

(статья первая) / Владимир Александрович Салимовский // Текст. Стереотип и творчество: межвуз. сб. науч. трудов. – Пермь: Реал, 1998. – С. 50 – 75. 8. Салимовский В.А. Речевые жанры научного эмпирического текста (статья вторая) / Владимир Александрович Салимовский // Текст. Стереотип и творчество: межвуз. сб. науч. трудов. – Пермский университет, 1999. – С. 40 – 65. 9. Тюпа В.И. Коммуникативные стратегии теоретического дискурса / Валерий Игоревич Тюпа // Критика и семиотика. – 2006. – Вып. 10. – С. 36 – 45. 10. Baudouin J. Introduction à la science politique / Jean Baudouin. – P.: Dalloz, 2004. 11. Braud Ph. La vie politique / Philippe Braud. – P.: PUF, 1992. 12. Dijk T.A. van. Semantic Discourse Analysis / Teun A. van Dijk // Handbook of discourse analysis.

– L.: Academic Press 1985. – Vol. 2. – P. 107 – 120. 13. Rancière, AB – Rancière J. Aux bords du politique / Jacques Rancière. – P.: Gallimard, 2004. 14. Revue française de science politique. 15. Searle J.R. Sens et expression. Etudes de théorie des actes de langage / John Rogers Searle. – P.: Editions de Minuit, 1982. 16. Tenzer N. La république / Nicolas Tenzer. – P.: PUF, 1993.

Надійшла до редколегії 27.09.11

М. Крижановська, канд. філол. наук

ЕТНОСПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБ'ЕКТИВАЦІЇ КОНЦЕПТУ AMICIZIA В КООПЕРАТИВНОМУ СПІЛКУВАННІ В ІТАЛІЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Статтю присвячено дослідженню етноспецифічних особливостей вербалізації концепту AMICIZIA в італійській мові. Вербалізація концепту досліджується з урахуванням когнітивних, історичних, соціальних та психологічних чинників в особистісно орієнтованому кооперативному спілкуванні.

Ключові слова: концепт, вербалізація концепту, кооперативне особистісно орієнтоване спілкування, етноспецифічні особливості.

Статья посвящена исследованию этноспецифических особенностей вербализации концепта AMICIZIA в итальянском языке. Вербализация концепта исследуется с учетом когнитивных, исторических, социальных и психологических особенностей в личностно ориентированном кооперативном общении.

Ключевые слова: концепт, вербализация концепта, личностно ориентированное кооперативное общение, этноспецифические особенности.

The article tackles the problem of ethnospecific peculiarities of verbalization of concept AMICIZIA in Italian language. Cognitive, historical, social and psychological factors of concept's verbalization are analyzed in cooperative personal oriented communication.

Key words: concept, concept verbalization, cooperative personal oriented communication, ethnospecific peculiarities.

Мета. Враховуючи орієнтацію наукової думки на конвергентне вивчення когнітивних характеристик мовних одиниць та дискурсивних параметрів, тенденцію до визначення етнокультурної маркованості концептів та засобів їх об'єктивації, у даній статті здійснюється дослідження етноспецифічних особливостей об'єктивації концепту AMICIZIA в кооперативному особистісно-орієнтованому спілкуванні представників італомовного соціуму.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена необхідністю дослідження об'єктивації етнорелевантних концептів у мовленні адресанта та адресата, відсутністю в італіїністиці робіт, присвячених лінгвокультурній специфіці вербалізації концепту AMICIZIA в кооперативному особистісно орієнтованому спілкуванні італійців.

Наукова новизна даної лінгвістичної розвідки визначається тим, що вперше в італіїністиці розглядаються етнорелевантні особливості об'єктивації концепту AMICIZIA шляхом інтерпретації впливу етно-культурної специфіки національного менталітету та поведінки італійців та когнітивно-комунікативних характеристик кооперативної особистісно-орієнтованої інтеракції.

Об'єктом виступає концепт AMICIZIA сучасної італійської лінгвокультури.

Предмет складають різночастинномовні одиниці італійської мови, за допомогою яких здійснюється об'єктивація концепту AMICIZIA в особистісно-орієнтованому кооперативному дискурсі.

У дослідженні концептів та концептосистем в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики сучасні лінгвісти, зокрема А.М. Приходько, спираються на ідею етнокультурної маркованості концепту, "яка вирішується через з'ясування таких культурно релевантних явищ, як ментальність, менталітет, етос, стереотип, національна ідентичність" [3, с. 9]. Концепт розглядається, таким чином, як "своєрідна мірна одиниця етнічного менталітету, найсуттєвіші властивості якої визначаються ціннісними орієнтирами соціокультурного й етнопсихологічного порядку" [3, с. 295]. Спираючись на тлумачення концепту, як етно-соціо-психо-лінгво-культурного феномену [3, с. 51], зазначимо, що саме різноманіття соціокультурних факторів, традицій, особливості менталітету та

національного характеру представників окремого етносу, особливості їх фонових знань впливають на особливості об'єктивації концепту представниками окремої лінгвокультурної спільноти.

Менталітет італійців спирається на систему національних цінностей, які вироблялись протягом віків та фіксувалися у мовній свідомості в вигляді концептуальних домінант, "ціннісних орієнтирів етнолінгвокультури, що стали пріоритетними для кожного її представника" [3, с. 296]. Концепт AMICIZIA є одним з найуживаніших концептів італійської лінгвокультури. Концептуальним референтом даного концепту виступає високоабстрактне поняття дружби, яке має виражену емоційність змісту та насиченість асоціативного ряду. Дружба, як приклад кооперативно спрямованого спілкування, спирається на односпрямованість інтенцій комунікантів, досягнення консенсусу в процесі інтеракції, ефективне подолання інформаційних лакун, створення спільного первинного та вторинного інформаційного полів [2, с. 69–72, 86–96]. З точки зору комунікативної лінгвістики, існування дружніх стосунків між адресантом та адресатом передбачає наявність довготривалих, регулярних контактів, а також перебування в одному середовищі, що виражається у володінні значним спільним об'ємом знань, комунікативних схем, уподобань, звичок, традицій. За таких умов отримання нової важливої інформації стимулює спілкування з адресатом-другом із метою поповнення об'єму спільної інформації. В основі його збільшення лежить односпрямованість інтеракції, а саме інформаційно-презентативної, аксіологічної та аргументативної діяльності адресанта та адресата та збалансованість компоненту лідерства [2].

Особливості вербалізації концепту AMICIZIA мають свої соціально-історичні витоки. Так, дослідниця Д.А. Шевлякова наголошує на тому, що для пересічного італійця національна ідентичність пов'язана, перш за все, з відчуттям "малої батьківщини" – родини, комуні, регіону. Цей феномен пояснюється тим, що до періоду індустріалізації країни значна частина виробництва базувалася на сімейному принципі. Представникам італомовного соціуму притаманне виражене "почуття належ-

ності до співтовариства "малої батьківщини" – міста чи селища, – яке є зворотною пропорційним довірі загальнонаціональним урядовим інституціям" [5, с. 18].

У такій сучасній інтерпретації етнокультурної специфіки національного менталітету італійців наповнення концепту AMICIZIA набуває особливого змісту: концепт стає вираженням існування особистості у дружньому середовищі, вічних людських цінностей відданості, взаєморозуміння, підтримки. В даному концепті імпліцитно закладено зміст духовної, психологічної, географічної, національної та ідеологічної близькості. Сказане підтверджується існуванням значного корпусу італійських приказок та прислів'їв (щонайменше 38 за даними І.Г. Костянтинової), які об'єктивують цей концепт та його ключові складові – іменник AMICO у сполученні з зафіксованими позитивними та негативними етноспецифічними оцінками, уявленнями про навколишній світ, звичаї та побут [1, с. 27–31]. Поняття дружби та наявність друзів для італійців пов'язане: з відчуттям значної тривалості у часі (*Amicizia che cessa non fu mai vera. Amicizia e vino se non son vecchi non valgono un quattrino. Le amicizie devono essere immortali e le inimicizie mortali. Prima di scegliere l'amico bisogna averci mangiato il sale sette anni*); з почуттям емоційного та психологічного комфорту, захищеності (*L'amico si vede nella necessità. Il buon amico nel mal si conosce. L'oro si affina al fuoco e l'amico nelle sventure*); з позитивним ціннісним сприйняттям дружніх зв'язків з іншими людьми (*Meglio un amico in piazza ce cento once in tasca. Trova un amico e troverai un tesoro, dice la Bibbia, e sono parole d'oro*), причому дружба порівнюється зі скарбом, золотом, а справжніх друзів в житті небагато (*I veri amici si contano sulle dita di una mano. Amico di ognuno amico di nessuno. Amico di tutti e di nessuno, è tutt'uno. I veri amici sono come le mosche bianche*).

Dizionario di base della Lingua Italiana та Dizionario dei sinonimi e dei contrari визначають значення лексичної одиниці AMICIZIA як тісний зв'язок, що поєднує двох або більше людей, між якими панують почуття палкої живої прихильності [6, с. 50; 8]. Відповідно, іменник legame у першому своєму значенні вживається для вербалізації тісного дружнього зв'язку та прихильності між особистостями [6, с. 599]. В свою чергу, саме почуття прихильності інтерпретується як сильне духовне тяжіння до адресата, що примушує адресанта поділяти його позитивний чи негативний емоційний стан [8, с. 28]. Вищесказане дає можливість стверджувати, що комунікативні, соціальні та історичні фактори вказують на той факт, що однією з семантичних основ вербалізації досліджуваного концепту є сема СПІЛЬНОСТІ та БЛИЗЬКОСТІ.

Об'єктивація концепту спирається на його складноструктурованість, а саме понятійну, перцептивно-образну та валоративну складові [3, с. 57–60]. Денотативна, понятійна складова концепту AMICIZIA формується такими лексичними одиницями-іменниками як *amico, compaesano, connazionale, compagno, amico per la pelle, amico intimo, anima gemella, persona speciale, amico di tutta la vita*, які вживаються на позначення окремої особистості та / або групи людей, поєднаних за принципом наявності спільного світогляду, уподобань, фонових знань, а також національним, соціально-територіальним, релігійним принципами: *Siamo un bel gruppo, non credi? Mi ha insegnato i sani valori della famiglia. Fai come se fossi a casa tua, carissimo!*

Перцептивно-образна складова – це сукупність знань, образів та асоціацій, пов'язаних з денотатами. Так, в італійській лінгвокультурі образ друга пов'язаний із сумісними розвагами у молодому віці (*Noi con amici ci siamo divertiti un mondo!*), з освоєнням нового простору

за межами власного будинку, адже саме в компанії друзів молоді італійці "виходять прогулятися, розважитися" (*Usciamo insieme stasera con Roberto e Paola*), із задоволенням життям (*Noi con amici ce l'abbiamo spassata!*). З плином часу все більше підкреслюється довготривалість дружніх стосунків, яка, у свою чергу, має імпліцитну позитивну оцінку (*Ci conosciamo da una vita. Lo conosco da anni. La nostra amicizia ha più di dieci anni ed è destinata a diventare sempre più profonda*). Необхідно зазначити, що у такому хронологічному контексті характерним для представників італомовного соціуму є вербалізація спільності ідей та знань особистісного характеру, які складаються з імен, дат, подій, причому у процесі кооперативної інтеракції відбувається преференційна актуалізація фактологічної інформації з огляду на адресата. Емфатизації, акцентуації підлягає саме та частина інформації, яка містить дані про позитивне ставлення до адресата, увагу до його емоцій, думок, уподобань, інтересів: *E i tuoi esami? Hai detto che ti mancano ancora tre. Ieri avevi mal di gola. Ora va meglio, Anna? Come ha passato la notte Ale dopo l'intervento? E Rina cosa dice di Elena ammalata?*

Італійці часто вживають вирази *Faccio un salto da Rosa. Abbiamo fatto due chiacchiere con Antonio*. Іменник *salto* та числівник *due* вказують на недовгоплинність дії, однак, як у першому, так і другому прикладі дія пов'язана з інформаційним обміном-актуалізацією або реактуалізацією знань. Бути у курсі справ, знати про події, які відбуваються у містечку, подробиці про стан здоров'я адресата, останні новини в його сім'ї стає для італійця важливою передумовою досягнення консенсусу.

Про позитивну ціннісну складову концепту AMICIZIA в кооперативно спрямованому спілкуванні представників італомовного соціуму свідчать вживання позитивно маркованих прикметників *caro, carissimo, speciale, prezioso, importante: Carissimi amici come state? La tua amicizia è un dono prezioso per tutti noi. Sei molto importante per me. Caro Giorgio, ti porto sempre nei miei pensieri. La mia amica Marzia è una ragazza speciale. È una persona speciale nella mia vita*.

Високою частотністю використання характеризуються іменники зі значенням таких позитивних почуттів, як прихильність, повага, захоплення, радість, підтримка, ніжність, близькість, чутливість *affetto, tenerezza, gioia, vicinanza, sensibilità, stima*, дієслівний вираз зі значенням прихильності *volere bene a qualcuno: Ti adoro, amore mio. Complimenti, cara! Ti abbraccio con affetto! Provo una grande simpatia per lui. Ti voglio tanto tanto bene. Tutti noi ti vogliamo bene. Ti voglio un bene del mondo*.

Дієслова *mancare, condividere, essere presente* вживаються для об'єктивації бажання спілкуватися, бути разом, поділитися інформацією, відчутти спільність як позитивних, так і негативних моментів в житті друга-адресата: *Mi manchi, carissima. Sento molto la tua mancanza. Vorrei condividere con te questo momento di gioia*. У такому контексті використовується іменник *ricordo* та відповідне дієслово *ricordare*, що слугують для підкреслення спільності досвіду, та залучення адресата до ментально-емоційної діяльності адресанта: *Ti ricordo sempre. Ha tanti bellissimi ricordi dell'estate che abbiamo passato insieme. Ti penso sempre. Anche se sono assente, ma presente con lo spirito*.

Зважаючи на активність невербальної поведінки італійців, зазначимо, що концепт AMICIZIA, на нашу думку, отримує об'єктивацію також за рахунок вербалізації кооперативної невербальної поведінки. Шикоро використовуються іменники *bacio, abbraccio, stretta, sorriso*, дієслова *abbracciare, baciare, stringere al cuore, sorridere* з семантикою кооперативно маркованої не-

рбальної поведінки та наближення до адресата: *Un bacio. Bacioni. Una forte stretta al cuore. Un affettuoso abbraccio. Tanti abbracci alle bimbe. Un grosso bacio. Quando ti penso non posso far a meno che sorridere.*

Характерним для італомовного соціуму, за нашими спостереженнями, є процес преференційної **реактуалізації спільного первинного інформаційного поля та реактуалізації спільного психоемоційного стану**, який полягає у вербалізації у мовленні спільних для адресанта та адресата знань, оцінок, асоціацій, подій, сумісної діяльності у минулому, а також повторній об'єктивізації дружнього ставлення до адресата, позитивних почуттів, пов'язаних з ним. З цією метою вживаються ідіоматичні вирази на позначення емоційної близькості та спільності характерів *amico per la pelle, amico intimo, anima gemella, persona speciale*. Використовуються абстрактні іменники *sintonia, armonia*, які мають сему взаєморозуміння. Стверджувальні форми дієслів *capire, comprendere, intendersi* дієслівні вирази та ідіоми *capire al volo, essere sulla stessa lunghezza d'onda* вживаються на позначення ефективного обміну інформацією, наявності консенсусу.

Іменник *ricordo*, дієслово *ricordare*, ідіоматичні вирази з іменниками *cuore, anima, pensiero, stare a cuore, fare col cuore, avere a cuore, vicino col pensiero*, а також дієслівні вирази *essere felice, provare gioia, provare tenerezza per qualcuno* використовуються у мовленні адресанта на позначення позитивних емоцій, почуттів, асоціацій від спілкування / згадки про адресата:

L'abbiamo fatto col cuore. Ho provato una grande tenerezza nel vedere le foto dei tuoi bambini. Sono felice per Enrico. Vi porto sempre nel pensiero. Siete sempre nei miei pensieri, carissimi amici. Sono felice di essere tuo amico. Sono felice di aver un amico come te. Ti ricordi nonno Enrico? Ti ricordi di nonna Rina? Lei ha rotto un braccio. Siamo stati in una perfetta sintonia.

Об'єктивізація стану спільності відбувається також за допомогою прислівників *vicino* та *insieme*. Їх вживання підкреслює знаходження адресанта та адресата у спільному географічному, культурному, дискурсивному, психологічному, когнітивному просторах: *Portiamo sempre un bellissimo ricordo dei giorni trascorsi insieme a casa vostra. In questo difficile momento vi siamo vicini con il pensiero e con la preghiera. Vi siamo vicini con la preghiera e col pensiero. Ho visitato i posti dove siamo strati insieme. Vedrai, che insieme ce la faremo!*

Фокусування на спільній позитивній інформації за допомогою емпатії є типовим для італійців: це дозволяє вербалізувати у мовленні спільний емоційно-забарвлений епістемічний прошарок, спільний інтеріоризований адресантом та адресатом досвід, який у подальшому стає передумовою створення кооперативного настрою в даній комунікативній ситуації у теперішньому часі: *Ti capisco, come ti capisco, cara, due bimbe piccole non sono uno scherzo! Possa fare qualcosa per te? Hai bisogno di qualche cosa? Nel caso di eventuale bisogno di medicine faccelo sapere subito, va bene?*

Прикладом усного кооперативного особистісно-орієнтованого спілкування представників італомовного суспільства може слугувати модель інтеракції "спільна мовна мозаїка" [2, с. 118–128], в якій вербалізується взаєморозуміння на основі спільності епістемічного, емоційного, психологічного стану адресанта та адресата, а також збалансованість їх аксіологічної, аргументативної діяльності.

Характерним для вищезазначеної моделі є використання неповних речень, пропущені члени якого легко реконструюються з контексту або ситуації та відтворюються за змістом. Це допомагає виділити основне, го-

ловне в повідомленні, уникнути повторів, з іншого боку, свідчить про відсутність когнітивних лакун або їх ефективне заповнення. Широко застосовуються компліменти. Підкреслюється односпрямованість оцінки інших суб'єктів / об'єктів, що оцінюються. Існує максимальна збалансованість компоненту лідерства, що проявляється у відсутності переривань, дотримання максим ввічливості, кооперації: *-Le fa ancora vibrare? - Sì, mi fa ancora vibrare.*

- é stato un matrimonio felice? - Felicissimo. 35 anni insieme. Tre figli stupendi. - Cioè, una felicità... - Una felicità immensa. - Una coppia perfetta? - Perfetta.

- Brava! É così che si fa! Sei contenta? - Contentissima!-Tre figli, hai detto? -Tre, bellissimi.- Ti aiutano? - Molto. Sono la mia vita.

- Amore ad alta velocità? - A prima vista. - Vi siete sposati.. - A Dicembre, 4 mesi dopo. -Separati?- Due anni dopo. - Era davvero un'amore? -Domandone!

Письмове кооперативне особистісно-орієнтоване спілкування, зокрема тексти листівок, електронних листів, sms-повідомлень, слугують імпліцитній або експліцитній актуалізації концепту AMICIZIA за рахунок преференційного виконання експресивної та фатичної функцій повідомлення. Так, повідомлення про емоційний стан адресанта містять вербалізацію позитивних почуттів щодо адресата: *Tutti noi ti vogliamo bene. Sono davvero commosso dalla tua gentilezza. Sono felicissimo di averti conosciuta. Condivido il tuo grande dolore. Provo un sentimento molto speciale nei tuoi confronti*. Функцію підтримки контакту виконують короткі повідомлення, в яких, фактично, первинне інформаційне поле є відсутнім. Вони включають звертання до адресата (*Ciao, carissima. Ciao, Elenuccia!*), підкреслення "включеності" адресата до групи адресанта: *Ti ricordiamo nelle nostre conversazioni. Ti portiamo sempre nel cuore.*, нагадування про існування спільного досвіду у минулому: *Sei sempre con noi, soprattutto quando ritorniamo nei luoghi che abbiamo visitato assieme.*, об'єктивізацію позитивної футуральної перспективи спілкування адресанта та адресата, а саме реактуалізацію стану спільності: *...e che rivedremo assieme appena possibile!* Вищезазначені тексти закінчуються вербалізацією невербальних дій на позначення позитивних почуттів адресанта щодо адресата (*un bacione. Un forte abbraccio a te a alle bimbe. Baci dagli amici italiani.*), підписом-власним ім'ям, якому передую присвійний займенник (*Tuo Giorgio*), іменниками або прислівниками з семою позитивних емоцій по відношенню до адресата (*affettuosamente, con affetto, con amore, con amicizia*).

Висновки. В кооперативному особистісно-орієнтованому спілкуванні представників італомовного соціуму об'єктивізація концепту AMICIZIA відбувається за допомогою різночастинномовних одиниць, які експліцитно або імпліцитно вербалізують семи СПІЛЬНОСТІ та БЛИЗЬКОСТІ адресанта та адресата в емоційному, когнітивному, психологічному, а також географічному, національному, ідеологічному вимірах. Об'єктивізація досліджуваного концепту спирається на вербалізацію емпатії в адресантно-адресатній конфігурації, позитивних емоцій по відношенню до адресата, позитивну оцінку його особистості та комунікативної діяльності, бажання продовжувати спілкування. Етномарковані понятійна та перцептивно-образна складові вищезазначеного концепту активно вербалізуються як в усній, так і письмовій кооперативній інтеракції італійців, яка має соціально- та історично-закріплені особливості. Важливими для формування кооперативності інтеракції стають преференційна актуалізація та реактуалізація первинного інформаційного поля, зокрема тих фонових знань, які поділяють

адресанта та адресата аксіологічному та аргументативному аспектах.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні етномаркованих особливостей вербалізації концептів ITALIA, FELICITA в особистісно-орієнтованому та статусно-орієнтованому спілкуванні представників італомовного соціуму.

1. Константинова І.Г. Итальянские пословицы и их русские аналоги – СПб: КАРО, 2006. – 368 с. 2. Крижановська М. В. Мовленнєві чинники формування дискурсивного простору італійських ток-шоу (на матеріалі сучасної італійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.05 "Романські мови" / Марія Віталіївна Крижа-

новська; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2010. – 245 с. 3. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / Анатолій Миколайович Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с. 4. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с. 5. Шевлякова Д. А. Отрицательная национальная идентичность итальянцев. Политический компонент / Д. А. Шевлякова // Сб. науч. трудов каф. итал. яз. и регионоведения Московск. гос. ун-та. – М.: Ленанд, 2006. – Вып. 2. – С. 3 – 21. 6. Rosselli R. Dizionario di base della lingua italiana / Renato Rosselli, Roberto Eynard. – Torino: Edizioni Remo Sandron, 1996. – 1229 p. 7. Dizionario dei sinonimi e dei contrari [a. c. di Gentili Caterina]. – Verona: Grafiche BUSTI, 2005. – 370 p.

Надійшла до редколегії 27.09.11

ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

О. Малікова, доц.

КОГНІТИВНИЙ СТИЛЬ ЯК ПРОЯВ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ БОГОСЛОВА

В статті розглядаються особливості когнітивного стилю як прояв мовної особистості богослова на матеріалі роману Юліани Норіджської "Одкровення божественної любові".

Ключові слова: когнітивний стиль, мовна особистість, богослов

В статье рассматриваются особенности когнитивного стиля как проявления языковой личности богослова на материале романа Юлианы Нориджской "Откровения божественной любви".

Ключевые слова: когнитивный стиль, языковая личность, богослов

The article deals with peculiarities of cognitive style as manifestation of language personality of theologian. "Revelations of divine love" by Julian of Norwich is used as material of the research.

Key words: cognitive style, language personality, theologian

Питання про методологічні засади лінгвоперсоналогії – науки, що вивчає феномен мовної особистості, поки що залишається недостатньо розробленим, оскільки в сучасному мовознавстві особистість поки ще не стала рівноправним із мовою об'єктом вивчення, залишаючись, за словами Ю.Н.Караулова, прихованим, невиявленим, а іноді і неусвідомленим предметом дослідницького інтересу. Але останнім часом мовознавці більш рішуче звертаються до людини, пильніше розглядають мовні й мовленнєві особливості окремої особистості та надають більш вагоме значення антропоцентричному аспекту вивчення мови.

Метою даної статті є виявлення особливостей мовної особистості богослова на снові аналізу когнітивного стилю Юліани Норіджської, автора одного з видатних творів християнської літератури середньовіччя – "Revelations of Devine Love" (1373).

Сучасне мовознавство розглядає категорію мовця в різних аспектах: "людина, яка говорить", "комунікативна особистість", "мовна особистість", "мовленнєва особистість". Родовим поняттям до інших трьох понять є "людина, яка говорить", оскільки в кожен момент своєї комунікативної діяльності людина є одночасно комунікативною особистістю, мовною особистістю, мовленнєвою особистістю. Дослідження мовної особистості як носія мови, який розглядається з точки зору його здатності до мовленнєвої діяльності, обумовлює вивчення як структури мовної особистості, так і її мовної реалізації. Прояв інтересу до особистості мовця, його мовної й дискурсивної реалізації, а також культурного середовища, в який дана особистість сформувалася і в якій здійснюється її мовна діяльність, є характерною рисою сучасної антропоцентричної наукової парадигми. Антропоцентризм як принцип сучасного мовознавства виявляється в тому, що людина стає точкою відліку в аналізі тих чи інших явищ [1, с. 212]. Але про яку людину йде мова? Про людину, яка походить від мавпи, за теорією Дарвина, або про людину, яка створена Богом? Відповідь саме на це питання містить різницю в оцінці самої людини й її діяльності, в тому числі й мовленнєвої. Тому вважаємо за доцільне використовувати теоцентри-

чний підхід до філологічних досліджень, який дозволяє зрозуміти й вивчати мовну особистість з урахуванням основних світоглядних уяв самої особистості. На відміну від антропоцентричної парадигми, яка визначає підхід до вивчення мови як світу, який лежить між світом зовнішніх явищ й внутрішнім світом людини із традиційним посиленням на В. фон Гумбольдта, теоцентрична парадигма визначає людину і мову як творіння Боже із посиланням на Біблію і вчення святих отців

У центрі уваги антропоцентричної лінгвістики знаходиться мовна особистість, тобто людина в її здатності до породження і розуміння мови. Мовна особистість, за Ю.М.Карауловим, маніфестується як багатосаровий і багатокомпонентний набір мовних здібностей і вмінь [2, с. 37]. Оскільки "за кожним текстом стоїть мовна особистість" [2, с. 27], здається природним при її описі враховувати комунікативно-змістовні, формально-мовні, структурні та особистісно-орієнтовані характеристики її мовних відтворень. У концепції Ю.М. Караулова мовна особистість має три рівні: нульовий, лінгвокогнітивний, прагматичний/мотиваційний. У даному дослідженні увага зосереджена на лінгвокогнітивному рівні, який передбачає виявлення і встановлення ієрархії змісту і цінностей мовної моделі світу. Цей рівень також передбачає розширення значення і перехід до знань, а значить, охоплює інтелектуальну сферу особистості, даючи досліднику вихід через мову, через процеси говоріння і розуміння до знання, свідомості, процесів пізнання людини. На лінгвокогнітивному (тезаурусному) рівні в якості одиниць розглядаються узагальнені (теоретичні чи життєві) поняття, концепти, ідеї, які виражаються тими самими словами нульового рівня, але мають дескрипторний статус. В якості стереотипів на цьому рівні виступають стандартні зв'язки між дескрипторами, що знаходять вияв в узагальнених висловлюваннях, дефініціях, афоризмах, крилатих виразах, прислів'ях та приказках, з усього різноманіття яких кожна мовна особистість обирає саме ті, що висловлюють непохитні для неї істини, які, значною мірою, відображують та визначають її життєві доміанти. Слід наголосити, що власне мовна особистість починається з лінгвокогнітивного (тезаурус-