БІБЛІОГРАФІЯ

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл / Арутюнова Н. Д. – М. : Наука, 1976. – 383 с.
2. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Вольф Е. М. – М. : Наука, 1985. – 228 с.
3. Выготский Л. С. Развитие высших психических функций / Выготский Л. С. – М., 1960. – 500 с.
4. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / Гумбольдт В. фон. – М. : Наука, 1984. – 397 с.
5. Звегинцев В. А. Предложение и его отношение к языку и речи / Звегинцев В. А. – М. : Изд-во МГУ, 1976. – 307 с.
6. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підруч. [для студ. філ. спец. вищ. навч. закл.] / Кочерган М. П. – К. : ВЦ "Академія", 2006. – 464 с.
7. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / Леонтьев А. А. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
8. Лурия А. Р. Язык и сознание / Лурия А. Р. – М. : Изд-во МГУ, 1979. – 319 с.
9. Меркулов И. П. Когнитивные способности / Меркулов И. П. – М. : ИФ РАН-ГУГН, 2005. – 182 с.
10. Падучева Е. В. Высказывание и его соотношение с действительностью: референциальные аспекты семантики местоимений / Падучева Е. В. – М. : Наука, 1985. – 272 с.
11. Потебня А. А. Мысль и язык / Потебня А. А. – К. : СИНТО, 1993. – 192 с.
12. Психология : словарь / [ред. А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский]. – М. : Политиздат, 1990. – 494 с.
13. Сорокин Ю. Е. Синтаксические конструкции приблизительной оценки в современном английском языке : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. фил. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки" / Ю. Е. Сорокин. – М., 1988. – 16 с.
14. Бацевич Ф. С. Когнітивне і лінгвальне в процесах вербалізації (на матеріалі аномальних висловлень) / Ф. С. Бацевич // Мовознавство. – 1997. – № 6. – С. 30–36.
15. Кубрякова Е. С. О номинативном компоненте речевой деятельности / Е. С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – 1984. – № 4. – С. 13–22.
16. Подлесская В. И. О лексических маркерах хезитации в спонтанной речи: уроки армянского / В. И. Подлесская, В. Г. Хуршудян // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. Труды межд. конф. „Диалог 2006" (Бекасово, 31 мая–4 июня 2006 г.). – 2006. – № 4. – С. 429–439.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ганна Кірсанова – аспірант кафедри англійської філології Запорізького національного університету.
Наукові інтереси: лінгвокогнітивістика, дискурсологія.

МОВНИЙ АКТ "КОМПЛІМЕНТ" В СУЧАСНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Наталія КУЗЕННА (Кіровоград, Україна)

Статтю присвячено комплексному аналізу мовного акту "комплімент": його основним рисам та особливостям, структурі та впливу на людей.

The article is dedicated to the complex analysis of language act "compliment": its basic features and peculiarities, structure and influence over people.

Сфери міжособистісних стосунків, комунікації належать до першооснов людського світу. Особливої гостроти ці проблеми набувають із наростанням у сучасних обставинах цивілізації усамітнення, індивідуалізму, постійних спроб маніпулювання людиною, її свідомістю і психічним станом у цілому, стереотипізацією людських взаємостосунків. Спілкування як форма діяльності людини з його найрізноманітнішими особливостями й проявами привертає останнім часом все більше уваги вчених, політиків, представників сфери бізнесу. Комунікація – "це один із виявів соціальної взаємодії, в основі якого лежить обмін думками, почуттями, волевиявленнями з метою інформування" [5: 31].

Актуальність нашого дослідження обумовлена комунікативною спрямованістю сучасної лінгвістики. Проблема успішної реалізації мовної комунікації вирішується багато в чому за допомогою компліменту. Комплімент як один із атрибутів мовної поведінки привертає увагу багатьох лінгвістів. На сьогодні вивченню компліменту присвячені дослідження з різних галузей гуманітарних знань: прагматики, лінгводидактики, лінгвістики, культурології, теорії тексту, риторики, соціології (Н.Н. Германова, О.С. Іссерс, В.І. Карасик, В.В. Леонтьєв, І.С. Морозова, Е.С. Петеліна та інші).

Метою статті є виявлення лінгвокультурологічних характеристик українського та англійського компліментів. Визначено декілька необхідних для розв'язання **завдань:** окреслити місце компліменту в мовному етикеті та в комунікативній поведінці носіїв мови, виявити основні форми та види компліментів, їх тематичні групи, з'ясувати специфіку чоловічих та жіночих мовних стратегій і тактик.

Комплімент є невід'ємною частиною мовного етикету, що використовується в різних мовленнєвих ситуаціях: під час зустрічі, прощання, поздоровлення і т. ін. Такі форми мовного спілкування національно зумовлені, мають гендерні особливості та вписуються в актуальні проблеми сучасної лінгвістики. Комплімент входить до класу експресивів і

належить до неінформативних мовних дій, тож має регулятивний, індексальний та емоційно-оцінювальний зміст [7: 183]. Деякі лінгвісти трактують комплімент як «вербальний подарунок» адресату, що складається з позитивної оцінки зовнішнього вигляду, досягнень, успіхів адресата. Більшість компліментів, що зустрічаються в культурі англомовних країн, має за мету «зламати лід», зробити перший крок і дати початок розмові.

У кожній культурній спільноті існує загально визначене уявлення про те, що є «правильною відповіддю» на почутий комплімент, однак, не дивлячись на це, багато хто відчуває збентеження, коли отримує комплімент на свою адресу.

Комплімент – приємні, люб'язні слова; похвала, лестощі. В англійському варіанті: Compliment – a remark that express praise or admiration (вислів, що виражає похвалу та захопленість).

Мовний акт компліменту є двоходовим утворенням: комплімент – відповідь на комплімент. Типи таких мовних актів принципово різняться в залежності від дистанції між учасниками спілкування. Формальним знаком прийняття компліменту звичайно є посмішка, подяка, кивок. Підозрілий погляд та пауза свідчать про спробу адресата визначити причину компліменту. Помічено, що обмін компліментами у вигляді експліцитних знаків характерний в першу чергу для малознайомих людей.

Основна функція компліменту полягає у створенні або підтримці солідарності між адресантом та адресатом [12]. Роль досліджуваних мовних явищ у західних культурах настільки помітна, що вони були образно, але дуже точно названі «змазувальним матеріалом для суспільства» ("social lubricant") [13].

Як різновид мовного акту, комплімент володіє низкою характеристик: є умовою успішності; відзначається іллокутивною силою та перлокутивним впливом на співрозмовника; мовний акт компліменту може бути як поширеним, так і непоширеним реченням; виражається вербально та невербально; має на увазі взаємодію як мінімум двох суб'єктів – адресанта й адресата.

Комплімент часто порівнюється з такими поняттями, як «схвалення» та «лестощі». Різниця між поняттями є досить тонкою. Вона полягає в тому, що комплімент, на відміну від схвалення та лестощів, передбачає позитивний вплив на адресата і є більш широким поняттям, ніж вищезазначені слова. Комплімент входить до складу мовного етикету, який є системою сталих формул спілкування, що використовуються суспільством для встановлення мовного контакту співрозмовників. Послуговуючись науковими дослідами В.А. Маслової, мовний етикет розуміємо як «соціально задані та культурно-специфічні правила» поведінки людей в тих чи інших ситуаціях спілкування. Мовний етикет відповідає «соціальним та психологічним функціям, рольовим та міжособистісним відношенням», в які вступають люди «в офіційних та неофіційних обставинах спілкування» [4: 47].

За змістом комплімент поділяється на такі різновиди: 1) **комплімент-схвалення,** що сприймається адресатом як позитивна оцінка та має щирий характер; 2) **комплімент-лестощі** виражають перебільшене вихваляння співрозмовником якостей адресата та має нещирий характер; 3) **комплімент-насмішка** несе в собі нещире захоплення з боку адресанта; 4) **комплімент-подяка** являє собою кліше та має етикетний характер; 5) **комплімент-іронія;** 6) **комплімент-поздоровлення**; 7) **комплімент-привітання**; 8) **комплімент-прощання**; 9) **комплімент-співчуття** виражає бажання адресанта заспокоїти, підтримати адресата та має щирий характер; 10) **комплімент-прохання** являє собою інтенцію адресанта отримати бажане та має нещирий характер; 11) **комплімент-вибачення** може мати як щирий, так і нещирий характер; 12) **комплімент-звертання**; 13) **комплімент-порівняння;** 14) **комплімент-питання**; 15) **комплімент-вигук** розкриває позитивну оцінку якостей адресата інтонаційно з метою більш сильного впливу на адресата.

Комплімент за своєю **комунікативною спрямованістю:** 1) **прямий комплімент,** направлений безпосередньо на адресу співрозмовника: – *Yes, you've wonderful taste, Ernest* (O. Wilde «The Importance of Being Earnest»*);* 2) **непрямий комплімент,** направлений за адресою співрозмовника опосередковано або в бік людини, яка не бере участі в комунікації: – *He is just as superior as ever.* (J.Austen «Emma»); 3**) взаємонаправлений комплімент** передбачає наявність двох суб'єктів у комунікації та спрямований безпосередньо на адресу

комуніканта. Його особливість полягає в тому, що обидва комуніканта роблять один одному комплімент, тобто кожен з них виступає і адресантом, і адресатом: – *You were lovely. Just killing lovely. – So were you (*Updike, 1978: 65); 4) **комплімент собі самому**, направлений на адресанта, тобто адресантом і адресатом цього виду компліменту стає одна і таж сама людина: – *...but every man we know, compared to me , is a clunk. Really. I'm not conceited, but that's a fact* (Updike, 1978:53).

Так, прямий комплімент більш характерний для української лінгвокультури, а непрямий – для англійської. Взаємонаправлені компліменти не є типовими видами компліментів для обох лінгвокультур. Натомість для української типовим є використання компліменту до самого себе.

Компліменти за **кількістю адресатів**: 1) комплімент одному адресату; 2) комплімент колективному адресату: – I had the privilege of meeting your mother and dad when they had their little chat with Dr. Thurmer some weeks ago. They're grand people (Salinger, 2007).

Компліменти можна поділити за **тематичними групами**: внутрішні якості адресата, зовнішні якості адресата, компліменти, що виражають ставлення адресанта до адресата, компліменти на адресу сім'ї та близьких співрозмовника, предмети та речі, що оточують адресата, його хобі.

Багато років як іноземні, так і вітчизняні вчені приділяли увагу статистиці використання компліменту та його об'єктивному змісту. Так, Дж. Хомс виявила, що більшість компліментів в англійській мові направлені на зовнішність та здібності (81,3%), гарний виступ, промову та деякі особливості характеру [11: 496]. Р.В. Серебрякова надала такі показники дослідження англійської мови: «В англійському спілкуванні переважають компліменти внутрішнім, моральним якостям людини, вони складають 18% усіх зафіксованих компліментів. Трохи поступаються їм компліменти зовнішньому вигляду людини у цілому (15%) та компліменти, що оцінюють професіоналізм та здібності особистості (14%). Рідше зустрічаються компліменти житлу та обстановці (3%), компліменти, що характеризують прикраси (2%), та компліменти імені (1%) [6].

В українському спілкуванні з найбільшою частотністю вживаються компліменти зовнішньому вигляду людини, друге місце за частотністю використання займають компліменти, які оцінюють професіоналізм або окремі здібності людини, на третьому місці знаходяться загальнооцінювальні компліменти. З однаковою частотністю використовуються компліменти стосовно розумових здібностей та компліменти щодо окремих елементів зовнішності. Із найменшою частотністю зустрічаються мовні одиниці, що характеризують прикраси та захоплення іменем. Непопулярні також компліменти на тему житла, домашньої обстановки.

Англійські комуніканти частіше виділяють у компліментах такі якості людини, як щедрість, сміливість, скромність, вихованість, чесність, релігійність, а українські – доброту та розум, наприклад: – *I know what* ***a modest creature*** *you are* (J.Austen «Sense and Sensibility»). Українськими комунікантами часто відзначається здібність гарно розмовляти, а от англійськими – красиво розмовляти та писати.

В українській лінгвокультурі адресантами виокремлюється тільки зовнішність у цілому та окремо очі, компліменти щодо зачіски, прикрас чи одягу відсутні. Англійський комунікант відзначає компліментом зовнішні дані в цілому, окремо волосся, очі, прикраси, манеру одягатися, наприклад: – *You're young. You're better-looking now than when I first met you* (Updike, 1978: 96).

В англійській лінгвокультурі набагато частіше саме жінка стає адресантом компліментів щодо зовнішності та зовнішнього вигляду будь-якого адресата, жінки або чоловіка, а в українській лінгвокультурі – чоловік.

Компліменти відповідно до здібностей адресата більш різноманітні в англійській лінгвокультурі, ніж в українській. Англійські комуніканти підкреслюють якісний аспект вміння малювати, грати на фортепіяно, співати, наприклад: – *If I could but* ***play as well as you and Miss Fairfax*** (J. Austen «Emma»). В українській лінгвокультурі компліментом відзначається тільки факт володіння музичним інструментом.

Викликати позитивну оцінку в англійській лінгвокультурі можуть будь-які дії співрозмовника, що часто носять складний характер, тому мовець не описує їх, а замінює дієсловами to do і to make: – *She is a remarkable girl, Harry, with seven strikes against her from birth, but she's done a remarkable thing. – What? – She's come to grips* (Updike, 2005: 59–60).

Для українського комуніканта характерні такі інтенціональні особливості компліменту: заспокоїти адресата, викликати жаль з його боку. Спільними є такі інтенції комунікантів в англійській та українській лінгвокультурах: виразити свою симпатію, вшанування та повагу адресату, установити дружні стосунки, отримати бажане, поздоровити комуніканта або полестити йому.

На лексичному рівні комплімент характеризується високим рівнем емотивності. Комплімент є специфічним емотивним висловлюванням, котре виконує функцію оцінки. Об'єкт компліментарної оцінки – це людина, предмет, до яких відноситься комплімент. Компліменти, які мають оцінювальний характер містять у собі конотативну лексику. Зіставлення лінгвістичних форм українських та англійських компліментів засвідчило, що обидві лінгвокультури мають велику кількість оцінювальної, емоційно-забарвленої, емотивної лексики, яка надає компліментам високу тональність. В обох мовах мають місце емотивні прикметники, іменники та дієслова, інтенсифікатори, прислівники-інтенсифікатори, вигуки, імена адресатів, наприклад: – *Ви така бліда, прекрасна, чарівна …*; – *My dearest Emma, do not pretend, with you* ***sweet*** *temper…*(J. Austen «Emma»). Однак для українського компліменту типовим є використання прислівникових зворотів, великої кількості вокативів (крихітко моя, ангеле) та прикметників й іменників у зменшено-пестливих формах, наприклад: – *… вона гарнесенька, дуже гарнесенька …* У структурі англійського компліменту використовуються повні синтаксичні конструкції, емотивні дієслова (to be glad, to be delighted), прикметники з яскраво вираженою позитивною конотацією (pretty, fine, nice), підсилювальні прислівники (so much, extremely), інтенсифікатори (very, so, too), вигуки (oh, gosh) та лексичні одиниці з протилежним значенням, наприклад: – *Lucy is* ***monstrous pretty****, and so good-humoured and agreeable* (J. Austen «Sense and Sensibility»). А. Вежбицька пояснює характерність використання протилежних сполучень для англійської мови тенденцією до зменшення, тобто прагненням тактовно, обережно передати свою думку або враження, що певно, пов'язано з "табу на відкритий прояв емоцій" в англосаксонській культурі [1]. Для вираження захоплення зовнішністю співрозмовника мовець в англійському компліменті може використовувати такі прикметники, як beautiful, wonderful, graceful, gorgeous, sweet. – *My own dear, sweet, loving little darling! (O. Wilde «The Importance of Being Earnest»).*

На синтаксичному рівні компліментарні висловлювання характеризуються різними типами речень. Роблячи комплімент, мовець намагається переконати свого співрозмовника в правдоподібності почутого, тому обирає різні види речень і конструкцій у структурі компліменту. Англійські та українські компліменти будуються за однаковими схемами: 1) підмет + іменний присудок (дієслівний); 2) конструкції, які починаються з «Як … !», «Скільки … !» «Який (які) … !» та їх еквіваленти в структурі англійського компліменту, що починаються з «What … !», «How … !»; 3) інверсія; 4) порівняльні конструкції; 5) найвиий ступінь порівняння прикметників. Відмінності в лінгвокультурах на синтаксичному рівні віддзеркалюють особливості конкретної мови. Так, для українського компліменту характерно використання односкладних речень, наприклад: – *Чудова, світла особистість.* Англійській мові властиві наступні синтаксичні структури: 1) використання конструкцій there is/are; 2) конструкції зі зворотами «I know», «I think», «I am sure», «I hope», «I dare say», «I assure you»; 3) компліменти, побудовані за схемою складного речення умовного способу.

Компліменту властиві інтенції. Деякі з них, як, наприклад, виразити симпатію стосовно адресата, поздоровити його, висловити своє захоплення ним, отримати бажане, присутні в обох лінгокультурах. Однак для української характерні інтенції, котрих немає в англійській. Можна виокремити такі основні з них: викликати жалість з боку адресата, заспокоїти його.

Також слід зазначити, що комплімент втілюється вербальними і невербальними засобами. Словесні засоби вираження компліменту мають багато спільного в обох лінгвокультурах: емотивні прикметники, іменники, дієслова, ім'я адресата, вигуки, вокативи.

Невербальні засоби спілкування (жести, сміх, сльози) більш характерні для української лінгвокультури, ніж для англійської.

Комплімент як форма мовного етикету має певні національно-культурні особливості та може розглядатися через призму культурно-мовних традицій.

У кожному суспільстві етикет поступово розвивався як система правил поведінки, система дозволу і заборони, що створюють у цілому моральні норми [8: 44–45].

Компліменти змушують комунікантів взаємодіяти згідно певним моделям поведінки. На основі порівняльного аналізу використання компліментів приходимо до висновку про те, що представники різних націй роблять компліменти, керуючись різною метою. Так, наприклад, українці роблять комплімент для того, щоб викликати симпатію співрозмовника, привабити його до себе, а комплімент англійців часто носить етикетний характер. Отже, комплімент має національно-культурні особливості.

Комплімент як частина мовного етикету володіє не тільки національною, але й гендерною специфікою. Основним адресантом компліментарного висловлювання в українській лінгвокультурі є чоловік, а в англійській – жінка.

Під гендером розуміється реально існуюча система міжособистісної взаємодії, за допомогою якої створюється, підтверджується та відтворюється уявлення про чоловіче та жіноче як категорії соціального порядку. Чоловік і жінка належать до різних соціальних груп і виконують різні соціальні ролі. Очевидно, що й моделі їх мовної поведінки можуть мати певні відмінності. Оскільки мовна поведінка гендерів (чоловіка та жінки) будується на основі історично утворених стереотипів, котрі зафіксовані в мові, то можна сказати, що гендерні стереотипи – це система уявлень про те, як повинні поводитися чоловік та жінка. У представників різної статі і стратегії поведінки, і стратегії мовної комунікації різні [3: 119].

Жіночі та чоловічі компліменти часто протиставляються. Це пояснюється тим, що чоловіки та жінки по-різному поводять себе у ситуаціях спілкування. Комунікативна поведінка жінок може бути охарактеризована як зорієнтована на встановлення контактів із співрозмовником та кооперативна (affiliative and cooperative), на відміну від комунікативної поведінки чоловіків, котра характеризується як конкуруюча та орієнтована на контроль (competitive and control-oriented) [10: 67].

Подібні відмінності в комунікативній поведінці чоловіка та жінки є причиною їх різного сприймання компліменту. Жінки відносяться до компліменту як до висловлення позитивної ввічливості (тобто висловлювання, що демонструють єдність та солідарність), а для чоловіків комплімент – це висловлення негативної ввічливості (тобто висловлювання, що надають свободу дії) [9: 78].

Отже, комплімент являє собою двоскладову мовну дію на зразок: комплімент (репліка-стимул) – відповідь на комплімент (репліка-реакція). Компліменти не тільки виражають щире захоплення позитивними рисами людини, але й можуть замінювати вітання, вдячність або вибачення, та доводити до мінімуму дії, що загрожують адресату (face-threatening acts), такі як критика та лайка (Brown and Levinson, 1987; Holmes, 1988 and Wolfson, 1983, 1989).

Аналіз компліменту в англійській лінгвокультурі дозволяє зробити висновок про те, що англійський комплімент носить етикетний характер. Для англійського комуніканта комплімент – це скоріше «етикетний стереотип, кліше», ніж вираження симпатії до адресата, як це є характерним для українського комуніканта.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Вежбицкая А. Редупликация в итальянском языке // А. Вежбицкая. Семантические универсали и описание языков. – М., 1999.
2. Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Институт языкознания РАН, Волгоградский педагогический институт, 1992. С. 124; Herbert R.K. Sex-based differences in compliment behavior // Language in Society. 1990. Vol.19. №2. P. 201-202; Herbert R.K., H.S. Straight. Compliment-rejection versus compliment-avoidance: listener-based versus speaker-based pragmatic strategies // Language and communication. 1989. Vol. 9. № 1. P.37.
3. Леонтьев В.В. Женские комплименты в английской лингвокультуре // Вестник ВолГУ. Сер.2: Языкознание. – Вып.1. – 2001. – С. 118-123.
4. Маслова В.А. Лингвокультурология: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр “Академия”, 2004. – 208с.
5. Радевіч – Винницький Я. Етикет і культура спілкування. – Львів: Сполом, 2001.
6. Серебрякова Р.В. Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2001. – №1.
7. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 170–194.

8. Формановская, Н.И. Речевой этикет и культура общения. – М.: Высш. шк., 1989. – 159 с.
9. Brown P., S. Levinson. Politeness: Some Universals in Language Use. Cambridge: Cambridge University Press. 1992 (2nd ed.).
10. Cameron D. Feminism and Linguistic Theory. London: MacMillan, 1985; Smith P. Language, the Sexes and Society. Oxford: Blackwell Publishers, 1985.
11. Holmes J. Paying compliments: A sex – preferential politeness strategy // Journal of Pragmatics. – 1988. Vol.12. № 4.
12. Wolfson N, Manes J. The compliment as a social strategy // Papers in Linguistics. – 1980. Vol.13. № 3.
13. Wolfson N. An empirically based analysis of complimenting in American English // Sociolinguistics and Language Acquisition. Rowley, London: Newbury House Publishers, 1983. P. 86.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Наталія Кузенна – аспірант кафедри перекладу та загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університетут імені Володимира Винниченка.
Наукові інтереси: лінгвокультурологія, міжкультурна комунікація, зіставне мовознавство.

ДО ПИТАННЯ ПРО ВАРІАНТ ТА ВАРІАТИВНІСТЬ ЯК ІДЕОЕТНІЧНОГО ФЕНОМЕНУ НА ПРИКЛАДІ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Поліна КУЗЬКО (Запоріжжя, Україна)

Стаття присвячена дослідженню проблеми варіанта / варіативності та відносин між цими феноменами. Автор розкриває взаємозв'язок між ними та розглядає співіснування цих явищ на території Німеччини.

The article tackles the problem of variation / variability and their correlation with each other. The author's attention is concentrated on the defining of these notions and on the relations of these phenomena in Germany.

На початку 90-х років відомий німецький дослідник у галузі соціолінгвістики П. Браун [9] стверджував, що кожна мова є «полісистемою» форм. Так, скажімо, національному варіанту німецької мови властиві такі форми існування, як стандартна *Standardsprache*, литературна *Literatursprache*, розмовна *Umgangssprache*, спеціальна *Fachsprache*, *Sondersprache*, а також територіальні різновиди, так званні «алосистеми» (діалекти, говірки, географічні та історичні варіанти). Інакше кажучи, як зазначає А.І. Домашнев [2: 82], національний варіант мови «формує власну соціофункціональну модель», яка складається з кількох варіантів.

Теоретично важливими поняттями у цьому зв'язку є «варіантність» і «варіативність» [4: 49-50]. Під першим розуміється спосіб існування системи мови і норми. Вона передбачає наявність двох або декількох рівноправних варіантів на даному синхронному зрізі, що дозволяє вибирати з низки можливих той, який диктується умовами комунікації. *Варіативність* натомість розуміється як універсальна, іманентна властивість мови, що забезпечує її функціонування та розвиток в умовах комунікації, які постійно змінюються, здатність мови до модифікування. А *варіантом*, відповідно, буде вважатися конкретна реалізація цієї властивості, потенційної здатності мови до варіювання. Важливу роль у цьому відіграють також такі фактори, як територіальна й соціальна належність мовця, його вік, професія, ступінь володіння вимовною нормою.

Зазначимо, німецька мова є не лише територіально варіативною (що взагалі-то є властивим для більшості мов), але й національно (і національно-державно) негомогенною. Вона скоріше складає своєрідну «кореляційну ієрархію, до якої входять часткові мікросистеми (власне німецька, австрійська, швейцарська тощо)» [2: 10]. Ці мікросистеми (носіями яких є члени окремого національно-державного утворення) принципово відрізняються від територіальних, соціальних, групових діалектів та інших форм існування мови. Така особливість розвитку німецької мови зумовила їх характер як полінаціональних і поліцентричних, тобто таких, які відносно автономно розвивають свою систему, а отже формують стандартну норму у рамках нації і держави.

Німецька мова є своєрідною «архісистемою», що поділяється на кілька функціональних підсистем, які відрізняються територією поширення. Одні з них мають політично-адміністративний базис, тому їх ще називають *Arealsprachen*, і інші розуміють як регіональна мова – *Dialekte.* До цього часу в германістиці вивчались переважно такі варіанти німецької