

Анотація

У статті визначено особливості лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця міжнародного бізнесу і менеджменту в ситуаціях міжкультурної комунікації; виокремлено та охарактеризовано компетенції професійної діяльності міжнародного менеджера та маркетолога; визначено структурні елементи лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця; встановлено дидактичні умови формування лінгвокраїнознавчої компетентності міжнародних менеджерів і маркетологів у ситуаціях міжкультурної комунікації.

Ключові слова: особливість, лінгвокраїнознавча компетентність, фахівець, ситуація, міжкультурна комунікація, структурні елементи, дидактичні умови.

Аннотация

В статье обусловлены особенности лингвострановедческой компетентности специалиста международного бизнеса и менеджмента в ситуациях межкультурной коммуникации; выделены и охарактеризованы компетенции профессиональной деятельности международного менеджера и маркетолога; определены структурные элементы лингвострановедческой компетентности специалиста; выделены дидактические условия формирования лингвострановедческой компетентности международных менеджеров и маркетологов в ситуациях межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: особенность, лингвострановедческая компетентность, специалист, ситуация, межкультурная коммуникация, структурные элементы, дидактические условия.

Summary

This article considers the special features of linguistics and countrystudy competence of international business and management in the situations of the international communication. The competences of the professional active of an international manager and marketer are defined and described; the structural elements of the linguistics and countrystudy competence of the specialist are defined; the educational conditions of the formation of the linguistics and countrystudy competence of an international managers and marketers in the situations of the international communication are determined.

Keywords: the special feature, the linguistics and countrystudy competence, the specialist, the situation, the international communication, the structural elements, the educational conditions.

УДК 821.161

Білоконенко Л. А.,

кандидат філологічних наук,

Дніпропетровський національний університет

імені Олеся Гончара

ОБМАН ЯК ВЕРБАЛЬНИЙ КОНФЛІКТОГЕН (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА РОСІЙСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ)

Брехня і приятеля робить недругом

(Укр. присл.)

Що може бути реальніше, ніж мовний конфлікт, який сам по собі є протилежністю успішної комунікації? Свідомість людей нової доби, нерідко “хвора” від психологічних перевантажень і депресій, обмежена через брак культури або людяності, втікає від реальності, сподіваючись на можливість “безконфліктності”. Але штучне невизнання феномену конфлікту в суспільній системі і навіть пропозиція його різних альтернативних назв – ситуацію не змінить. Адже мова йде про явище, в якому відбувається представлення

реальних дій і почуттів реальними знаками мови, тобто про зображення будь-якого реального процесу за допомогою механізму настільки бездоганного, що він презентує всі знаки дійсності та враховує всі її незвичні повороти.

Конфлікт визначає всі сфери життєдіяльності людини, тому все, що супроводжує цей феномен (причини, умови виникнення, етапи перебігу, способи урегулювання, мовні і позамовні реалізації тощо) давно являється сферою особливої уваги науковців. На сьогодні вивчення конфліктів у пострадянських державах відбувається в рамках багатьох дисциплін. Значна кількість вітчизняних і зарубіжних досліджень із загальної теорії конфлікту (А. Анцупов, І. Ващенко, Л. Герасіна, С. Гиренко, А. Гриненко, Т. Дуткевич, Л. Ємельяненко, Г. Козирєв, О. Кисельова, М. Панов, Т. Петрівська, М. Пірен та ін.), його філософсько-соціологічних, юридичних, політичних та інших аспектів (М. Василік, Ю. Волков, В. Добренєв, А. Здравомислов, В. Іванов, Г. Ложкін, В. Нечепуренко, Н. Пілат, Н. Пов'якель та ін.) підтверджують необхідність наукового узагальнення проблеми цього феномену, чіткого розуміння потреб як у фундаментальних, так і в прикладних знаннях про закономірності його розвитку, способи попередження і вирішення.

У структурі конфлікту важливими компонентами є конфліктогени. Цей механізм розгортання конфлікту описано дослідниками в галузі психології конфлікту (Х. Корнеліус, Г. Ложкін, Н. Пов'якель, Ш. Фейр, В. Шейнов), які визначають конфліктогени як слова, дії (або бездіяльність), поведінкові акти, що можуть призвести до конфлікту [5, 141]. Ці “саботажники” спілкування, з'явившись ситуативно на початку протистояння, поступово “ланцюжковою реакцією” призводять до його ескалації, все більше налаштовуючи опонентів на боротьбу. Одним із конфліктогенів є обман. Робіт, присвячених вивченню лінгвістичного та семіотичного аспектів обману у вітчизняній і зарубіжній лінгвістиці небагато. За кордоном активно розвивається “лінгвістика обману”, де узагальнюються теоретичні результати досліджень обману у філософії, психології, соціології, юриспруденції, літературознавства (С. Бок, Дж. Вінсент, Е. Гофман, С. Діц та ін.). В лінгвістиці поступово намітилося два напрями вивчення феномену. Представники першого займаються вивченням мовних одиниць, які номінують обман / брехню (Н. Арутюнова, Л. Віцюк, І. Шатуновський та ін.), методами його когнітивної семантики (А. Вежбіцка, О. Морозова та ін.). Науковці говорять про існування “дискурсу обману” або про “неправдивий дискурс”. Зокрема, Л. Віцюк визначає його як послідовні мовні акти, в яких виражається особистісний смисл нещирого мовця [1]. Дослідниця вважає, що процес формування неправдивого дискурсу необхідно розглядати як комунікативну діяльність і як комунікативний акт, де комунікативна діяльність представлена у вигляді сукупності дій, які підпорядковуються певній комунікативній меті. О. Морозова вводить у лінгвістичний обіг поняття дискурсеми неправди, що складається із двох частин: неправдивого висловлення і метамовленнєвого нашарування, яке дає можливість виокремити неправдиве висловлення із дискурсу, не зруйнувавши його зв'язків із ситуацією [6]. Представники іншого напрямку зосередилися на вивченні

прагматичних характеристик помилкових висловлювань, на свідомому порушенні умов виконання мовного акту, принципів кооперативного спілкування (Й. Кубінова, Дж. Остін, Дж. Р. Серль та ін.). Кубінова Й. зробила висновок, що різні типи сценаріїв “нещирого дискурсу” реалізуються за допомогою власного сценарію мовця і не мають жорсткої структури. Метою мовця в цих діалогах є спроба під виглядом повідомлення істини вплинути на свідомість і поведінку адресата та створити таку ситуацію, яка б відповідала цілям нещирого учасника комунікації [4].

Але дослідження феномену обману має нерівномірний характер. Нерідко науковці навіть не розрізняються поняття “неправда”, “обман” і “брехня”. Ми вважаємо, що говорити про конфліктний потенціал явища можна лише зважаючи на різницю між названими вище поняттями. Тож актуальність нашого дослідження обумовлена невирішеністю питання щодо визначення різновидів цього конфліктогену, які здатні по-різному впливати на розгортання й ескалацію конфлікту. **Актуальність** роботи визначається і зростаючим інтересом лінгвістів до комунікативно-прагматичного потенціалу фразеологічних одиниць, активним використанням у спілкуванні приказок, прислів'їв, зокрема, і для характеристики обману як складової конфліктної комунікації; недостатньою вивченістю української і російської фразеології в якості засобів вербальної репрезентації конфлікту. **Об'єктом** дослідження виступає українська і російська фразеологія. Предметом дослідження є комунікативно-прагматичний потенціал фразеологічних одиниць української і російської мов та їх роль в експлікації феномену обману, який є конфліктогеном. **Мета** нашого дослідження полягає у виявленні конфліктного потенціалу у змісті українських і російських фразеологізмів зі значенням обману. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: 1) розглянути феномен обману як психологічну категорію; 2) проаналізувати характерні ознаки неправди, обману і брехні; 3) визначити коло конфліктних значень, що реалізуються фразеологічними одиницями української і російської мов на позначення неправди, обману і брехні; 4) дати комунікативно-прагматичну характеристику виявленим інтенціям. Наше дослідження також пов'язано з визначенням лінгвокультурологічних особливостей у сприйнятті феномена росіянами й українцями. Джерельною базою є українська (біля 300 одиниць) [7; 9] і російська (біля 230 одиниць) [2; 8] фразеологія.

Глибока та надзвичайно цікава характеристика різновидів обману, особистісних і ситуативних чинників, які йому сприяють, подана американським психологом П. Екманом [10]. Він вважає, що обман не має виправдання, особа завжди сама свідомо обирає, чи вдаватися до нього, у більшості випадків чітко розуміючи різницю між правдою й обманом. Екман визначає обман як дію, якою одна людина вводить в оману іншу, робить це навмисно, без попереднього повідомлення про свої цілі та без чітко вираженого з боку адресата прохання не повідомляти правду [10, 22]. У певних ситуаціях особа обманює протягом усього процесу комунікації, в інших – вдається до нього як до тимчасової “маски”, яка приховує вчинки, думки та ін.

Російський психолог В. Знаков пропонує чітко розрізняти поняття “неправда”, “обман” і “брехня” [3, 245]. Неправда, з точки зору психолога, має три різновиди: це вербальний відповідник помилкової (хибної) думки, коли особа вірить у реальність того, про що говорить (1); неправда існує у вигляді іносказання (алегорія, іронія, жарт), тому слова отримують у певному контексті інше (протилежне) значення (2); немотивований обман, який не розрахований на отримання особистої вигоди, на приниження співрозмовника (3). Неправда, як вербальний еквівалент обману, виявляється коли адресант сам помилково вірить у реальність існування чогось, коли вона є наслідком обмеженості знання, неповноти істини. Такий немотивований обман є не інформаційним, а комунікативним феноменом, він у слов'янській самосвідомості – зовнішній вияв захисних механізмів особистості, що спрямовані на усунення почуття дискомфорту. У зв'язку з цим, необхідно говорити і про особливий вид конфліктогенів (немотивованої спрямованості), які відповідають немотивованому обману і не виступають повноцінними “саботажниками” спілкування через відсутність бажання адресанта образити адресата.

Феномен обману є категорією ширшою, ніж неправда. Він створюється свідомим бажанням адресанта надати адресату інформацію, яка не відповідає дійсності. Обман являється іншим видом конфліктогенів (мотивованої спрямованості), він налаштовує комунікантів на боротьбу і “переводить” їх у статус опонентів. Обман може подаватися у вигляді інформації, з якої опоненту пропонується самостійно зробити помилкові висновки і тоді він стає співучасником обману, жертвою своїх власних думок чи умовиводів. Обман може виглядати як правда, що подається таким чином, що в неї важко повірити.

Задля пояснення брехні (рос. – *ложь*) В. Знаков згадує слова Блаженного Августина: “Брехня – це сказане з бажанням сказати брехню”. Мета брехуна – за допомогою вербальних (і невербальних) засобів комунікації дезінформувати партнера, ввести його в оману. Брехня – злісна передача інформації, яка не відповідає дійсності, вона також є конфліктогеном мотивованої спрямованості. (Зауважимо, що російське *ложь* можливо перекласти українською як *брехня* лише за умови прийняття його стилістичного маркування “розмовне”, але синонімічна заміна лексеми *брехня* стилістично нейтральним словом неможлива, адже неправда / обман та брехня позначають різні категорії. Тож ми свідомо використовуємо в нашій роботі це слово як термін.)

Особа при використанні неправди, обману чи брехні меншою мірою акцентує увагу на тій шкоді, яку вона завдає іншій особі, а більшою – на об'єктивній характеристиці змісту цих феноменів і суб'єктивній оцінці якостей особи адресата. Ці категорії обов'язково враховують уявлення комунікантів про соціальну і психологічну природу обману. Яскравою формою характеристики такого національного уявлення виступає фразеологія, яка є вербальним вираженням мудрості народу, що передається з покоління в покоління, являє собою неписаний кодекс “законів” здорового глузду і закладає моральні й етичні передумови для формування соціально адекватної особистості.

Звернемося до стійких словосполук російської мови (тлумачення подаємо мовою оригіналу) [8]. Із 55 одиниць до групи, яка визначає неправду, віднесено 15. До першого різновиду цієї групи включаємо 4 словосполуки: *бросать слова на ветер* (говорить впустую), *бросаться словами* (безответственно говорить), *высосать из пальца* (выдумывать, придумывать), *мазать по губам* (обещать впустую). Сутність цих стійких сполучень зводиться до наявності певної інформації, яка, з точки зору адресанта, є реальною, але сприймається адресатом як помилкова (хоча такою може й не бути). Фраземи другого різновиду нами не визначено. До третього – віднесено 11: *турусы на колесах* (вздор, вранье), *бабы сказки* (вымысел, небылицы), *бобы разводит*, *разводит антимиони* (болтать глупости, говорить вздор); *лить пули* (рассказывать неправдоподобное), *нести ахинею (околесицу)* (говорить глупости, вздор), *с три короба* (безответственно много обещать). Цей різновид визначає неправду, яка не вимагає віри навіть з боку адресанта, котрий не має бажання образити адресата, є лише намір потішити, розважити, розповісти небилицю. Значення цих фразем характеризує особливі міжособистісні стосунки, які можна “прикрасити” вигадками, небилицями, жартами, що виступають як немотивований конфліктоген, котрий не провокує суперечку.

Група стійких словосполук, які визначають обман, налічує 23 одиниці, що можуть характеризувати напівправду або перекручену правду: *вертеть хвостом* (хитрить, лукавить), *в ложном свете* (намеренно искажать), *навести тень на плетень* (намеренно запутувать), *сбить с пантыльку (с пахвей, с толку)* (приводить в заблуждение, запутувать) та ін. Кожна фразема визначає ситуацію, яка має правдиві, але приховані чи змінені відомості. Група з визначенням брехні має 17 сполучень, а саме: *вешать собак* (клеветать), *кривить душой* (намеренно лгать), *натянуть (наставит) нос* (одурачить, провести), *втирать очки, заговаривать зубы, оставить в дураках* (обманывать); *морочить голову* (лгать) тощо. Фраземи визначають навмисне перекручення інформації, що є конфліктогеном мотивованої спрямованості.

Із 65 сполук української мови значення “неправда” передають 22 [9]. Більшість із них відносяться до третього різновиду: *брати за чисту монету* (наївно вважати, обманюватися), *варити кашу* (вигадувати), *виссати з-під пальця* (вигадувати), *знати химери, баглаї знати* (говорити нісенітниці); *заливати гусаря* (поєднувати реальне і вигадане), *і на голову не лізе* (нісенітниці), *плести (розводити) мандрони, плести сухого дуба, теревені правити* (говорити дурниці, нісенітниці); *сон рябої кобили* (дурниці). Тож в українській мові значною є саме група стійких сполучень, які відображають намір потішити і використовуються через “любов до мистецького слова”.

Значення “обман” визначено у 33 фраземах: *брати на Бога (на пушку, на арапа)*, *грати в жмурки, замазати (замилювати, замулювати) очі* (хитрувати), *затуманювати очі* (вводити в оману), *ловити на гачок* (перехитрити, ввести в оману), *морочити голову, наводити полуду на очі* (обдурювати, хитрувати); *напускати дурману, наставляти тенета* (обманювати); *пересмикувати карти,*

підвести під дурного хату, пускати ману в очі (ошукувати); розминутися з правдою, туманити голову (морочити, інтригувати) та ін. Група сполук зі значенням “брехня” складається із 10 одиниць, наприклад: *дурити голову, залишати в дурнях, пошити в дурні, водити за ніс, обвести круг пальця, забити баки* (одурити). Результати дослідження показують, що ставлення до неправди, обману і брехні в українців і росіян має багато спільного. Ми виявили два типи конфліктогенів, які реалізують різні типи потенційних і реальних конфліктних ситуацій, фіксують такий рівень узагальнення, який дозволяє мотивовано використовувати їх у практиці мовної поведінки.

В основі нашого дослідження аналіз і пареміологічних одиниць, які мають статус комунікативної складової в діалоговій взаємодії партнерів, де мотивом і метою адресанта є мовленнєва інтенція власного волевиявлення і впливу на адресата, спонукання і отримання відповідної реакції. Визначено біля 230 українських пареміологічних одиниць, які виражають значення “неправда”, “обман”, “брехня” [7]. З них біля 60 пов’язані з розумінням українців про неправду, причому вона нерідко засуджується (*Всяка неправда гріх; Правда і з дна моря виринає, а неправда потопає; Правда вмерла, неправда увесь світ зжерла; Голова, як тік, а язик, як ціп: що хочу, те і молочу; Коцюба кудкудакала, помело яйце знесло; Меле язиком, як пес хвостом; Наговорив сім міхів горіхів гречаної вовни, та всі неповні; Наша казка гарна, нова, починаймо її знову; Переливає з пустого в порожнє; Помилка за фальш не йде (не буває); Розказав Мирон рябої кобили сон; Стільки наговорив, що і в шапку не збереш; Тринди-ринди, з маком борщ та ін.*). Дослідженні джерела подають нам лише біля 20 пареміологічних одиниць на визначення обману: *Жид ні сіє, ні оре, а обманом живе; Вір своїм очам, а не обманним речам; Обманом баришів не наживеш; Обманом далеко не заїдеш та ін.* Всі інші (більше 150) визначають брехню (*Брехнею світ перейдеш (пройдеш) та назад не вернешся; Маленька брехня за собою велику веде; З брехні не мруть, та більше віри не ймуть; Бреше – і не заїкається (і оком не моргне, аж пальці знать, як шовком шиє, як гребінцем чеше, як дише, як піп у церкві, як собака <на висівки>, як сірко на вітер, як деркач дирчить, як сам знає, як циганський ціп); Чисто бреше – і віяти не треба; Старому брехати – не ціпом махати; Треба знати, як брехати, щоб карбованця дістати; Брехав, доки зовсім не вбрехався; Брехання кінця не має; Брехач з комара зробить коня та ін.*).

Російське джерело подає біля 170 одиниць, які виражають значення “неправда”, “обман”, “брехня” [2]. З них розуміння неправди, її проявів реалізовано у 40 (*Живут же люди неправдой – и нам не лопнуть стать; Не нами стала (началась) неправда, не нами и кончится; Неправда светом началась, светом и кончится; Свет спокон веку неправдой стоит; Неправде глотку рукавицей не заткнешь; Правдой жить – от людей отбыть, неправдой жить – бога прогневить; Неправда выйдет наружу; Тому худа не отбыть, кто привык неправдой жить та ін.*). Обман характеризується у 42 пареміях (*Птицу кормом, а человека словом обманывают; Не обманешь, не продашь; Обманом много не*

наторгуешь; Не всяку правду муж жене (жена мужу) сказываает <а сказываает, так обманываает>; В душу вьется, а в карман лезет; На кривой лошади (на кривых оглоблях) плута не объедешь; Лясы точит да людей морочит; Приходил на днях мужичок менять на грош пяточок; Свинью за бобра продали (купили); Он еще сверх плута на два фута; Он тебя обуе и разуе; Он тебя напоит и вытрезвит; Он тебя купит и продаст та ін. Значення “брехня” виражають більше 90 пареміологічних одиниць (Вранье не введет в добро; Врет, и глазом не смигнет; Врет, людей не стыдится и бога не боится; Ко всякой лжи свое приложи; Один соврет, хоть кулаки суй, другой соврет, иглы не подбить; Он лжет во всю губу; Раз солгал, а на век лгуном стал; Солжешь сегодня, не поверят и завтра; Что лживо, то и гнило; Что полжешь, то и поживешь та ін.).

Психологи вважають, що українці та росіяни відкриті у спілкуванні, визнають тісний контакт одне з одним, прагнуть до щирості, відвертості. Для них важливим є розуміння справедливості та того, які дії можна вчиняти щодо іншої людини. Саме це стає основою у визначенні, чи можна обманювати. Схожість у сприйнятті феномену реалізується в непоодиноких випадках співпадіння паремій у двох мовах: *Врать – не целом махать: не тяжело – Брехати – не ціпом махати; Во всяком мудреце довольно простоты – Кожен мудрий свого дурня знайде; Трапляється, що й на мудром чорт катається; Насказал семь четвергов и все кряду – Наговорив сім мішків гречаної вовни <та й ті неповні>; Неправдой свет пройдешь, да назад не воротишься – Неправдою світ пройдеши, та назад не вернешся; Не все то перенять, что по Волге плывет – Не все те переймай, що по воді плине; Обманом много не наторгуешь – Обманом баришів не наживеш; Ври, да знай меру – Брехати брешу, та не забрѣхуйся та ін.* Справедливість, з точки зору мовців, дає можливість інколи приховувати певну інформацію, змінювати її; особа може сама вірити у сказане чи не знати правду, що й реалізується у неправді. Інколи й обман визначається самим правом людини приховувати те, що іншим не варто знати, тож у цих випадках може не викликати нарікань. Але засуджується обман, який характеризує міжособистісну взаємодію в когнітивному плані у таких видах стосунків: 1) позитивно-негативні, коли один із комунікантів має негативну позицію по відношенню до іншого й може вдаватися до обману, а інший – позитивну, тому сприймає інформацію як “правду”; 2) суперечливо-негативні, коли один із комунікантів суперечливо ставиться до іншого, тому може вдаватися / не вдаватися до обману і вірити / не вірити опоненту, а інший ставиться до опонента негативно, тому обманює сам і не вірить опоненту. За цих обставин одна із сторін обов’язково буде обманута, але в умовах конфліктної взаємодії опоненти повинні бути готовими до подібного розвитку конфлікту. Тому нерідко особа стає жертвою власної нерозсудливості чи хибних умовиводів. Але значна частина паремій у досліджених джерелах характеризує саме брехню (65% в українській мові та 53% в російській). Українці та росіяни засуджують особу брехуна (*Хто вміє брехати, той вміє і красти; Кто вчера солгал, тому и*

завтра не поверят; Кто лжет, тот и крадет), процес (*Брехати не колом махати; Лгать, так людей обегать*), сам феномен (*Брехня – не птаха: не втомиться літати; Брехня в вічі коле; Брехня далеко не завезе; Со лжи пошлин не берут; Что лживо, то и гнило*).

На підставі проаналізованих прикладів виділено конфліктологічні ознаки феномена обману (неправди, брехні); визначено, що фразеологічні одиниці для номінації феномену можуть вживатися для вираження інтенції поради, попередження, застереження, докору тим, хто вдається до обману. Але система “неправда”, “обман”, “брехня” має певний діапазон різновидів. Через це можна говорити про їх конфліктогенний потенціал немотивованої або мотивованої спрямованості, що співвідноситься з мірою “допустимості” обману, з прагненням адресанта висловити своє ставлення до факту обману й адресата. Виділені ознаки мовних одиниць показують, що в них міститься потреба, необхідність, бажання чи обов’язок адресанта вплинути на ситуацію й на опонента завдяки багатому досвіду народів, їх широким поглядам.

Література

1. Вицюк Л. А. Лексико-семантические и синтаксические средства реализации ложного дискурса : на материале русского и английского языков : дисс. ... к. филол. н. : 10.02.19 “Теория языка” / Л. А. Вицюк. – Майкоп, 2010. – 146 с.
2. Даль В. Пословицы русского народа [Электронный ресурс] / В. И. Даль. – Режим доступа : <http://www.rodon.org/dvi/pm0.htm>.
3. Знаков В. В. Западные и русские традиции в понимании лжи : размышления российского психолога над исследованиями Пола Экмана / В. В. Знаков // Психология лжи. – СПб. : Питер, 2000. – С. 243–266.
4. Кубинова Й. Речевая интенция “ложь, обман” в семантическом и коммуникативно-прагматическом аспектах : автореф. дисс. ... к. филол. н. : 10.02.01 “Русский язык” / Й. Кубинова. – М., 2002. – 24 с.
5. Ложкин Г. В., Повякель Н. И. Практическая психология конфликта : [учеб. пособие] / Г. В. Ложкин, Н. И. Повякель. – К. : МАУП, 2000. – 256 с.
6. Морозова О. І. Лінгвальні аспекти неправди як когнітивно-комунікативного утворення (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. ... д. філол. н. : 10.02.04 “Германські мови” / О. І. Морозова. – К., 2008. – 32 с.
7. Українські приказки, прислів'я і таке інше / [уклад. М. Номис ; упоряд., примітки, вступ. ст. М. М. Пазяк]. – К. : Либідь, 2003. – 352 с.
8. Фразеологический словарь русского языка / [под ред. А. И. Молоткова]. – 4-е изд. – М. : Русский язык, 1986. – 543 с.
9. Фразеологічний словник української мови : [у 2-х кн. / уклад. В. М. Білоноженко та ін.]. – К. : Наукова думка, 1993. – 984 с.
10. Экман П. Психология лжи : обмани меня, если сможешь / П. Экман ; [пер. с англ. Н. Исуповой и др.]. – СПб. : Питер, 2013. – 304 с.

Анотація

Досліджено конфліктний потенціал українських і російських фразеологізмів зі значенням обману. Аналізуються ознаки неправди, обману і брехні, їх різновиди, визначається коло конфліктних значень, що реалізуються фразеологічними одиницями, подається комунікативно-прагматична характеристика виявленим інтенціям. Зроблено висновок, що фразеологічні одиниці можуть мати конфліктогенний потенціал немотивованої або мотивованої спрямованості, що співвідноситься із прагненням адресанта висловити своє ставлення до факту обману й опонента.

Ключові слова: фразеологічні одиниці, конфліктогени немотивованої і мотивованої спрямованості, обман, неправда, брехня.

Аннотация

Исследован конфликтный потенциал украинских и русских фразеологизмов со значением обмана. Анализируются характерные признаки неправды, обмана и лжи, их разновидности, определяется круг конфликтных значений, реализуемых фразеологическими единицами, дается коммуникативно-прагматическая характеристика выявленным интенциям. Сделан вывод, что фразеологические единицы могут иметь конфликтотенный потенциал немотивированной или мотивированной направленности, соотносимый со стремлением адресанта выразить свое отношение к факту обмана и оппоненту.

Ключевые слова: фразеологические единицы, конфликтогены немотивированной и мотивированной направленности, неправда, обман, ложь.

Summary

Potential conflict of Ukrainian and Russian phraseology was investigated with the value of deception. Author analyzed specific features of falsehood, lies and falsehood, their varieties, defined circle of conflict of values, which is realized with phraseological units are indicated, communicative and pragmatic intentions of the identified are established. It is concluded that the conflict potential for phraseological units can be unmotivated or motivated, also correlating with addressee's desire to express the fact of fraud and his attitude to opponent.

Keywords: phraseological units, unmotivated and motivated orientation of conflictogen, deception, falsehood, lie.

УДК 81'42:659.1

Іванова І. Б.,
кандидат філологічних наук,
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова
(Київ)

ДИСКУРС, ТЕКСТ, СТИЛЬ: МОДЕЛЬ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКЛАМИ

У сучасному світі обсяги рекламного виробництва неухильно збільшуються. Рекламний текст розглядається з різних позицій: культурологічної, історико-культурної, соціологічної, економічної, юридичної, соціально-філософської, лінгвістичної тощо. Дослідження реклами як культурно-національного, соціально-економічного, психологічного і водночас мовного феномена вирізняються своєю різноманітністю та спрямованістю. Тому є раціональне пояснення: тісне переплетення таких складових, як рекламна творчість та рекламне виробництво, поєднання науки, технологій та мистецтва. Наукова проблематика сучасних лінгвістичних студій, присвячених рекламним дискурсивним практикам, надзвичайно широка та комплексна. Отже, науковим і практичним завданням у статті є розгляд моделей комплексного дослідження мовної складової рекламного дискурсу. Вважаємо, що лінгвофілософська складова є необхідною умовою для результативного дослідження рекламного дискурсу.

Вітчизняними дослідниками та ученими пострадянського простору використовувались власне лінгвістичні методи дослідження рекламної