

Проведений лексико-семантичний аналіз найбільш багатозначних слів на позначення **добра** в сучасній англійській мові дає підставу розглядати досліджуваній лексичний та семний склад як певні семантичні структури, елементи яких ієрархічно організовані та перебувають у різноманітних семантичних відношеннях. Лексико-семантична група **добро** має різноманітні зв'язки з іншими лексико-семантичними групами сучасної англійської мови. Так, нами виділено безпосередні зв'язки **добра** з відповідними лексико-семантичними групами, що характеризують “моральні цінності”, “ставлення до особи”, “суспільну діяльність людини”, “форми і засоби прояву почуттів”, “матеріальні цінності”, “науки”, “релігійно-філософські уявлення”, “зло” та багато інших.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в глибшому лексико-семантичному аналізі лексем на позначення **добра** в сучасній англійській мові в їхніх зв'язках з іншими групами лексики.

#### Список літератури

1. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики : [учеб. пособие] / М. В. Никитин. – [2-е изд., доп. и испр.]. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. – 819 с.
2. Русанівський В. М. Структура лексичної і граматичної семантики / В. М. Русанівський [АН УРСР. І-т мовознавства ім. О. О. Потебні; відп. ред. О. С. Мельничук]. – К. : Наук. думка, 1988. – 240 с.
3. Фабіан М. П. Етикетна лексика в українській, англійській та угорській мовах : [монографія] / Мирослава Петрівна Фабіан. – Ужгород : Інформаційно-видавниче агентство “ІВА”, 1998. – 255 с.
4. Фабіан М. П. Семантика мовного етикету: новий підхід до її вивчення / М. П. Фабіан // Сучасні дослідження з іноземної філології : зб. наук. праць / Відп. ред. М. П. Фабіан. – Ужгород : ПП “Аутдор-Шарк”, 2014. – Вип. 12. – С. 7–13.
5. Oxford English Dictionary : in 12 vol. / [chief ed. James Murray]. – London : Oxford University Press, 1961.

**І. Осовська**  
(Чернівці)

#### АВТОХТОНИ ЯК СМИСЛОВІ ДОМІНАНТИ ДИСКУРСУ (на прикладі німецького кооперативного парентального дискурсу)

*У статті на прикладі сучасного німецького парентального кооперативного дискурсу представлені автохтони – ключові концепти, що створюють його каркас, окреслюючи ментальні стрижні гармонійного існування сучасних німецьких батьків і дітей.*

**Ключові слова:** дискурс, парентальний дискурс, автохтон, концептосистема, когнітивний простір.

*В статті на прикладі сучасного німецького парентального кооперативного дискурсу представлені автохтони – ключевые концепты, создающие его каркас и определяющие ментальные основы гармоничного существования современных немецких родителей и детей.*

**Ключевые слова:** дискурс, парентальний дискурс, автохтон, концептосистема, когнітивне просторство.

*The given article in terms of the modern German parental cooperative discourse presents autochthons – the key concepts that create a frame of the discourse, outlining the scope of harmonious stability of the modern German parents and children.*

**Key words:** discourse, parental discourse, autochthon, conceptsystem, cognitive space.

У руслі антропоцентричних досліджень інтерес до мовної особистості як стрижневого об'єкта лінгвістичних досліджень неминуче переносить акценти з мовної системи на продукти комунікативної діяльності – дискурси. Типи дискурсу визначаються зразками діяльності, що протікає в певній соціальній сфері та характеризуються набором взаємообумовлених змінних – уявлень, знань, норм, конвенцій, ситуативних контекстів, соціальних стосунків.

Сімейний дискурс (СД) як невід'ємний елемент соціального життя найбільш специфічно презентує ментальність та є інтерактивною мисленнєво-мовленнєвою діяльністю членів сім'ї як малої групи німецького етнокультурного соціуму, що здійснюється задля забезпечення повсякденної приватної життєдіяльності індивідів через виконання практичних завдань у суспільному репродуктивному процесі [2, с. 65]. Одним із видів СД, що характеризуються специфікою предметно-інформаційного змісту, зумовленою статусно-рольовими

конфігураціями, є парентальний (ПД). У ПД скоординовані цілі виховання нащадка, соціалізації нового члена суспільства, (усвідомлене/несвідоме) передавання йому соціальних цінностей та норм поведінки, знань, вмінь та навичок, тобто формування світогляду дитини.

Що нам відомо про батьківську проблематику, стосунки німецьких батьків і дітей? Насамперед, те, що німецьке суспільство остаточно розмежувало поняття сексуальності та репродуктивності. Кожна пара і особа має моральне право (та й технічні можливості) свідомо вирішувати, чи хоче вона мати дитину, оскільки батьківство не є очевидним [8, с. 7]. Окрім того, статистика свідчить, що кожна шоста пара не може мати дітей.

Характерним для Німеччини є явище пізньої вагітності (*späte erste Mütter*), основними причинами якого є, як правило, зацікавлення в розвитку особистості, що зазвичай сповільнюється із народженням дитини, переважання професійної орієнтованості над приватно-сімейною, відтермінування вступу в серйозні особисті стосунки.

Основними проблемами батьківства німці вважають цілісність родини та зростання освітньо-виховних вимог. Відповідно, проблемними групами в першому контексті є самотні матері / батьки (*Alleinerziehende*) та прийомні сім'ї (*Stieffamilie, Pflegefamilie, Adoptiv-Familie*). Актуальність явища підкреслює перевага англіцизму *patchwork-Familie*, очевидно, з огляду на не настільки явну метафоричність порівняно із власне німецькими номінаціями. В іншому контексті підкреслюється суперечливий вплив таких типово німецьких феноменів як антиавторитарність, лібералізм та уявлення про відтермінування створення сім'ї до досягнення професійної консолідації [5, с. 87].

Загалом устрій німецької сім'ї з дітьми подібний до традиційного європейського. З народженням дитини редукується робочий час жінки. Все більше німців вважають, що мати повинна присвячувати дитині якомога більше часу, а отже зростає нетолерантне ставлення до працюючих матерів. Німецькі чоловіки засвідчують бажання проводити більше часу з маленькими дітьми, однак не готові поступитися дружині роллю утримувача – і в жодному разі на тривалий термін [7].

Стосунки поколінь в родині демонструють позитивні тенденції: високої частотності міжгенеративних контактів, обміну думками інколи навіть трьох поколінь, монетарного трансферу (грошових подарунків, внесків, спадків) та нематеріальних трансферних операцій (допомоги та підтримки, догляду, виховання) [9].

Одночасно спостерігається тенденція до психологічного віддалення сімейних генерацій із посиленням державної підтримки старших поколінь. При цьому типова для Європи характеристика *Sandwich-Generation* (покоління 40–55-річних, що знаходяться між людьми похилого віку і молоддю) як такого, що через постійні вимоги в догляді з обох боків вважається психологічно перенапруженим, в Німеччині не підтверджується [6, с. 211].

На противагу до позитивних тенденцій у розвитку сім'ї, в суспільстві відбувається завуальована війна поколінь (*Krieg der Generationen*) на фоні старіння нації (*Vergreisung der Republik*). Цей процес є результатом технічно-медичного прогресу та проявляється в агресії молодших стосовно старших, спричиненій усвідомленням першими того, що за рахунок їхньої праці та соціальних внесків другі отримують високе соціальне забезпечення та інфраструктуру обслуговування, редукуючи цим бюджетні обсяги власних соціальних виплат.

Однією з важливих тенденцій є поява поняття мультилокальної багатогенераційної сім'ї (*multilokale Mehrgenerationenfamilie*), яке, підкреслюючи спорідненість, втілює принцип неолокальності на фоні зростаючої мобільності населення. Ділять спільне помешкання (*Hausfamilie*) лише 7 % багатогенераційних сімей [6, с. 214]), натомість 80 % дітей живуть не далі однієї години від батьків, влаштовуючи спільні застілля, святкування церковних свят та днів народжень (однак, не спільний відпочинок).

Типово німецьким є метафоризоване явище *Hotel Mama*, що позначає привабливість проживання дорослих німців у батьківській оселі. Для середнього покоління характерною є фаза *leere Nest*, що пов'язана із від'їздом дітей з батьківського дому; для більшості вона ж є початком вступу в статус бабусі і дідуся.

Викладене презентує дані, отримані соціологією, етнопсихологією, культурологією. Що може додати до них когнітивна лінгвістика? Досить багато.

Розуміння когніції як процесу „пропускання світу через саме життя” та надання йому певної „самопороджувальної” ролі через створення „особистісних реалій” у формі ментальних моделей [11, с. 9] свідчить про можливість трактування будь-якої інформації, сприйнятої людиною, як будівельного блоку в образі відображеної у мозку оточуючої її дійсності. Будучи частиною цього процесу, явища, засвоєвані свідомістю людини через переробку отриманої інформації, відповідають іншим стимулам із оточуючого середовища і здійснюють внесок у безперервний процес

самовідтворення особистості. Таке розуміння дозволяє пояснити унікальність індивідуального когнітивного простору особистості. Однак, попередній досвід, фактори уваги та сприйняття, а також особистісні цілі та бажання спричинюють наявність однакового досвіду у різних людей в однакових ситуаціях. Незважаючи на, здавалося б, максимальну суб'єктивність характеристик людського досвіду, що формується виключно в індивідуальному когнітивному просторі особистості, існує ряд спільних для певного соціуму аспектів когнітивного простору, що завдяки своїй універсальності забезпечують доступ до використання всіма членами групи, утворюючи кластер узагальнених знань в певній області людської діяльності та формуючи колективний когнітивний простір. Цьому сприяє існування так званих „дискурсних спільнот” (discourse communities) – ключових понять комунікативної моделі „доменно-аналітичної парадигми” [10], теоретичного підходу в інформаційних технологіях, заснованого на визнанні найдосконалішим способом розуміння інформації вивчення доменів знань як дискурсних спільнот. Останні вважають складовими колективних когнітивних просторів. Кожна людина є одночасно членом різноманітних дискурсних спільнот, які, хоча й „поневолюють людську свідомість через ідеологію” [там само], однак створюють узагальнений комунікативний і когнітивний досвід.

На тлі дослідження сучасного німецького СД суголосним із висловленим є поняття колективного когнітивного сімейного простору – певним чином структурованої сукупності знань та уявлень, якими неодмінно володіють усі індивідууми – члени сімейної соціальної групи як дискурсної спільноти. Саме родинна приналежність визначає наявність базового ядра знань і досить стереотипний на рівні групи вибір елементів периферії, які є інформативними для фіксованого кола адресатів – членів сім'ї. Останні, усвідомлюючи події та дії, конструюють ментальне уявлення певного факту приватної дійсності на основі більш загального знання про типові події – комплексу даних про конкретну життєву область, історично та прецедентно сформованого набором стереотипів, правил і конвенцій, які визначають всі види діяльності та реалізуються у мовленнєвій або текстовій діяльності комунікантів.

Типові уявлення про сімейні стосунки перетворюються в уявлення про стереотипні ситуації взаємодії у сім'ї як малій соціальній групі, змодельовані в пам'яті як об'єкти концептопростору СД, основою якого є специфічна конфігурація його автохтонів – концептосистема СД [2]. На тлі викладеного **мета** даного дослідження полягає в об'єктивному встановленні автохтонів одного з видів СД – кооперативного парентального дискурсу (КПД), ситуативно окресленого учасниками зі статусними ролями Mutter / Vater – Kind, глобальною кооперативною стратегічністю, хронотопними характеристиками вільного часу і сімейного помешкання.

Відомо, що концептуальний каркас дискурсу певного типу створює мережа знань [2–4]. Відповідно, когнітивний простір КПД задає номенклатуру концептів, що дає уявлення про структуру та взаємодію системних елементів, дозволяючи досягнути можливі варіанти дискурсивних трансформацій.

Важливим нюансом є нерівнозначність концептів у дискурсі. Попри наявність базового (одиниці найвищого рівня абстракції, метактону, що проявляється у темі, макроструктурі, сценарії) та дериватних (аллохтонних [3]), каркас дискурсу формують генеративні (автохтонні [3]) концепти – дискурсотвірні, регулярно відтворювані в його межах. Автохтони є категоріальними одиницями основи його концептосистеми, що транспортують набір ознак, які дозволяють мовцям розрізняти елементи моделі, володіють генеративними, комбінаторними і регуляторними властивостями [4], що проявляються у: а) створенні мінімального контексту, необхідного для вводу концептуальних змінних в структуру КПД; б) створенні композиції, обґрунтованої їхньою валентністю; в) визначенні інтерпретації інших ментальних одиниць, актуалізованих у КПД.

Адекватним методологічним підходом при встановленні автохтонів КПД був визначений синтез концептуального аналізу і лінгвокватитативних методів, що дозволяє прослідкувати ментальну репрезентацію КПД у вигляді його концептосистеми у статистично верифікованій концептуальній структурі.

Оскільки об'єктивуються концепти на рівні мови в різних знакових формах, то процес вибору слова активує систему значень через концептуальну сітку відповідної культури. Вжите індивідами слово є ніби „спалахом” інформації, – як номінатором певного поняття чи смислу, так і елементом знання носія мови в контексті його національного менталітету, соціальних, психологічних, гендерних і світоглядних характеристик. Вербальне втілення концептів підводить до необхідності виявлення їхніх актуалізаторів (відомих як об'єктиватори, експлікатори, номінанти, вербалізатори, концептуальні кваліфікатори) – вербальних одиниць, що забезпечують концептуальну основу КПД. Отже, з метою виокремлення констант концептосистеми КПД вважаємо за доцільне здійснити

інвентаризацію текстів, зафіксувати об'єктиватори концептів, згрупувати їх у семантичні області (домени), що дозволить визначити матрицю концептів як основних смислів у межах КПД.

Оскільки лише повторюваність тих чи інших вербалізаторів може свідчити про певну актуальність і закономірність, застосовуємо елементи статистичного аналізу, що дає змогу через визначення статистичної значущості а) презентованості домену в текстах КПД та б) певних концептів у виокремлених доменах надати статус автохтонів КПД певним концептам з інших полів.

Верифікація даних за методиками розрахунку критерію хі-квадрат і коефіцієнту спряженості К дає змогу через визначення наявності відповідностей між розподілами частот актуалізаторів концептів певного домену в текстах КМД та певних концептів у статистично значущих доменах виокремити із множини зафіксованих аллохтонів – концептуальних змінних, що презентують нетипові та малоймовірні кванти знань та є по суті складовими інших концептуальних просторів [3, с. 243], закономірні автохтони концептосистеми КПД. Саме на останні спирається певна ментальна структура при виборі лексеми, необхідної мовцю для адекватної вербалізації інтенції в процесі вербальної інтерпретації концептуального простору КПД. Концепти-автохтони КМД є основними складовими і смисловими домінантами, категоріальними одиницями основи його концептосистеми.

Квантитативні прийоми, зокрема хрестоматійний для шкіл лінгвостатистики метод перевірки статистичних гіпотез – критерій хі-квадрат ( $\chi^2$ ), дозволяють визначити наявність відповідностей або розходжень між розподілами частот спостережуваних величин (див. дет. [1, с. 156]), або ж, як у нашому випадку, величини і загалу, фактично верифікуючи їх закономірність у даному дискурсивному середовищі.

Пропонуємо приклад обчислення величини  $\chi^2$  для іменників, прикметників і дієслів (як парцел, що разом формують ЛТГ / домен) для КПД:

Таблиця 1

Статистична значущість ЛТГ об'єктиваторів концептів у КПД

ЛТГ	Іменники		Дієслова		Прикметники		Разом
	$\chi^2$	К	$\chi^2$	К	$\chi^2$	К	
Нежива природа, надприродне	1,14						1,14
Речовини			0,04				0,04
Жива природа			1,32				1,32
<b>Фізіологія і фізіологічні потреби</b>	<b>8,88</b>	<b>0,03</b>	<b>6,98</b>	<b>0,02</b>	<b>7,12</b>	<b>0,02</b>	<b>22,98</b>
Зовнішній вигляд					0,15		0,15
<b>Побутова і фінансово-господарська сфера</b>	<b>12,98</b>	<b>0,05</b>	<b>9,97</b>	<b>0,04</b>	<b>7,36</b>	<b>0,02</b>	<b>30,31</b>
Розумова діяльність індивіду			1,23				1,23
<b>Вербальна діяльність</b>	<b>6,13</b>	<b>0,02</b>	<b>7,78</b>	<b>0,02</b>	<b>7,54</b>	<b>0,02</b>	<b>21,45</b>
<b>Риси характеру</b>	<b>6,11</b>	<b>0,02</b>	---		<b>7,50</b>	<b>0,02</b>	<b>13,65</b>
Фізична діяльність			2,24				2,24
<b>Суспільні цінності і конвенції</b>	<b>18,79</b>	<b>0,06</b>	<b>7,52</b>	<b>0,02</b>	<b>7,21</b>	<b>0,02</b>	<b>33,52</b>
<b>Соціальна діяльність і співпраця</b>	<b>8,64</b>	<b>0,03</b>	<b>6,09</b>	<b>0,02</b>	<b>6,01</b>	<b>0,02</b>	<b>20,74</b>
<b>Відпочинок і дозвілля</b>	<b>7,22</b>	<b>0,02</b>	<b>6,70</b>	<b>0,02</b>	<b>6,81</b>	<b>0,02</b>	<b>20,73</b>
сфера обслуговування	0,96				---		0,96
<b>Родинна приналежність</b>	<b>7,41</b>	<b>0,02</b>	<b>8,94</b>	<b>0,03</b>	<b>7,37</b>	<b>0,02</b>	<b>23,72</b>
<b>Почуття і емоції</b>	<b>7,77</b>	<b>0,02</b>	<b>9,69</b>	<b>0,04</b>	<b>8,89</b>	<b>0,03</b>	<b>26,35</b>
Універсальні смисли			---			3,41	3,41
Темпоральність						1,06	1,06
Локативність	1,49						1,49
Разом	87,52		68,50		65,96		221,98

Коефіцієнт спряженості для суми  $\chi^2 = 221,98$ ; К=0,15

Перевищення показника величини  $\chi^2$  (відмічене жирним шрифтом) свідчить про перевагу емпіричного вживання домену / ЛТГ над теоретично очікуваним, підтверджуючи його значущість для досліджуваного різновиду і типу СД.

За аналогічною процедурою визначається показник величини  $\chi^2$  для всіх зафіксованих актуалізаторів концептів у межах кожного з виокремлених доменів. Таблиця 2 демонструє отримані в

результаті такого підрахунку у текстах КПД найбільш значущі концепти для кожного із попередньо визначених доменів.

Таблиця 2

Значущість концептів у доменах ментального ресурсу КПД	
Домен	Найбільш значущі концепти $\chi^2 / K$
Фізіологія і фізіологічні потреби	SCHLAFEN (10,01 / 0,03), ERNÄHRUNG (9,11 / 0,03)
Побутова і фінансово-господарська сфера	AUTO (12,95/0,04), AUFRÄUMEN (12,86/0,04), EINKAUF (9,61/0,03), KLAMOTTEN (9,53 / 0,03)
Вербальна діяльність	KOMMUNIKATION (7,77 / 0,03)
Риси характеру	VERANTWORTUNG (31,98 / 0,07), HÖFLICHKEIT (31,78 / 0,07), FLEIß (31,54 / 0,07), ORDENTLICHKEIT (30,98 / 0,07), PÜNKTLICHKEIT (26,91 / 0,06), TOLERANZ (12,98 / 0,04), INTELLIGENZ (12,81 / 0,04), EHRLICHKEIT (12,70 / 0,04), STOLZ (9,89 / 0,03), KREATIVITÄT (9,82 / 0,03)
Суспільні цінності і конвенції	ERFOLG (13,58/0,04), PLANUNG (13,57/0,04), LEHRE/STUDIUM (12,91/0,04), GERECHTIGKEIT (7,99/0,03), ENTWICKLUNG (7,83/0,03)
Соціальна діяльність і співпраця	FREUND (9,55 / 0,03), CLIQUE (9,12 / 0,03)
Відпочинок і дозвілля	FERIEN (22,67/0,05), SPIEL (12,86/0,04), LITERATUR (11,61/0,04), FEST (9,59/0,03), SPORT (9,18/0,03), TIER (8,53/0,03), KUNST (7,81/0,03)
Родинна приналежність	ELTERN (11,52 / 0,04), VERWANDTE (9,93 / 0,03), GESCHWISTER (9,62 / 0,03)
Почуття і емоції	VERTRAUEN (22,41 / 0,05), GENUSS (11,77 / 0,04), LIEBE (11,74 / 0,04)

Проведений аналіз дає можливість стверджувати, що каркас сучасного німецького КПД формують 37 концептів-автохтонів.

У домені „фізіологія і фізіологічні процеси” фіксуються релевантні для КПД концепти ERNÄHRUNG (*Ich möchte heute abend nicht essen, mein Magen ist wie zugeschnürt; Wasser trinken muss man unbedingt!*) та SCHLAFEN (*Es ist Zeit zum Schlafen, mach das Licht aus*); в домені „побутова і фінансово-господарська сфера” – концепти AUFRÄUMUNG (*Wie wäre es, wenn ich zweimal die Woche für dich, Vater und mich koche, während du ein- oder zweimal die Woche mein Zimmer saubermachst?*), EINKAUF (*Ach, Mamma, kann ich mit dir oder Papa am Samstag in die Stadt fahren? Ich muss etwas besorgen*), BETREUUNG (*Könntest du bitte die Rosen da gießen*), AUTO (*Papa, darf ich den Puff waschen? Wie viel würde ich an Versicherung bezahlen müssen, wenn ich mir ein eigenes Auto kaufe?*); у домені „вербальна діяльність” – концепт KOMMUNIKATION (*Wir werden uns unterhalten und die Zeit fliegt*).

З домену „риси характеру” використовуються концепти PÜNKTLICHKEIT (*Bitte, keine Verspätung*), TOLERANZ (*Das ist die Meinung von Carolla und die muss akzeptiert werden; Ich muß irgendwie mit ihm vertragen*), ORDENTLICHKEIT (*Du siehst ja ganz anständig aus*), INTELLIGENZ (*Das war ja klug von dir, das nicht zu merken; Ich achte dich als Person mit Gedanken und Empfindungen; Ich unterhalte mich doch mit einem erwachsenen Menschen*), EHRLICHKEIT (*Sei ehrlich, beantworte meine Frage*), FLEIß (*Gut, Prinzessin, dein Fleiß wird belohnt*), VERANTWORTUNG (*Jeder muss Verantwortung tragen dafür, was er getan hat*), HÖFLICHKEIT (*Ich war durchaus höflich, bloß die Oma war so aufgeregt...*), STOLZ (*Ich bin richtig stolz auf das Flugzeug, das du gebaut hast*), KREATIVITÄT (*Das ist ein Wust an Kreativität, einfach drauflos, authentisch halt...*).

У домені „суспільні цінності і конвенції” статистично значущими для КПД виступають концепти-регулятиви морального, антропоморфного та етнопсихокультурного порядку ERFOLG (*Erfolgreich zu sein – das ist von Bedeutung!*), ENTWICKLUNG (*Der Mensch entwickelt sich ständig, dazu braucht man sich viel Mühe zu geben; Wenn du gut in Mathe bist, kannst du ja selber eine Firma gründen*), PLANUNG (*Das war nicht vorgeplant, wird auch leider nicht gehen! Eure Zukunft ist meine größte Sorge; Muss man auf die Oberschule gehen? Ich möchte nur die mittlere Reife beenden!*); GERECHTIGKEIT (*Es ist nicht fair von ihnen, mich auszuschließen*), LEHRE / STUDIUM (*Wähl den Kurs, den du machen möchtest und ich werde dich dorthin bringen; Meinst du die Klausur zum letzten Thema oder die vorzeitige Schlussklausur?*).

З домену „соціальна діяльність і співпраця” актуалізуються концепти FREUND (*Ich habe niemanden zum Spielen, seitdem die Familie von Joachim in Urlaub gefahren ist*) та CLIQUE (*Ich wünschte, ich könnte in diese Clique hineinkommen, aber ich weiß nicht wie*).

Домен „відпочинок і дозвілля” репрезентований у КПД концептами TIER (*Wo ist denn die Mia, die war doch eben da?*), FEST (*Du musst noch dem Weinachtsmann den Brief schreiben; Papi, was kriege ich zum Geburtstag? Wir können doch auf der Terrasse grillen, das wird ja herrlich!*), FERIEN (*Die Ferienzeit nähert sich zu und mir fällt nichts auf, was alle zufrieden stellen könnte, Papa wird deine Urlaubspläne nicht akzeptieren*), SPORT (*Ich gehe mit Jasmin ins Schwimmbad, du kannst uns Gesellschaft leisten*), SPIEL (*Dann geh und such dir jemand anderen zum Spielen*), KUNST (*Als ich klein war, hab ich tagelang gezeichnet, alles, was ich sah; Abends lasst uns Musik machen und Gabi singt*), LITERATUR (*Das ist doch dein Lieblingsbuch, guck mal, da ist doch Pony Hüttchen*).

У домені „родинна приналежність” фіксується релевантність концептів ELTERN (*Der Papa holt dich ab, sei aber bitte nett*), GESCHWISTER (*Wo ist eigentlich die Antje, sie war eben da; Sie bleibt für immer meine kleine Schwesterchen*), GROSSELTERN (*Die Oma wartet auf deinen Anruf*).

Домен „почуття і емоції” представлений у КПД автохтонами VERTRAUEN (*Natürlich vertraue ich dir! Das ist doch Vertrauenssache!*), LIEBE (*Liebe ist das einzige, was zählt; Du bist mein liebevolles Mädchen*), ZUFRIEDENHEIT (*Ich bin zufrieden, dass du die Entscheidung endlich mal getroffen hast*).

Статистичний аналіз засвідчує релевантність особистої (фізіологічної), міжособистісної (почуттєво-емоційної і діяльнісної), а також позагрупової (суспільно-ціннісної, обслуговувальної, дозвілєвої) інформації для кооперативного парентального спілкування у німецькій сім'ї. Стереотипними пріоритетами у спілкуванні з дітьми є акцентуація як суспільних цінностей і конвенцій (порядку, планування, розвитку, навчання), так і буденних фізіологічних потреб (харчування, сну). У зв'язку з цим особливого значення набувають побутові дії, що спільно здійснюються батьками й дітьми (прибирання, шопінг, догляд за автомобілями), спільне дозвілля (канікули, свята, спорт, догляд за домашніми тваринами, мистецтво та література). У дітях виховуються охайність, старанність, відповідальність, ввічливість, пунктуальність, толерантність, щирість, розум, гідність і творчість. Почуттєвою основою парентального спілкування є довіра, любов та задоволення. Важливим для комунікантів у внутрішньогруповому контексті є батьки, брати і сестри, родичі, у соціальному – друзі і компанія.

Таким чином, експлікувавши структуру кооперативного ситуативного мислення осіб парентальної групи німецького етноростору на базі продукованих ними текстів, ми спробували виявити в структурах мислення спільні елементи, що інтегрують КПД – концепти-автохтони, які створюють матрицю, каркас, впливають на процес його лінійного стратегічного розгортання, фіксуючи стереотипні ментальні пріоритети у спілкуванні з дітьми. Вони засвідчили, що важливе соціалізаційне значення у німецькому суспільстві мають харчування, сон, самообслуговування, спілкування, однак в усьому наголошуються необхідність жорсткого дотримання порядку, плану, встановлених норм. Виховними орієнтирами німецьких батьків є дисциплінованість, охайність, економність, щирість, наполегливість, ввічливість, національна гордість. В дітях змалечку виховуються особиста відповідальність, а тому необхідність ретельного обмірковування слів та дій, прагматизм з чітким розмежуванням особистих внесків та зисків, дискретність особи та групи з неприпустимістю вторгнення інших в індивідуальний або груповий простір. Важливе значення у розвитку дитини надається домашнім тваринам, сімейним святкам, спорту, іграм, мистецтву й літературі.

Перспективу подальших досліджень в даному ракурсі може становити поглиблення аналізу елементів і структури концептопростору як різновидів СД так і інших дискурсивних практик на основі запропонованої методики.

#### Список літератури

1. Левицкий В. В. Семасиология / В. В. Левицкий. – Изд. 2, исправл. и дополн. – Винница : Нова Книга, 2012. – 680 с.
2. Осовська І. М. Сучасний німецькомовний сімейний дискурс : ментальний і вербальний ресурс : [монографія] / І. М. Осовська. – Чернівці : Видавничий дім „Родовід”, 2013. – 404 с.
3. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики : [монографія] / А. М. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
4. Приходько А. Н., Путий Е. С. Дискурсообразуючий потенціал концептов (на матеріалі викторианського дискурса) / А. Н. Приходько, Е. С. Путий // Язык. Текст. Дискурс. Научн. альманах Ставроп. отд. РАЛК / Под. ред. проф. Г. Н. Манаенко. – Ставрополь : СГПИ, 2011. – Вып. 9. – С. 105 – 114.

5. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Gender Datenreport. 4.3.2. Erste Partnerschaft : Alters- und Bildungshomogamie 2007 [Elektronische Resource]. – Mode des Zugangs : www.bmfsfj.de
6. Burkart G. Familiensoziologie / G. Burkart. – UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, 2008. – 380 S.
7. Engstler H., Menning S. Die Familie im Spiegel der amtlichen Statistik / H. Engstler, S. Menning. – Bonn : BMFFSFJ, 2003.
8. Gloger-Tippelt G. Der Kinderwunsch aus psychologischer Sicht / Gloger-Tippelt G., Gomille B., Grimmig R. – Leverkusen : Leske Verlag, 1993. – 177 S.
9. Lettke F. Generationen und Familien. Analysen – Konzepte – gesellschaftliche Spannungsfelder / F. Lettke, A. Lange (Hrsg.). – Frankfurt am Main : Suhrkamp, 2006. – S. 216–248.
10. Little M. J. Discourse Communities and the Discourse of Experience [electronic resource] / Miles Jordens Little, Emma-Jane Sayers. – Australia : Centre for Values, Ethics and the Law in Medicine, University of Sydney, 2003. – Mode of access : <http://hea.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/1/73>.
11. Maturana H. R. The tree of knowledge – The biological roots of human understanding / H. R. Maturana, F. J. Varela. – Boston : The New Science Eibrary, Publications, Boston, U.S.A., 1987. – 263 p.

**I. Остапчук**  
(Львів)

### АРГУМЕНТАТИВНІСТЬ МЕТАФОРИ В АНГЛІЙСЬКИХ МЕДІАТЕКСТАХ

*У даній статті розглянуто питання аргументативності та маніпулятивності тропів у медіа дискурсі. Доведено, що метафора у тексті характеризується переконливістю та впливом на читачів з метою формування бажаних висновків. У розвідці також здійснена спроба систематизувати функції метафори в інформативну, комунікативно-експресивну та прагматичну групи. Аналіз функцій у контекстних ситуаціях засвідчив високу здатність метафори чітко означувати нові/складні явища, встановлювати емоційний контакт з аудиторією та моделювати думки читачів.*

**Ключові слова:** аргументативність, метафора, інформативна функція, комунікативно-експресивна направленість, прагматичний аспект.

*В данной статье рассмотрен вопрос аргументативности и манипулятивности тропов в медиа дискурсе. Доказано, что метафора в тексте характеризуется убедительностью и влиянием на читателей с целью формирования желаемых выводов. Предпринята попытка систематизировать функции метафоры в информативную, коммуникативно-экспрессивную и прагматическую группы. Анализ функций в контекстных ситуациях показал высокую способность метафоры четко обозначать новые/сложные явления, устанавливать эмоциональный контакт с аудиторией и моделировать мнения читателей.*

**Ключевые слова:** аргументативность, метафора, информативная функция, коммуникативно-экспрессивная направленность, прагматический аспект.

*In the article the question of argumentative ability of the media text is analyzed through the implementation of the metaphor. The metaphor is a trope that introduces complicated or new concepts in terms of more familiar notions by transferring a known name on the brandy complex phenomena on the basis of associations or certain common features. Such situations of comparison may be different to various groups of people or even personalities causing the emergence of extra meanings. The metaphor in modern mass media has the functions of naming, expressiveness and influence on the readers. They can be arranged in informative, communicative / expressive and pragmatic groups of metaphor functions.*

*The informative group of functions reaches the aim of giving exact names to emerging phenomena, accurate explanation to complex concepts (eases their perception too), contextual semantic sense to metaphoric word expressions, etc. The metaphor is also becoming a productive means of coining neologisms and understanding expressions with sociocultural marks.*

*Communicative and expressive functions make the context of mass media more expressive, closer to readers in order to appeal to emotions and attitudes of the audience to certain topics. The article with metaphors is catchy and attracts attention that helps to manipulate the readers' thoughts the way it is needed for journalists or influential speakers. Media text with metaphors is also stylistically and esthetically richer.*

*Pragmatic orientation of metaphors gives connotation, evaluation and more argumentation to the phenomena under investigation in media source. Strategic maneuvering with the help of the metaphor is achieved by creating contextual situations of prevention, prohibition, request, seeking for confidence and trust, compassion, disapproval, agreement, promise, recommendation and others.*

**Key words:** argumentative ability, metaphor, informative function, communicative and expressive orientation, pragmatic aspect.

Особливістю сучасних медіаджерел є комунікативна направленість та інтерактивність. Тому, оскільки суспільство прямо чи опосередковано відгукується на «комунікацію» із ЗМІ, моделювання картини світу реципієнтів під постійним та неусвідомленим впливом медіа є