

Список використаних джерел:

1. Тофтун М. Г. Логіка. Київ : Академія, 2003. 368 с.
2. BL: Brockhaus Lexikon (in 20 Bdn). München, 1989. 335 S.
3. BWDW: Brockhaus Wahrig Deutsches Wörterbuch : In 6 Bnd. Stuttgart : Brockhaus Wiesbaden Verlag, 1983. 906 S.

Медведська І. М.
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської та німецької філології
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка

Вєнєвцева Є. В.
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри англійської та німецької філології
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка
м. Полтава, Україна

АКСІОЛОГІЧНА ТА ТЕЛЕОЛОГІЧНА СКЛАДОВІ ДИСКУРСУ ФІТНЕС-ЗАНЯТЬ

Враховуючи той факт, що соціальне життя становить певну сітку взаємопов'язаних соціальних практик різного плану, під якими розуміють відносно усталені форми суспільної діяльності [7, с. 50], англійськомовний фітнес-дискурс (далі – АФД) є самостійним різновидом соціальної практики, що відбиває певні мисленнєво-мовленнєві особливості мовців та реалізує комунікативні наміри індивідів, спрямовані на задоволення різнопланових нижчих та вищих потреб [5, с. 366]. Інакше кажучи, фізіологічний бік людської природи, її біологічні потреби (тілесні чи духовні) мотивують індивіда до необхідності їх реалізації. Форми, в яких об'єктивуються потреби, можуть бути різними. Однією з таких форм є комунікація, у процесі якої виникає новий інститут (фітнес-клуб) і, як наслідок, різновид спортивного дискурсу – фітнес-дискурс.

Підтримання гарної фізичної форми, «здорового духу у здоровому тілі» є принциповими та визначальними національними цінностями для англійськомовної культури, що американський президент Джон Кеннеді висловив так: (1) “*Physical fitness is not only one of the most important keys to a healthy body, it is the basis of dynamic and creative intellectual activity” [15]. Ці цінності знайшли втілення у такому соціальному*

феномені 70-х років ХХ століття, як *healthism*, та пропагуються через голлівудські образи здорових, красивих та успішних чоловіків і жінок до сьогоденних днів [7, с. 365-388; 14, с. 210; 20, с. 59-82; 21, с. 19; 22, с. 109-111].

Лінгвісти виокремлюють чотири рівні ієрархії цінностей, а саме: 1) *сенсорні* цінності, що пов'язані з сенсорним досвідом людини; 2) *життєві*, які пов'язані з фізіологічними та психологічними діями, станами, відносинами, що є життєво важливими для людини; 3) *духовні*, що пов'язані з морально-етичними нормами; а також 4) *абсолютні*, пов'язані з вірою в широкому розумінні [2, с. 5-6]. На думку А. Маслоу, цінності визначаються видом *потреб*, які людина має у той чи інший період свого життя [5, с. 52]. Учений виокремлює *нижчі* (фізіологічні / органічні потреби, потреба в безпеці) та *вищі* (потреба в приналежності та любові, потреба у повазі, пізнавальні, естетичні потреби та потреби у самоствердженні).

Цінності об'єктивуються за допомогою мовних засобів. Саме мова виступає знаряддям культури: вона формує людину, визначає її поведінку, спосіб життя, світогляд, менталітет, національний характер, ідеологію [2, с. 10; 3, с. 8; 4, с. 116-117]. Результатом процесу мовної реалізації потреб фізіологічного та естетичного плану є фітнес-дискурс. Спортивна діяльність під час занять фітнесом є первинною по відношенню до комунікативної, але саме за посередництвом останньої організовується та реалізується перша.

Цінності ДФЗ виражають не лише ставлення комунікантів до важливості занять фітнесом: посилення на цінності під час занять фітнесом спрямовані на посилення інтересу комунікантів до занять. Саме через вербалізацію цінностей фітнес-інструктор заохочує, мотивує та підбадьорює учасників у процесі фізичної діяльності.

До цінностей у фітнес-дискурсі ми відносимо: *життєві цінності* (здоров'я) – продиктовані *нижчими потребами* учасників ДФЗ; *сенсорні* (зовнішній вигляд), *духовні* (упевненість, незалежність, душевна рівновага, розвага, самореалізація) та *абсолютні* (надія, віра) – ініційовані *вищими потребами* учасників ДФЗ.

Комунікація, як процес соціальної взаємодії людей, спрямована на досягнення конкретної мети (цілі). Мета комунікації – запланований адресантом результат, на який скерована певна комунікативна діяльність [1, с. 135; 3, с. 54-56; 17, с. 24]. Першопричиною комунікації є потреби людини або групи людей.

Цілі учасників ДФЗ вербалізуються під час фітнес-занять, перетворюючись із загальних у **комунікативні цілі**. Комунікативні цілі ДФЗ виводяться із цілей фітнесу та цілей фітнес-заняття, однак, на відміну від попередніх, вони виражаються вербально у дискурсі та можуть бути поділеними на *цілі інструктора* та *цілі клієнта*. До **комунікативних цілей фітнес-інструктора**, які визначаються

основними завданнями фітнесу як такого та особливостями фітнес-заняття, відносимо:

1) **рекреаційно-оздоровчу** (допомогти клієнту усунути наявні проблеми зі здоров'ям, розважити, відволікти від рутинності): (7) *This is an exercise routine for 10 minutes to unwind after a long day. These exercises reduce tension and ease you into your evening [9].*

2) **Естетичну ціль** (допомогти клієнту покращити зовнішній вигляд тіла): (8) *That's the best way to have a nice bottom and look great from behind! You'll look great in jeans, tights or mini-skirts, in whatever you wear [8].*

3) **Розвиваючу** (розвивати різноманітні фізичні, психологічні та інтелектуальні здібності): (28) *Namaste and welcome to Yooga Vidya intermediate Yoga class with affirmations for development of mental powers [24].*

4) **Контролюючу** (простежити за правильною технікою виконання вправ): (9) *Let's see what you got. Let's have a look. How are you doing over there, Lea? [23].*

5) **Організуючу** (структурувати та організувати види діяльності клієнтів на занятті): (10) *We'll start with the gradual warm-up, then we'll move into low impact vigorous aerobic workout, after that will concentrate on some specific muscle groups, including the arms, the stomach, the buttocks and the legs. Finally, we'll have a great and relaxing cool down [16].*

6) **Оцінну** (здійснити оцінку якості роботи клієнтів під час фітнес-заняття): (11) *Good! You did great. Don't you feel wonderful that you've accomplished that workout today? That's self-gratifying feeling! [12]*

Цілі клієнта визначаються його вищими та нижчими потребами, а саме прагненням до:

1) покращення стану здоров'я та зовнішнього вигляду (рекреаційно-оздоровча та естетична ціль): (12) *To this day Souness is obsessed with fitness, healthy dieting, pectoral pride and keeping his body in trim [6].*

2) досягнення стану душевної рівноваги (самостверджуюча ціль): (13) *In May of 1992 I decided that I was gonna do whatever was necessary to change my body. I just never dreamed of how it would change my life. So, now there are ten steps that I live by [18].*

3) відволікання від повсякденності та розширення кола знайомств (соціалізуюча ціль): (14) *'We became good friends because we were both keen on fitness' [6].*

Отже, під час занять фітнесом відбувається вербалізація цілей фітнес-інструктора та клієнта, які визначаються відповідно загальними цілями фітнесу й фітнес-заняття, а також індивідуальними потребами / цінностями клієнтів. Комунікативні цілі фітнес-інструктора та клієнта визначають мовленнєву поведінку обох учасників фітнес-дискурсу під час фізичних вправлень.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К. : Академія, 2004. 344 с.
2. Бессонова О. Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивно-гендерні аспекти : монографія. Донецьк : ДонНУ, 2002. 362 с.
3. Ивин А. А. Аксиология. М. : Высш. шк., 2006. 390 с.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 2-е изд., стереотип. М. : USSR, 2003. 284 с.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
6. Маслоу А. Мотивация и личность = Maslow A. Motivation and Personality / Abraham H. Maslow ; пер. А. М. Татлыбаевой. 2 nd ed. N. Y. : Harper & Row, 1970 ; СПб. : Евразия, 1999. 352 с.
7. British National Corpus. URL: <http://www.natcorp.ox.ac.uk> (дата звернення: 23.10.2014).
8. Crawford R. Healthism and the Medicalization of Everyday Life. *International Journal of Health Services*. Vol. 10, № 3. 1980. P. 365–388.
9. Denise Austin – Butt Exercises. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5iuPEUaV5hk> (дата звернення: 11.03.2013).
10. Denise Austin Classic 2. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=HMXSBuJrmAQ> (дата звернення: 10.01.2014).
11. Denise Austin Desert Workout 1. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=m6szEVyTy8g> (дата звернення: 11.03.2014).
12. Denise Austin Lite Workout. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=e0wW-Us2BIY> (дата звернення: 24.03.2014).
13. Denise Austin Red Stripe Bikini Pt 2. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=moWz21CkZVk> (дата звернення: 12.05.2014).
14. Denise Austin Yoga Workout. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=RINnk9IMUCo> (дата звернення: 21.03.2014).
15. Greenhalgh T. Health for me : a sociocultural analysis of healthism in the middle classes. *British Medical Bulletin*. 2004. Vol. 69, Issue 1. P. 197–213.
16. Healthy Fitness Fare. URL: <http://healthyfitnessfare.com> (дата звернення: 24.01.2013).
17. How to lose belly fat fast in 1 week, Foods that burn belly fat fast in 1 week, eat to lose belly fat. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=jzXHudS8ZSI> (дата звернення: 01.04.2014).
18. Leech G. N. Principles of Pragmatics. London : Longman, 1983. 250 p.
19. Oprah – Make the Connection. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dGEF6twra5I> (дата звернення: 27.03.2012).
20. Oprah works out with Bob Greene. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DrgDSZPpMoA> (дата звернення: 16.02.2012).

21. Park R. J. A Decade of the Body : researching and writing about the history of health, fitness, exercise and sport, 1983–1993. *Journal of Sport History*. 1994. Vol. 21, No. 1. P. 59–82.
22. Powdermaker H. Hollywood : The Dream Factory An Anthropologist Looks at the Movie Makers. London : Secker & Warburg, 1951. 233 p.
23. Tirhas C. The healthiest ideology: towards a new form of health awareness in the contemporary life style. *Studia UBB. Philosophia*. 2013. Vol. 58. P. 55–70.
24. Total Body Barre Workout For Arms By Kathy Smith. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=JdTASQdDoUQ> (дата звернення: 13.02.2014).
25. Yoga Class with Affirmations for Development of Mental Powers. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JYMUOecCkNk> (дата звернення: 15.07.2014).

Рудий В. Г.
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів
 Львівський національний університет імені Івана Франка
 м. Львів, Україна

НІМЕЦЬКІ ПРИСЛІВ'Я ТА ПРИКАЗКИ ПРО ЩАСТЯ І ДОЛЮ

Прислів'я та приказки – це, по суті, різновиди одного жанру, оскільки різкої межі між ними не існує. Прислів'я, – за визначенням більшості учених-пареміологів, – це самостійні судження, інтонаційно оформлені як прості або складні речення, що містять завершену думку, тоді як приказки будуються як одночленні речення з незакінченим судженням і, на відміну від прислів'їв, не мають повчального змісту. Приказки виконують зазвичай емоційно-експресивну чи оцінну функції.

Серед величезного жанрового розмаїття німецької народної творчості чільне місце займають прислів'я і приказки про щастя і долю. Діапазон значень цих фольклорних висловів досить широкий.

Щастя буває особистим, сімейним, суспільним та усєї країни. Jeder ist seines Glückes Schmied = Всяк сам коваль свого щастя; Das Glück muß man erobern = Щастя саме не приходить, за нього треба боротися; Das Glück ist leicht zu finden und es zu verlieren ist noch leichter = Щастя легко знайти, а згубить його ще легше.

Однак завжди треба пам'ятати, що щастя не постійне. Das Glück ist wankelmütig = Щастя мінливе; Wer sein Glück nicht sucht, der versäumt es = Хто не шукає свого щастя, той втрачає його; Glück und Glas, wie leicht bricht das = Щастя як скло, легко розбивається.