

## КОНЦЕПТУАЛЬНО-ЛОГІЧНА СИСТЕМНІСТЬ АНГЛІЙСЬКИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТЕРМІНІВ

У статті розглядаються лінгвокультурні концепти, складові концептосфери сільського господарства, що формують концептуальний простір, в рамках якого здійснюється міжкультурна взаємодія всіх учасників міжнародної сільськогосподарської діяльності в сучасних умовах глобалізованого світу.

*Ключові слова:* концепт, концептосфера, концептуальний простір, міжкультурна комунікація, міжнародний агробізнес, терміносистема.

**Помигуєва Л.П. Концептуально-логическая системность английских сельскохозяйственных терминов.** Статья посвящена рассмотрению лингвокультурных концептов, составляющих концептосферу международного сельского хозяйства и формирующих концептуальное пространство, в рамках которого осуществляется межкультурное взаимодействие всех участников международной сельскохозяйственной деятельности в современных условиях глобализирующегося мира.

*Ключевые слова:* концепт, концептосфера, концептуальное пространство, межкультурная коммуникация, международный туризм, терминсистема.

**Pomiguyeva L.P. English Agricultural Terms Conceptual and Logical System.** The article deals with lingua-cultural concepts that make up the conceptual sphere of international agriculture and form the conceptual space within which the intercultural interaction of all the participants of international agriculture activities takes place in the modern conditions of the globalizing world.

*Keywords:* concept, conceptual sphere, conceptual space, intercultural communication, international agriculture, terminology system.

Сільське господарство продовжує нестримно розширювати і укріплювати свої позиції як система міжнародних агрозв'язків і комунікацій, великомасштабна індустрія, і в цілому як транснаціональне за своєю природою явище. Міжнародний агробізнес мотивований пошуком міжлюдських контактів по всьому світу для обміну досвідом, як динамічна форма буття він може сприяти або перешкоджати обмінам досвіду, унаслідок чого вивчення сільського господарства як форми комунікації, а агропростору як концептуального простору, вимагає глибоких і різносторонніх досліджень.

**Актуальність** дослідження полягає у необхідності багатоаспектного аналізу термінології сільського господарства, вивчення концептуально-логічної системності термінологічних одиниць сільського господарства.

**Об'єктом** дослідження є сільськогосподарські терміни, їх концептуальні групи, пов'язані певним понятійним взаємозв'язком.

**Предмет** дослідження – це концептуально-логічна системність сільськогосподарських термінів, пов'язаних між собою спільністю вираженого ними поняття.

**Мета** дослідження полягає в тому, щоб проаналізувати лінгвокультурні концепти, складові концептосфери сільського господарства, що формують концептуальний простір, в рамках якого здійснюється міжкультурна взаємодія всіх учасників міжнародної сільськогосподарської діяльності.

Виходячи з мети слід вирішити наступні **завдання**:

– систематизувати і проаналізувати етнокультурні, універсальні сільськогосподарсько-галузеві і національні агро-галузеві концепти;

– актуалізувати концепти, що відображають універсальні загальнокультурні і загальногуманітарні цінності сільського господарства, що впливають на характер міжкультурної комунікації в сучасний період розвитку світового агробізнесу;

– довести, що ефективність міжкультурної взаємодії безпосередньо залежить від концептуальної компетенції фахівців і учасників агрообмінів;

– розглянути основні тенденції формування і розвитку термінологічної системи (терміносистеми), яка вербалізує концепти міжнародного агробізнесу.

Сільськогосподарську (с/г) комунікацію в системі міжнародного агробізнесу ми визначаємо як здійснювана в агроконцептуальному просторі взаємодія між суб'єктами с/г діяльності на рівні індивідів, груп, соціальних спільнот, етнокультурних і професійних співтовариств, організацій, що належать до різних культур, з метою досягнення ефективного взаєморозуміння, виходячи з потреб спільної діяльності і за допомогою обміну інформацією через прийняті знакові системи (мови), прийоми і засоби їх використання.

Агроконцептуальний простір є видимим просторово-часовим континуумом, наповненим різномірними сільськогосподарськими реаліями — об'єктами, предметами, явищами, а також «суб'єктами, виконуючими розрізнені ролі», в рамках якого мандрівник — homo viabundus («людина, що здійснює дорогу») або homo tornus («людина, що здійснює тур») — реалізує свої всілякі комунікативно-когнітивні наміри. Це інформаційно-емоційне і когнітивно-комунікативне поле реальної і віртуальної

взаємодії комунікантів, що усвідомлюється, сприймане і ототожнюване ними при безпосередньому контакті з реаліями-концептами національної етнічної і професійної агрогалузевої культури, в якому, як необхідному контексті інтерпретації, реалізується кодування-декодування агроконцептів.

Концепт — культурно відмічений вербалізований сенс; одиниця колективного знання, що має мовне вираження і відмічену етнокультурну специфіку. Концепти породжують комунікацію в системі «культура», і самі ж породжуються нею. Як сенси, що виникають в процесі комунікації, і базові одиниці міжкультурної взаємодії, концепти є посередниками між екстралінгвістичною і лінгвістичною реальністю. Концептами стають лише ті лінгвокультурні реалії, які є базовими, опорними, центральними, актуальними, коштовними для даної культури, формують її концептосферу і виявляються її «символами, емблемами». Фахівці стверджують, що концепт — це образ, що народжує цілу гаму асоціацій, емоцій і оцінок. Так, учений Ю. С. Степанов стверджує, що концепт — це «в'язка» вистав, понять, знань, асоціацій, переживань, яка супроводжує слово. [Бутко О.С., Засадіна Л.П. 2004, с.56]

Агроконцепти утворюють концептосферу с/г як впорядковану сукупність концептів, що є символічними знаками, кодами, мітками, маркерами с/г простору. Забезпечуючи адекватну комунікацію всіх учасників міжнародних міграцій і с/г діяльності, вони як дисипативні структури генеруються, розвиваються, поширюються, трансформуються, закріплюються в ментальній пам'яті і транслуються в синхронному і діахронному плані в процесі і в результаті міжкультурної комунікації. Агроконцептосфера, що формує с/г картину світу, заповнює і маркірує концептуальний простір міжкультурної взаємодії в системі міжнародної аграрії, вербалізується в термінологічній системі (терміносистемі) агробізнесу. Агротерміносистема відображає систему с/г, включаючи її як вузькоспеціалізовані компоненти виробничої, технологічної, маркетингової сфер (універсальні і локальні), так і соціокультурний і етнокультурний компоненти, кодуючи, фіксуючи і транслуючи агроконцепти у формі концептів-термінів. Історичний розвиток с/г, а також загальнопланетарні глобалізаційні процеси, що виявляються і в глобалізації на рівні мови, привели до закріплення того факту, що базова терміносистема міжнародного с/г є англомовною.

Агроконцепти охоплюють як артефакти матеріальної і духовної культури співтовариства, що приймає агробізнес, так і спеціалізовані об'єкти і явища сільськогосподарської культури, і можуть підрозділятися на етнокультурні, універсальні сільськогосподарсько-галузеві і національні сільськогосподарсько-галузеві.

Багато концептів мають транзитний характер, знаходячись на стадії переходу з локальної сільськогосподарської концептосфери в універсальну.

Такі концепти, як «гостинність» (hospitality), «анімація» (animation), «тематичність» (theming), «с/г третього і четвертого віку» (third- and fourth- age agriculture), «якість с/г» (quality agriculture), включають широкий спектр спеціалізованих конструктів, об'єднують певні групи понять і відображають специфічні лінгвокультурні с/г реалії як універсального, так і національного характеру.

Концептосфера міжнародного с/г, яка вербалізується у терміносистемі, основний масив якої складають англомовні терміни, має глобальний і інтернаціональний характер, що є заставою гармонізації міжкультурного спілкування в загальносвітовій системі с/г.

Навіть за наявності аналогів в контактуючих національних мовах англомовні терміни в абсолютній більшості випадків використовуються в національних с/г індустріях і культурах паралельно з національними, асимілюючись в мові (наприклад, фарм-трип — ознайомлювальний огляд фермерських угідь, івент-менеджмент — подієвий менеджмент і ін.).

Значний пласт англомовних термінів міжнародної термінологічної системи с/г переходить в національні терміносистеми з англомовної за допомогою транслітерації навіть без початкової фіксації аналогів на національних мовах і зберігається у вигляді інтернаціоналізмів (наприклад, фармоперейтинг, консолідатор, агро-тур, чартер, ваучер, транзит, трансфер). Ряд термінів зберігається в англійському написанні (без транслітерації), наприклад farm & shop (фермерські угіддя з схемою обслуговування «жива худоба і продаж худоби»).

Одна з причин даної лінгвокультурної тенденції в тому, що в контактуючій культурі відсутній певний концепт і відповідний йому термін-аналог у формі слова або короткої словосполуки, що забезпечують швидкість думки, процесів кодування-декодування і зручність використання терміну. В результаті термін-концепт асимілюється в мові одночасно з входженням в культуру явища, що позначається ним, процесу, предмету.

Ще одна причина англомовних запозичень без національно-мовних аналогій полягає в тому, що при заміні англомовного терміну-оригіналу на національний частенько відбувається втрата його початкової концептуальності. Крім того, існуючий близький аналог може звужувати значення, обмежувати сферу вживання, порушувати зв'язки з іншими близькими концептами або поняттями, спотворювати загальний сенс. Це пояснюється тим, що часто передається основне наочне або

функціональне значення, а сам образ і безліч пов'язаних з ним значень і конотацій, властивих терміну-концепту, залишаються за кадром. [Ліч Е. 2001, с.112]

Наприклад, термін-концепт *farmkeeping*, що стоїть в одному концептуальному ряду і безпосередньо пов'язаний з концептом фермерство (*farming*), в українській мові номінативно відповідає термінам «фермерське угіддя», «служба фермерів», «служба фермерського фонду», що абсолютно не відображає концептуальність терміну *farmkeeping*, який як концепт миттєво асоціативно народжує цілий ланцюжок образів загального розуміння, необхідного місця для проведення фермерських робіт (невипадково головний елемент цього слова — *farm* — «ферма»). Термін-концепт *farmkeeping* містить конотативні відтінки оцінки, закладає певні процеси виконання робіт, пов'язаних із здобуттям нового досвіду, національно і культурно забарвленого.

Слід також підкреслити, що ряд термінів-концептів взагалі не знаходять віддзеркалення в національних мовах у зв'язку з тим, що сам концепт як факт культурного життя або с/г реалія відсутні в контактуючих культурах, що істотно утрудняє міжкультурну комунікацію в с/г.

Спостерігається і інша лінгвокультурна тенденція, коли терміни, що існують в національній (наприклад, українській) мові, є аналогами англійським, замінюються на англійські, і причинами тому можуть бути, наприклад, моральне старіння як поняття, так і самої назви (аграрна) путівка - англ. (аграрний) ваучер; агровод – англ. агролідер), неповна відповідність значенню і сенсу, втрата концептуальності терміну (агроцентр – англ. аграрний напрям).

Концептуальний простір міжкультурної комунікації в с/г, як вже наголошувалося, маркірований лінгвокультурними концептами, які окрім основного значення володіють безліччю додаткових конотацій і несуть заряд емоційності, експресивності і оцінки. До їх числа відносяться, перш за все, новий вигляд і форми с/г, що відображають сучасні тенденції постмодернізму, наприклад, «с/г нового століття» (*New Age agriculture*), «трущоба» (*slum*), «містичний» (*mystic*), «похмурий» (*dark*), «генеалогічний» (*genealogy*), «космічний» (*space*), «віртуальний» (*virtual*) і багато інших.

Агроконцептосфера також містить концепти, універсальні загальнокультурні і загальногуманітарні цінності с/г, що відображають і декларуючі, наприклад «автентичність», «ідентичність», «етика с/г». Подібні концепти і експліцитно (зовні, відкрито), і імпліцитно (внутрішньо) аксиологічно заряджені: несуть в собі потужний гуманістичний заряд цінностей і оцінок. Найменування багатьох видів с/г також побудовані на ціннісних мотивах, наприклад, «наслідний» (*heritage*), «волонтерський» (*voluntary*) і ін. Одним з базових концептів сучасного с/г є концепт «автентичність» (*authenticity*), що відображає не лише традиційний пошук суб'єктами с/г діяльності достовірності об'єктів і явищ культури у відвідуваних ними дестинаціях, але і що розуміється як іноваційний підхід до пошуку достовірності людських відносин, переживань, емоцій, досвіду, у тому числі в процесі міжкультурної комунікації з господарями і іншими гостями, місцевими жителями і с/г персоналом, в індивідуальних і групових формах контактів, в заходах і повсякденному непідготовленому спілкуванні з представниками місцевого співтовариства, названий фахівцями терміном «екзистенціальна автентичність» (*existential authenticity*).

Базові концепти с/г утворюють концептуальні ряди, і концепт «автентичність» формує ряд похідних, пов'язаних з ним концептів, наприклад, «автентична ідентичність» (*authentic identity*), «сконструйована автентичність» (*constructed authenticity*), «постановочна автентичність» (*staged authenticity*), «екзистенціальна автентичність» (*existential authenticity*) та ін.

Пошук автентичних ідентичностей викликаний проблемами глобалізуючого світу, глобалізацією культури і населення, втратою ідентичності індивідами і соціальними групами, трансформацією ідентичності цілих етносів і народів. Крім того, сама природа с/г як індустрії і сфери бізнесу, комерціалізація культури для залучення с/г діячів в дестинацію викликали до життя штучно сконструйовані ідентичності як товар, що задовольняє попит іноземного інвестора. Зокрема, поява таких концептів, як «ретроферма» і «ностальгічна ферма», викликана сплеском інтересу до відродження втраченої ідентичності, пошуком самоідентифікації [Tammerman 2000, с.35].

Термін-концепт «етика с/г» також відноситься до розряду базових концептів системи с/г і охоплює поняття і проблеми етичних цінностей у с/г, прав і обов'язків с/г діячів («етичний кодекс»), соціальної справедливості і дбайливого відношення до природної і культурної спадщини, стійкого розвитку і етики бізнесу, етичних проблем глобалізації. Дослідники проблем етики с/г відзначають помітний сплеск інтересу до етичних питань с/г останніми роками у зв'язку з процесами глобалізації і комерціалізації, включаючи комерціалізацію с/г досвіду. Так, автори дослідження «Етика с/г розвитку», розглядаючи взаємодію етичних і естетичних цінностей з економічними, задаються питаннями, чи є с/г лише способом егоїстичного задоволення потреб тих, хто готовий платити за задоволення, або етика також повинна грати в с/г свою роль; чи може індустрія с/г дозволити собі бути моральною.

«Система с/г» з властивою їй с/г галузевою культурою, що визначає специфіку концептуального простору с/г в сучасних умовах глобалізації, також є базовим терміном-концептом.

Концепт «система с/г» відображає перехід від ідеї індустрії до системного підходу до с/г, об'єднуючому системоутворюючі базові елементи: що генерує с/г потоки регіонів, транзитну територію, с/г дестинацію і природне і культурне довкілля [Зінченко С. Р. 2007, с.84].

Для концептосфери с/г характерні стилістично забарвлені терміни-концепти, серед яких виділяються концепти-метафори і концепти-евфемізми.

Концепти-метафори утворюються в результаті семантичного перенесення і є термінами-концептами, що характеризують ті або інші предмети або явища шляхом перенесення на них ознак, властивих іншим предметам або явищам. При цьому вони передають емоційно-експресивні конотації основного значення. До концептів-метафор с/г належать, наприклад, open jaw («відкрита щелепа») — «незамкнутий круговий маршрут»; white knuckle animal («тварина з блідими «кісточками» лап») — «тварина без досвіду перевезень» (категорія тварин особливої уваги) і ін.

Концепти-евфемізми використовуються для відходу від прямих позначень фактів, явищ, об'єктів, які можуть сприйматися як неввічливі, нешанобливі, грубі, недоречні або непристойні.

В умовах соціокультурної і міжкультурної комунікації в с/г евфемізми використовуються в цілях вираження стосунків ввічливості, шанобливості, лояльності, терпимості, політкоректності по відношенню до відвідувачів, наприклад, third-age animals — «тварини третього віку» (замість «старі тварини»), fourth-age animals — «тварини четвертого віку», (замість «скалічені тварини»), disabled animals або handicapped animals — «тварини з обмеженими можливостями» (замість «глухі, сліпі, німі, з фізичними каліцтвами і психічним відхиленнями»), senior animals — «тварини старшого віку» (замість «старий», «старезний»), relief place — «санітарне місце» (місце для відвідин туалету). Евфемізми як концепти ввічливості, шанобливості, толерантності по відношенню до діяча мають бути універсально прийнятні всіма національними системами с/г і лягти в основу своєрідного глобального «кодексу ввічливості» в професійній с/г комунікації.

**Висновки** досліджень і **перспективи** подальших розробок. У міру розвитку с/г і розширення його потенціалу в залученні на обмін і в дестинації самих різних категорій громадян, з самими різними можливостями, потребами і чеканнями система с/г повинна розвиватися і по шляху ефективної міжкультурної взаємодії, де процеси вербальної комунікації повинні відповідати культурним, етичним, естетичним очікуванням учасників с/г обміну.

Вочевидь, що стиль вербальної комунікації в глобальному с/г співтоваристві має бути, з одного боку, стандартизованим відповідно до принципів гармонізації, гуманізації, шанобливості, терпимості, а з іншої — зберегти національний колорит і дух часу і культурного простору дестинації.

Концептосфера міжнародного с/г є унікальним лінгвокультурним когнітивно-кодовим феноменом. Концепти конотативно передають культурний фон і дух часу певного етапу розвитку системи с/г і с/г галузевої культури сучасним і майбутнім користувачам і дослідникам.

Агроконцептосфера структурує концептуальну модель мультикультурної і мультимовної с/г картини світу, а терміносистема, вербальну концептосферу, що відображає, формує інструментарій мови міжкультурного спілкування в глобальному концептуальному і когнітивно-комунікативному с/г просторі.

#### *Література*

Бутко О.С., Засадіна Л.П. Термін і його значення. – К., 2004. Зінченко С. Р. Міжкультурна комунікація. Від системного підходу до синергетичної парадигми. М. : Флінта : Наука. – 2007. Ліч Е. Культура і комунікація: Логіка взаємозв'язку символів. До використання структурного аналізу в соціальній антропології. М. : «Східна література» РАН. – 2001. Маслова С. А. Когнітивна лінгвістика. Мінськ: Тетра-Системс. – 2005. M. Teresa Cabre Terminology: theory, methods and applications/ JBPC/ the Netherlands, 1998. Rita Tammerman Towards New Ways of Terminology Description. The sociocognitive approach. John Benjamins Publishing Company. USA, 2000. Sager J.C. A Practical Course in Terminology Processing / J.C. Sager- Amsterdam, 1990.

**РИБАЛКА І.С.**

(Маріупольський державний університет)

### **ВІДКРИТІСТЬ, ІНТЕРТЕКСТ ТА ГРА ЖАНРОВИМИ ФОРМАМИ**

У статті вирішуються питання можливості тлумачення жанрової багатозначності як елементу інтертексту. Автор доводить, що гра жанровими формами у постмодерністських творах є одним з засобів відкриття тексту.

*Ключові слова:* відкритість, відкритий, інтертекст, інтертекстуальність, жанр.

**Рыбалка И.С. Открытость, интертекст и игра жанровыми формами.** В статье решается вопрос о возможности считать многожанровость элементом интертекста. Автор доказывает, что игра жанровыми формами в постмодернистских произведениях является одним из способов открытия текста.

*Ключевые слова:* открытость, открытый, интертекст, интертекстуальность, жанр.

**Rybalka I. S. Openness, intertext and multi-genre texts.** The author of the article decides whether the multi-genre texts can be treated as examples of intertext. Multi-genre texts are considered to be open texts.

*Key words:* openness, open, intertext, intertextuality, genre.