

складі ФО використовується для її позначення як суб'єкта дії. Фразеологізми на позначення небажання людини працювати переважають над ФО на окреслення старанності та завзятості людини у праці, що пов'язано з тенденцією мови фіксувати відхилення від норми в негативний бік.

Умовні скорочення

УМ – усне мовлення

Література:

1. Гюлюмянц К. Польско-русский фразеологический словарь: в 2 т. / К. Гюлюмянц. – Минск : Экономпресс, 2004. – Т. – 685 с.; Т. II. – 718 с.
2. Добролюба Г. М. Красне слово – як золотий ключ: Постійні народні порівняння в говірках Середнього Полясся та суміжних територій / Г. М. Добролюба. – Житомир : Волинь, 2003. – 160с.
3. Добролюба Г. М. Фразеологічний словник говірок Житомирщини. / Г. М. Добролюба – Житомир : ПП Туловський, 2010 – 404 с.
4. Мацюк З. Що слівце, то нове слівце: слов. фразеологізмів Західного Полісся / З. Мацюк – Луцьк : Вежа-Друк, 2013. – 476 с.
5. Мокиєнко В. М. Большой словарь русских поговорок / В. М. Микиєнко, Т. Г. Никитина – М. : ЗАО «ОЛПА Медиа Групп», 2007. – 784 с.
6. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) / Олена Олександрівна Селіванова. – К.–Черкаси : Брама, 2004. – 276 с.
7. Словники України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://icorp.ulif.org.ua/dictua/>
8. Ужченко В. Д. Фразеологічний словник східнословобожанських і степових говірок Донбасу / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – [5-е вид.]. – Луганськ : Альма-матер, 2005. – 348 с.
9. Gwara uczniowska [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://leksykony.interia.pl/gwara>.
10. Karolak S. Słownik frazeologiczny rosyjsko-polski: w 2 t. / S. Karolak. – Warszawa : Energeia, 1998. – Т. II. – 1610 s.
11. Kłosińska A. Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami / A. Kłosińska, E. Sobol, A. Stankiewicz. – Warszawa : PWN, 2005. – 840 s.
12. Krawczyk-Tyrpa A. Frazeologia somatyczna w gwarach polskich. Związki frazeologiczne o znaczeniach motywowanych cechami części ciała / Anna Krawczyk-Tyrpa. – Wrocław : Zakład Narodowy im. Ossolinskich. – 1987. – 273 s.
13. Krzyżanowski J. Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich: w 4 t. / J. Krzyżanowski, S. Świrko. – Warszawa : PIW, 1970. – Т. II. –1165 s.; 1972. – Т. III. – 996 s.
14. Müldner-Nieckowski P. Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego: wyrażenia, zwroty, frazy / P. Müldner-Nieckowski. – Warszawa : Świat Książki, 2004. – 1088 s.
15. Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny / H. Zgólkowa i in. – Poznań : Kurpisz, 1996. – Т. IX. – 451 s.; 2001. – Т. XXXII. – 463 s.; 2002. – Т. XXXVI. –470 s.
16. Skorupka S. Z zagadnień frazeologii / S. Skorupka // Poradnik językowy. – 1953. – № 8. – S. 3–10.
17. Słownik gwary polskiej / pod red. M. Karasia, J. Reichana, S. Urbańczyka. – Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk – Łódź : PAN, 1989–1991. – Т. III. –655 s.; 1992–1993. – Т. IV. – 649 s.
18. Wysoczański W. Językowy obraz świata w porównaniach zleksykalizowanych (na materiale wybranych języków) / Włodzimierz Wysoczański. – Wrocław : Uniwersytet Wrocławski, 2006. – 402 s.

УДК 811.111'373

Н. М. Мікава,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ГРУПА «FACIALHAIR» В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Стаття присвячена дослідженню особливостей вербалізації концепту HAIR в англійській мові на матеріалі лексико-семантичної групи «facialhair». В роботі розглядаються основні підходи до вивчення концепту у сучасному мовознавстві; аналізуються семантичні, мотиваційні та гендерні особливості досліджуваних номінативних одиниць.

Ключові слова: лексико-семантична група, концепт, номінативна одиниця.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ГРУППА «FACIALHAIR» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Статья посвящена исследованию особенностей вербализации концепта HAIR в английском языке на материале лексико-семантической группы «facialhair». В работе рассматриваются основные подходы к изучению концепта в современном языкознании; анализируются семантические, мотивационные и гендерные особенности исследуемых номинативных единиц.

Ключевые слова: лексико-семантическая группа, концепт, номинативная единица.

LEXICAL SEMANTIC GROUP «FACIALHAIR» IN THE ENGLISH LANGUAGE

The given article deals with the investigation of the peculiarities of verbalization of the English concept HAIR on the basis of lexical semantic field «facial hair». Main trends in the concept study in modern linguistics are being viewed in the article; semantic, motivation and gender peculiarities of the studied nominative units are being analyzed. Concept is understood as mental representation of the world, the basic element of human memory and thinking. Today several trends in concept study are singled out. They are: culturological, logical, cognitive-poetic, semantic-cognitive. The latter is focused on the language as the main source of the concept study, since concepts find their reflection in the language. The final aim of the given work is to define semantic, motivation and gender peculiarities of the studied nominative units verbalizing concept HAIR in English. Our analysis showed that the given concept is verbalized by three lexical semantic groups, namely «head hair», «facial hair», «body hair». The lexical semantic group «facial hair» is represented by such nominative units as eyebrow, eyelashes, beard, moustache, goatee, sideburns and others. The structure of their lexical meaning contains integral and differentiating semes. The integral seme is expressed by the lexical unit hair. The differentiating semes are subdivided in their turn into descriptive and relative. Descriptive semes denote form of a beard etc. while relative ones specify the place where it grows. Since facial hair is a secondary sex characteristic of human males, the nominations which denote hair on a man's face are dominating in our selection.

Key words: lexical semantic group, concept, nominative unit.

Переважаюча кількість лінгвістичних розвідок останніх років виконана в рамках когнітивної наукової парадигми – напряму мовознавства, у якому мова розглядається як засіб отримання, зберігання, обробки, переробки й використання знань, спрямований на дослідження способів концептуалізації й категоризації певною мовою дійсності та досвіду [13, с. 213].

Meta нашого дослідження полягає в аналізі мовних засобів вербалізації концепту HAIR на матеріалі лексико-семантичної групи «facialhair». Актуальність роботи підкреслюється тим, що вона виконана в рамках головної проблематики когнітивної лінгвістики, а саме – вивчення мовного відображення процесів концептуалізації та категоризації дійсності [8, с. 37].

Наведемо основні визначення поняття «концепт» та розглянемо підходи до його вивчення у сучасній лінгвістиці.

Термін «концепт» був уведений у 1928 році С. А. Аскольдовим, під яким учений розумів «мисленнєве утворення, яке заміщує нам в процесі думки невизначену безліч предметів одного і того ж роду» [1, с. 267]. О. С. Кубрякова пропонує наступне визначення концепту: «термін, що служить поясненню одиниць ментальних і психічних ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, що відображає знання і досвід людини; це оперативна змістовна одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, відображеної у психіці людини» [12, с. 90]. Саме це визначення на сьогодні є загально прийнятим серед різноманітних течій когнітивних досліджень. Слід зазначити, що спільним для всіх напрямків вивчення концепту є його визнання базовою одиницею свідомості. Основні відмінності полягають в основному у фокусуванні на певному типі концептів, а також у різному трактуванні відношень між концептом як елементом етнокультурної картини світу та лексичним значенням [11, с. 192–193]. Вслід за І.С. Шевченко виокремлюємо наступні напрями концептуального аналізу: *культурологічний напрям*, в якому концепт визначається як згусток культури у свідомості людини; саме у вигляді концепту культура входить у ментальний світ людини, і, завдяки йому, людина сама входить у культуру та іноді впливає на неї; це основний осередок культури в ментальному світі людини [10, с. 40–41]; *лінгвокультурологічний напрям* розглядає культурний концепт як ментальне утворення; цей підхід спрямований на комплексне вивчення певної мови, свідомості та культури [4, с. 151]; *логіко-ейдетичний напрям* зосереджений на необхідності співвіднесення елементів структури значення та об'єднання їх у складі певної (схемної) структури при концептуальному аналізі та зосереджують свою увагу на базових фреймах побудови лексично представлених концептів [3, с. 12]; *когнітивно-поетичний напрям* аналізує образний простір концепту у художньому тексті, текстові концепти художньої прози. У дослідженні текстових концептів художнього тексту мовна форма враховується як концепт, що реалізований у конкретних мовних знаках і зумовлений властивістю мови кодувати знання, отримані через сприйняття та осмислення світу [11, с. 193]; *семантико-когнітивний підхід* спрямований на дослідження співвідношень семантики мови з концептосферою народу, співвідношень семантичних процесів з когнітивними [9, с. 173]. У процесі лінгвокогнітивного дослідження метод семантико-когнітивного аналізу передбачає перехід від змісту значень мовних знаків до змісту відповідних концептів у ході окремого етапу опису – когнітивної інтерпретації [9, с. 178]. Саме розгляд семантики мовних одиниць, які об'єктивують концепти, дозволяє отримати доступ до змісту концептів як мисленнєвих одиниць.

У нашому дослідженні визначаємо концепт як базову одиницю мисленнєвого коду людини, яка має внутрішню структуру, що складається із концептуальних ознак, є результатом пізнавальної діяльності особистості та суспільства, містить комплексну інформацію про відповідний предмет або явище, а також про інтерпретацію цієї інформації суспільною свідомістю та ставлення до цього предмета чи явища [9, с. 175; 7, с. 100]. Слід зазначити, що концепт є інформаційною структурою, яка відображає уявлення людини про об'єкти не тільки духовного, а й матеріального буття, тобто концепти розрізняються за ступенем конкретності-абстрактності [2, с. 26].

Таким чином, мова є одним із основних інструментів пізнання та концептуалізації навколишнього світу, а відтак й інструментом опису концептів. «Шлях дослідження від мови до концепту є найбільш надійним, аналіз мовних засобів дозволяє найбільш простим та ефективним способом виявити ознаки концепту та змоделювати його» [9, с. 179]. Саме тому предметом семантико-когнітивних досліджень є різні засоби репрезентації, тобто вираження, передачі концептів у мові. Аналіз складу того чи іншого концепту виявляється через значення мовних одиниць, що репрезентують даний концепт, їх словникові тлумачення та мовленнєві контексти [2, с. 31].

Матеріалом дослідження особливостей вербалізації концепту HAIR слугували тлумачні словники англійської мови та спеціалізовані енциклопедії.

Розглянемо, насамперед, словникову дефініцію лексичної одиниці *hair*, яка номінує відповідний концепт:

1. *Hair* – 1. any of the fine thread-like strands growing from the skin of humans, mammals, and some other animals;
2. a fine thread-like strand growing from the epidermis of a plant, or forming part of a living cell;
3. hairs collectively, especially those growing on a person's head;
4. (a hair) a very small quantity or extent» (15).

Як бачимо, лексема *hair* містить в структурі свого лексичного значення чотири семми. Перша із них має узагальнююче значення та позначає як волосся на тілі людини, так і шерсть тварин. Друга семма позначає ворсини на рослинах; третя – волосся на голові людини; четверта ж актуалізує одну із зовнішніх ознак волосся – тонкість, яка, до речі, наявна у дефініції першої та другої семми (*fine*).

В нашому дослідженні ми фокусуємо свою увагу виключно на волоссі людини. За соматичною ознакою виокремлюємо три лексико-семантичні групи (далі – ЛСГ), які вербалізують концепт HAIR в англійській мові, а саме: ЛСГ «*headhair*», ЛСГ «*facialhair*» та ЛСГ «*bodyhair*». Розглянемо особливості представленості конститuentів досліджуваної групи в англійських тлумачних словниках.

ЛСГ «*facialhair*» представлена у проаналізованих тлумачних словниках 25 номінативними одиницями, серед яких, насамперед, відзначимо наступні: *eyebrow*, *eyelashes*, *beard*, *moustache*, *goatee*, *sideburn* та ін. Розглянемо дефініції зазначених номінацій.

1. «*eyebrow* – the strip of hair growing on the ridge above a person's eye socket» (15);
2. «*eyelash* – each of the short curved hairs growing on the edges of the eyelids, serving to protect the eyes from dust» (14);
3. «*moustache* – a strip of hair left to grow above the upper lip» (14).

Як бачимо, наведені словникові дефініції містять інтегральну сему (*hair*) та диференційні семи (відносні), які вказують місце, де росте цей тип волосся та його функцію.

4. «*beard* – growth of hair on the chin and lower cheeks of a man's face» (15).

Ця номінація виступає гіперонімом до відповідного тематичного ряду, який, за даними використаних у дослідженні словників, налічує гіпонімів, серед яких відзначимо, зокрема, наступні номінації:

5. «*goatee* – a small pointed beard like that of a goat» (15);

«*Vandyke – neat, pointed beard*» (15).

З медичної точки зору волосся на обличчі є вторинною статеву ознакою чоловіків, чим, власне і пояснюється кількісна перевага тих номінацій, що позначають волосся на чоловічому обличчі.

Одним з аспектів нашого дослідження було визначення типів мотивації досліджуваних номінативних одиниць.

За характером ознак, що визначають внутрішню форму номінації, виділяємо два типіномінаціїзачісок – *кваліфікатив-нутарелятивну*.

До першої групи зараховуємо номінації, які ґрунтуються на формі відповідного типу волосся, наприклад:

«*A Pencil Moustache is one which is very thin, usually just above the line of the upper lip. It is supposed to look narrow enough to have been drawn on with a pencil (or eyeliner)*».

Другий тип мотивації представлений у нашій вибірці номінаціями тих типів волосся на обличчі, які отримали свою назву за ім'ям людини, яка його носила:

«*A Fu Manchu moustache or simply Fu Manchu is a full, straight moustache that originates on the corners of the mouth and grows downward past the clean-shaven lips and chin in two tapered «tendrils», often extending past the jawline. The Fu Manchu moustache derives its name from Fu Manchu, the fictional character who wears such a moustache in film versions of the stories written by the British/Irish author Sax Rohmer*».

Таким чином, проведений аналіз показав, що конституенти досліджуваної ЛСГ пов'язані між собою видо-родовими відношеннями, мають чітку гендерну маркованість та ґрунтуються на своїй формі чи відношеннях із іншими об'єктами.

Подальше дослідження є перспективним в плані вивчення особливостей функціонування даної ЛСГ в англійському мовленні, зокрема, в художніх текстах.

Література:

1. Аскольдов С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // Русская словесность: Антология / Под ред. В.Н. Нерознака. – М. : Academia, 1997. – С. 267–280.
2. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Издательство Тамбовского университета, 2000. – 123 с.
3. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: типы фреймов / С. А. Жаботинская // Когнитивная семантика. Материалы второй международной школы-семинара. – Ч. 2. – Тамбов, 2000. – С. 10–13.
4. Карасик В. И. Языковой круг: Личность. Концепты. Дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
5. Кочерган М. П. Мовознавство на сучасному етапі / М. П. Кочерган // Дивослово. – 2003. – № 5. – С. 24–29.
6. Пименов Е. А. Когнитивная лингвистика на современном этапе / Е. А. Пименов, М. В. Пименова // Международный конгресс по когнитивной лингвистике: Сб. мат-лов. 26-28 сентября 2006 года. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2006. – С. 70–72.
7. Пименова М. В. Методология концептуальных исследований / М. В. Пименова // Вестник Кемеровского государственного университета. Сер. Филология. – Кемерово, 2002. – Вып. 4 (12). – С. 100–105.
8. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике. Издание третье, стереотипное / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Издательство «Истоки», 2003. – 170 с.
9. Попова З. Д. Семантико-когнитивный подход как направление когнитивной лингвистики / З. Д. Попова, И. А. Стернин // Vitainlingua : К юбилею профессора С. Г. Воркачева: Сборник статей / отв. ред. В. И. Карасик. – Краснодар : Атриум, 2007. – С. 171–180.
10. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: Изд. 2-е, испр. и доп. / Ю. С. Степанов. – М. : Академический проект, 2001. – 990 с.
11. Шевченко И. С. Подходы к анализу концепта в современной когнитивной лингвистике / И. С. Шевченко // Вісник ХНУ. – 2006. – № 725. – С. 192–195.
12. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М. : Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 248 с.
13. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
14. New Webster's Dictionary and The saurus of the English Language. – Danbury, 1993. – 1216 p.
15. Oxford English Reference Dictionary. – Second Edition. – Oxford – New York, 1996. – 1765 p.

УДК 811.161.2'276:659.1

О. Ф. Мінкова, Ю. А. Надольська,

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, м. Мелітополь

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглядаються мовні особливості, специфіка та основні вимоги до публіцистичного рекламного тексту. Значна увага приділяється мові, бо вона є результатом багатовікового розвитку і несе від покоління до покоління всі надбання народу, зберігаючи традиції, звичаї, морально-етичні й естетичні ідеали.

Ключові слова: публіцистичний рекламний текст, мова, рекламний стиль, інформативна та експресивна функція.

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются особенности, специфика и требования к публицистическому рекламному тексту. Значительное внимание уделено именно языку, потому что язык – это результат многовекового развития, несущий от поколения к поколению все достояния народа, сохраняя традиции, обычаи, морально-эстетические идеалы.

Ключевые слова: публицистический рекламный текст, язык, рекламный стиль, информативная и экспрессивная функция.

LINGUISTIC PECULIARITIES OF PUBLICIST ADVERTISING TEXTS: THEORETICAL ASPECTS

The article deals with the linguistic peculiarities, specifications and main requirements to publicist advertising text. The attention is mostly paid to the language, as it is the result of long-lasting development and it passes from one generation to another one all people's achievements saving traditions, customs, moral-ethic and aesthetic ideals. The article notes that the main communicative objectives of the advertising text is a statement of facts, descriptions, specification, reasoning, establishing contact, the impact on a mass audience. Analyzed the culmination of the advertising text, which is based on psychological factors and requirements to advertising of a journalistic text. Important role for the header in the construction of the advertis-