фрагмент, заслуживающий особого внимания. Следующие две группы, находящиеся в отношениях противопоставления, это «Положительные горные формы рельефа» и «Отрицательные горные формы рельефа».

Лексемы группы «Горные пути», такие как *mountain-pass*, *saddle*, обозначают места возможных переходов через горную гряду. А подразделение на две дополнительных подгруппы показывает особенности внутренней формы данных слов: в первом случае используется мотивировка образа действия, которое необходимо совершить: *mountain-pass*, то есть перевалить. Во втором случае внутренняя форма слова указывает на внешний вид рельефа: *saddle*, то есть напоминающий форму седла.

«Гравитационные горные формы рельефа» выделены в отдельную подгруппу по принципу происхождения, а именно, под воздействием гравитационного поля земли.

Таким образом, наша схема представляет собой базовую когнитивную модель, которая организует общее, первичное представление о концепте рельеф. При разработке данной модели мы опирались на два критерия. Первый – высота над окружающей поверхностью, второй – происхождение. Схематично данную модель можно представить следующим образом:



Схема 1.

Наполнение разработанной нами схемы может быть представлено следующим образом:

- Антропогенные горные формы рельефа: barrow, mound, grave, dike, rock garden, earthen wall, tomb, dukeway, helter-skelter.

- Переходные горные формы рельефа: brae, slope, cliff, foot, bottom, brow, edge, break, fracture, sharp bend, border, verge, brink, side, facet, cut, derangement, hillside, inclination, summit, top, apex, vertex, junction, flight, spur.

- Положительные горные формы рельефа:

Собственно горы: mountain, mount, mesa, volcano, plateau, tableland, wold, table mountain, chine, ridge, chain, range, sierra, hill, fell, tor, rock, hillock, hummock, knoll, hump, loftiness, lea, crag, block, boulder, highland, upland, massif, down, moorland, rolling countryside, iceberg, spire, peak, crest.

Гравитационные: blockage, obstruction, fall, pile-lading, heap, pile.

Отрицательные горные формы рельефа:

Горные пространственные интервалы: crack, flew, rift, chap, fissure, crevice, cleft, split, cranny, chink, slit, gap, cavity, breach, break, abyss, chasm, groove, gutter, trough, chute, ditch, chine, ravine, gorge, gulch, dell, canyon, narrow, shallow gully, hollow, precipice, gulf, gully, furrow, crater, crater mouth.

Горные пути:

Образа действия: passage-way, mountain-pass, pass, crossing, passage, gangway, aisle, entrance.

По внешнему виду: saddle, gate, gateway, saddleback, arch.

Внутренние: cave, cavern, grotto, gallery.

Отбор лексем для схемы, осуществлялся на основании анализа статей толковых словарей и географических справочников. Количественный анализ показал наличие более 130 лексем. Из них около 100 (77%) входят в синонимический ряд лексемы mountain, или имеют в своем толковании слово *mountain*. Опираясь на цифровые такие показатели, можно сказать, что лексема mountain, является синонимической доминантой синонимического ряда «горный рельеф», и может также рассматриваться как концепт.

Таким образом, мы составили и проанализировали исходную когнитивную модель части языковой картины мира – рельеф и горный рельеф, наполнили данную модель языковыми единицами, и выдвинули положение о том, что лексема mountain может рассматриваться в качестве концепта, дальнейшее исследование которого представляется перспективным, поскольку оно позволит проследить основы формирования современного мировосприятия человека.

Література

Башенина Н.В. Формирование современного рельефа земной поверхности. "Высшая школа", 1967. – 388с. Величковский Б.М. Когнитивная наука: Основы психологии познания: в 2 т. – Т.1 – М.: Смысл: Издательский центр "Академия". 2006. – С.69-76. Гранильщиков Ю.В. Чегем. Твибер. Безенги. Изд. "Физкультура и спорт", Москва. 1986.(4 экз.). Добровольская Е.В. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидат филологических наук "Концептуализация семьи русской языковой картине мира", Томск 2005. Манакин В.Н. Сопоставительная лексикология. – К.: Знання, 2004 – С.44. Селиванова Е.А. Концептуальный анализ: проблема модели. Серия "Славянский мир" Новое в славянской филологии. В.4. Севастополь. Рибэст 2009. – С.103-109. Стернин И.А. Когнитивная интерпретация в лингвокогнитивных исследованиях. Серия "Концептуальные исследования". Введение в когнитивную лингвистику. В.4. Севастополь. Рибэст 2009. – С.44-51. Шмелев А.Д. М.: Школа "Учительская газета". 2009. Март. Roget's international Thesaurus, 4 edition. Crowell Harper and Row. 1317p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thesaurus.com/browse/>. Roget's Thesaurus.

МУДРАК Я.В.

(Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника)

ЛІНГВО-КОГНІТИВНИЙ АНАЛІЗ РЕЧЕНЬ З ПРЕДИКАТАМИ ЗНАННЯ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Стаття присвячена лінгво-когнітивному аналізу речень з предикатами знання в англійській мові. Оскільки речення з предикатами знання співвідносяться з концептом *знання*, конкретизуючи його реалізацію на мовному рівні, виникла потреба визначення *знання* в лінгвістиці. Аналіз речень з предикатами знання здійснений на концептуальному і мовному рівнях.

Ключові слова: когнітивна лінгвістика, концепт знання, предикати знання.

Мудрак Я.В. Лингво-когнитивный анализ предложений с предикатами знания в английском языке. Статья посвящена лингво-когнитивному анализу предложений с предикатами знания в английском языке. Поскольку предложения с предикатами знания соотносятся с концептом *знание*, конкретизируя его реализацию на языковом уровне, возникла необходимость определения *знания* в лингвистике. Анализ предложений с предикатами знания проведен на концептуальном и языковом уровнях.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, концепт знание, предикаты знания.

Yana V. Mudrak Linguistic-cognitive analysis of the sentences with predices of knowledge in English language. The article is devoted to linguistic-cognitive analysis of the sentences with predicates of knowledge in English. As sentences with predicates of knowledge correlate with concept of *knowledge* concretizing its realization on language level, the necessity of *knowledge* determination in linguistics has arisen. The analysis of the sentences with predicates of knowledge was made on language and conceptual levels.

Key words: cognitive linguistics, concept of knowledge, with predicates of knowledge.

Методологічну основу та теоретичну базу сучасних лінгвістичних досліджень становлять положення філософії мови, що визначають принципи концептуалізації дійсності, об'єм та межі лінгвістичної онтології і постулати когнітивної лінгвістики, в рамках якої мова розглядається як механізм та інструмент смислотворення та репрезентації уявлень і знань людини про світ. Мовні одиниці розглядають у взаємодії з іншими когнітивними процесами – мисленням, знанням, пам'яттю, емоціями, уявою тощо, а мову розуміють як вторинну об'єктивовану форму існування свідомості, що відображає не дійсність, а концептуалізовану картину в свідомості людини. Мова як спосіб реалізації пізнавальної діяльності людини виражає у своїй системі і структурі складний досвід пізнання людиною реальності.

Дослідження представників когнітивної лінгвістики спрямовані на виявлення і аналіз закономірностей виникнення і механізмів знань про світ у свідомості людини, намагаючись "дати мовним фактам і категоріям психологічне пояснення і так чи інакше співвіднести мовні форми з їх ментальними репрезентаціями і з тим досвідом, які вони як структури відображають" [Кубрякова 2001, с. 9].

У рамках когнітивного підходу функціонування мови розглядається як різновид когнітивної (пізнавальної) діяльності, а когнітивні механізми та структури людської свідомості досліджуються через мовні явища [Штерн 1998, с. 169–173], тобто предметом когнітивної лінгвістики є ментальні основи розуміння і продукування мови з точки зору того, які структури мовного знання репрезентовані і беруть участь в переробці інформації. Мова, отож, є своєрідним когнітивним механізмом, задіяним у репрезентації (кодуванні) та передачі інформації.

Звернення до когнітивної лінгвістики пов'язане з необхідністю дослідження низки різноманітних проблем, що стосуються роботи свідомості і створення ментальних моделей світу, широкого спектра ментальних, психологічних процесів, інтелекту і розуму, влаштування систем, що забезпечують різного роду когнітивні чи мисленнєві акти. Тобто предметом безпосереднього дослідження когнітивної лінгвістики є знання і пізнання. Мова – основна тема когнітивної науки, оскільки мова відображає пізнання, виступаючи основним засобом експлікації думки, вивчення мови – це опосередковане вивчення пізнання, саме мова забезпечує доступ до свідомості, хоча і не всі структури свідомості чи результати мисленнєвої діяльності є вербалізованими.