

9. Лингвистический академический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 683с.
10. Луньова Т. В. Лексикалізований концепт “гармонія” в сучасній англійській мові: структура і комбінаторика : Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Т. В. Луньова. – К., 2006. – 348 с.
11. Манакин В. Когнітивна лінгвістика та доцільність для сучасного мовознавства / В. Манакин // Наукові записки – Вип. 95 (1). – Серія : Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. – Кіровоград : РВВКДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – 584 с.
12. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику / В. А. Маслова – М. : Наука, 2004. – 296 с.
13. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М. : Академ. проект, 2004. – 992 с.
14. Толстой Н. Н. Слово в обрядовом тексте / Н. Н. Толстой, С. М. Толстая // Славянское языкознание: сб. докл. – М. : Наука, 1993. – С. 162-186.
15. Шишкина С. А. Лингвокультурная и когнитивная репрезентация концепта “интерес” в русском и английском языках: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / С. А. Шишкина. – Тюмень, 2007. – 21 с.

***Кравченко В.Л.***

*Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г.Короленка*

**Мовна репрезентація ціннісного складника концепту JAPANESE SENCE OF BEAUTY у сучасному англomовному дискурсі**

***Kravchenko V.L.***

*Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University (Ukraine)*

**Language Representation Valuable Component of the Concept JAPANESE SENCE OF BEAUTY in Modern English Discourse**

**Abstract**

Concepts JAPAN and JAPANESE SENCE OF BEAUTY are taken under special scientific research in various fields: political science, sociology, philosophy and cognitive linguistics, etc. We understand the concept as mental entity that has certain characteristics reflecting the objective and subjective characteristics of objects or phenomena, and that was “missed” by value-regulatory system of the individual and a verbal form of expression in speech. This study focused on revealing semantic features basic concepts of English cultural intercultural discourse and give their interpretation. This presentation is limited to features characteristics of “sense of beauty” in Japanese culture through cultural conceptual metaphors in English intercultural discourse.

**Keywords:** *concept, cognitive linguistics, valuable component, semantics, conceptual metaphor, Modern English Discourse.*

Культурна модернізація відносин, сучасне суспільство у міжкультурному розвитку та міжкультурних рухів інтеграційних процесів

призвели до змін когнітивного простору. Питання про сьогодення і майбутнє дихотомії Схід-Захід, концепт ЯПОНІЯ взято під особливий досліджень в різних наукових сферах: політологія, соціологія, філософія і когнітивна лінгвістика і т.д. співвідношення мови та соціальної реальності, мови і культури постійною привертає увагу в сучасній лінгвістиці. Актуальні напрями досліджень у цій області є концептуальний аналіз в когнітивної лінгвістики.

Когнітивна лінгвістика може подолати розрив між культурою і мовою. Однією з основних цілей цього дослідження було виділити, яким чином вербалізується концепт в англomовному дискурсі. Крім того, було проведене анкетування, щоб виявити як студенти реперзентують досліджуваний концепт, також розширити зміст, як культурні концепти, реперзентовані в мові. Як Л.А. Янда стверджував, “використання когнітивної лінгвістики для вивчення культурних мовних явищ є новим напрямком досліджень, що мають відношення до ідентичності тисячі мов людей на землі” [11]. Ці дослідження довели факт міждисциплінарних звязків між культурою і мовою.

Визначальну роль у лінгвістичному аналізі сьогодні відіграє *когнітивна парадигма* з притаманними їй методами дослідження. У рамках цієї парадигми лише аналіз концепту як операційної дослідницької одиниці, спрямованої на “комплексне вивчення мови, свідомості та культури” [7, с. 38], дозволяє звернутися до всієї повноти людського досвіду буття в культурі; лише звернення до когнітивних структур дозволяє дати реальні пояснення функціонуванню мови [5, с. 27]. Когнітивний підхід дозволяє перейти від опису одиниць та структур дискурсу до моделювання структур свідомості учасників комунікації через аналіз фреймів та концептів, метафоричних моделей і стереотипів, які становлять засади у міжкультурному спілкуванні.

Концептуальний аналіз, спрямований на знання про світ, а не на роз’яснення мовної одиниці [4, с. 85], не тільки розширює можливості власне лінгвістичного аналізу, але може використовуватися як метод дослідження різновидів дискурсу. При лінгвокогнітивній орієнтації дослідження одиницею аналізу дискурсу є *концепт*, який, на наш погляд, виконує структуротвірну функцію в межах різних дискурсивних типів.

Створення та сприйняття концептів – двосторонній комунікативний процес. У ході комунікації продуценти та реципієнти концептів постійно міняються місцями. Концепт є “когнітивним утворенням, яке заміщає в процесі мислення невизначену множинність предметів одного і того ж роду” [1, с. 267-279]. У цьому трактуванні концепт ототожнюється з поняттям. Визначення пізнавального концепту як акту мислення, що передбачає конкретну розумову обробку (аналіз та синтез) речей певного роду, а також урахування його знакової природи повністю пояснює здатність концепту заміщувати те, на що він спрямований (наприклад, коли чуємо слово *Японія*, виникають певні спогади, асоціації в напрямку того, що ми вже багаторазово чули та уявляли).

Як уважають дослідники [2, с. 29; 3, с. 28; 6, с. 8-10, 21], існує багато способів мовного представлення концепту (вхід до концепту). Один і той

самий концепт може репрезентуватися за допомогою мовних одиниць різних рівнів: лексем, фразеологізмів, вільних словосполучень, речень. Водночас одна й та ж сама одиниця мови може стати входом до різних концептів.

Таким чином, під **концептом** ми будемо розуміти ментальне утворення, яке має певні ознаки, що відображають об'єктивні та суб'єктивні характеристики предметів чи явищ дійсності, та яке було “пропущене” через ціннісно-нормативну систему індивіда і має вербальну форму вираження в мовленні.

Ці найменування *Японія* в англomовних текстах можна класифікувати за типом мотивації назви. Наведемо цю класифікацію позначень, що стали входами до концепту ЯПОНІЯ (входами до концептів є лексеми або словосполучення зі спільною сферою референції:

1) **Japan car** – *Toyota, Honda, Nissan, Suzuki, Mitsubishi, Yamaha, Mazda, and Subaru* [8; 9];

2) **Japan Music** – *kanji, enka, Shakuhachi, gagaku, shomyo, min'yo*, [8; 9];

3) **Pop Culture in Japan** – *Manga and Muji, Otaku, The Bubble Economy, Comedy, Taiga and trendy dramas, dorama, Tamagotchi, Doraemon, Focus, Friday Flash, Golf, Hello Kitty and Hanako, Idols and iMode, Karaoke, Nihonjinron, Pachinko, Purikura and Pokemon, Quiz shows, robo-pets, Yakuza, Zoku and zodiac* [8; 9];

4) **Best of Japan (traditions)** – *Himeji-jo castle, Traditional Kabuki theatre, Kenroku-en garden, Toshogu shrine, onsen, Nikko, Susukino nightlife, Koyasan Buddhist retreat* [8; 9];

5) **Communications and the Media** – *yubin-kyoku, Mail & Telephone Glossary, Phones, Faxes, Email and the Internet, The Media* [8; 9];

6) **Japan Post** – *Nippon Yūsei Kōsha, yū-cho, kampo* [8; 9].

Як бачимо, у вербалізації цього концепту задіяні різноманітні способи номінації, що свідчить про багатомірне розгортання концепту ЯПОНІЯ. У досліджуваних текстах цей концепт представлений різноманітним чином, проте головна ідея полягає подати новий осучаснений образ Японії з її найсучаснішими новинками та технологіями, що розповсюджуються у всьому світі. Крім того, концепт ЯПОНІЯ не загубив також і традиційної чарівності та невизначеності, що притаманна з давніх часів Японії. У проаналізованих англomовних Інтернет-текстах сучасна ЯПОНІЯ (Japan) концептуалізується як певна розпливчата та невизначена сутність: чи то острів, чи то країна Східної Азії, чи то імперія Східної Азії, чи то архіпелаг. На дискурсивному рівні ця семантично-референційна невизначеність підтримує дискусійну складову міжкультурної комунікації, присвячену суперечкам щодо того, яку саме частину географічного, політичного та історичного ландшафту слід уважати “Японією”.

Актуальність цього дослідження визначається тенденція до культурного дослідженню концептів, які є засобом концептуалізації різних нематеріальних об'єктів (в нашому випадку – культура, відчуття краси, подальший розвиток

японської культури). За допомогою цього дослідження ми продовжуємо проблеми пошуку міжкультурних типів дискурсу.

Також одним із завдань цієї розвідки було розкрити семантичні особливості основних культурних понять англійського міжкультурного дискурсу і дати їх тлумачення. Ця презентація обмежена особливостями характеристики поняття “почуття краси” в японській культурі за допомогою культурних концептуальних метафор в англійському міжкультурного дискурсу.

В межах концептуального аналізу метафоричні моделі, що представляють поняття “почуття краси” були розглянуті. У цьому дослідженні метафоричні моделі були обрані на основі домену мети, почуття краси, мистецтва. Для культурної концептуальної метафори в англійському міжкультурному дискурсі до джерела-домена відносяться такі *empty space, silences, motion, ambiguity, clothing, music, reading between lines, nature, art, architecture, garden*.

В Японії стало популярним сьогодні для людей носити сині джинси, слухати рок-музику, їсти фаст-фуд, спати в ліжку, а їсти з ножом і виделкою. З давніх часів, розвиток культур інших країн, особливо Китаю та Кореї, справили великий вплив на японській стиль життя. Тим не менш, з відкриттям Японії в дев'ятнадцятому столітті після багатьох років ізоляції, і особливо після Другої світової війни, японці намагалися “йти в ногу” з західними людьми і стати схожими на них. В результаті, спосіб життя від західної культури все частіше сприймається і приймається в Японії, і західним способом життя в даний час широко поширений серед японського народу. У результаті, багато людей починають задаватися питанням, де можна знайти оригінальну японську культуру з її глибоким почуттям краси, яке було настільки очевидним в минулому, але який зараз швидко зникає. Часткову відповідь на це питання можна знайти у вивченні японських естетичних традицій, як вони існують сьогодні, особливо з точки зору моди, музики, живопису та мови [12].

Японське мистецтво спочатку було з використанням чорно-білих фарб таким чином, що кілька простих махів кисті в загальних рисах може представляти гори і ліси. Це було зроблено тушшю на папері або на шовковій тканині використовуючи примітивні інструменти. Західне мистецтво, однак, є те, що більшість людей знає, як “мистецтво” в Японії сьогодні, тобто мистецтво використанням яскравих кольорів, в прямому сенсі, застосування повної і недвозначної форми.

Японське мистецтво орієнтується не на те, що логічно вважається гарним, але й на те, що люди відчувають себе чудово. Японська естетика дуже суб'єктивна, і немає абсолютних критеріїв того, що це має бути. На Заході, однак, те, що красиво гарне саме по собі, та є явні й чітко встановленими критерії для краси. *Усвідомлюючи (Aware)*, як кажуть, представник японської почуття прекрасного, і це термін несе в собі великі тонкощі, що досить важко зрозуміти, тому що це відноситься конкретно до японського почуття оцінюючи те, що вважається марним. Наприклад, на Заході люди схильні

думати, що квіти в повному розквіті є найкрасивішими, але коли сухі вони не є такими. Це не випадок з японським почуттям *Aware* – люди знають про красу повному кольорі, звичайно, але більше зворушений і глибоко зворушений, коли ці квіти падають або починають слабшати. Крім того, вони вважають, що Місяць частково покритий хмарами є більш привабливим, ніж той, який є повним [10]. Усвідомлюючи, таким чином, пов'язані з почуттями жалю речі втрачають свою красу, як не парадоксально знаходять красу в своїй протилежності. Крім того, все, що в кінці може бути оцінене як красиво в Японії, і те, що красиво, залежить від суб'єктивної точки зору. Однак такі фундаментальні поняття краси іноді критикують за їх невизначеність і, здається, менше цінується і зникають в сучасній Японії, і багато молодих людей сьогодні не може відчувати красу невідомо [12, с. 37].

Сьогодні японська мова змінюється, так як люди виражають себе більш рішуче і прямо, а іноді і дратує невизначеність для власного блага. Тим не менш, існує також небезпека втратити здатність цінувати тих, мовчання (MA|ma), які часто здаються незначними і не містять значення (знати|aware), за винятком тих, хто розвинув у собі здатність читати між рядків [12, с. 38].

Порожній простір відзначені з простим деревом і прості стіни, так, щоб світло втягується в це формує тьмяному тіні в порожнечі. Існує нічого більш. І все ж, коли ми дивимося в темряву, яка збирає за перекладину, навколо вази з квітами, під полицями, хоча ми прекрасно знаємо, що це всього лише тінь, ми подолати з почуттям, що в цьому маленькому куточку атмосфера панує повне і абсолютне мовчання, що тут, в спокої темряви незмінна панує.

Оскільки ціннісний код часто використовується для представлення концептуальних областей; концептуального домену для “дні тижня” “days of the week” може мати той же набір значень в якості концептуального домену для “кольорів у веселці” “colours in the rainbow”.. І в той час як ціннісні домени однакові, вони не належать до тієї ж концептуальної області. Модально-оцінний підхід в описі словосполучення, як “японська культура”: унікальний, традиційних, патріархальних і т.д. (“Japanese culture”: *unique, traditional, patriarchal* etc.) Але в той же час в японській культурі були виявлені такі лексеми, як розвиток, просунувся зі збереженням традицій. *development, advanced with the preserving the traditions*. Коли студенти думають про Японію в порівнянні з Європою, вони підкреслюють, наскільки унікальна Японія, здається, розглядають Японію як дуже далеку екзотичну культуру. Так, Японія, як очікується, має бути унікальною. Може бути, що те, що робить Японію, унікальною є те, що комбінації установ – освіта, релігія, сім'я і так далі – так, що ті, які в поєднанні можуть дещо відрізнитися від того, що ми очікуємо в Європі.

З отриманих даних можна виділити наступні системи цінностей Японії: японські цінності – зобов'язання перед групою, веде себе у відповідності зі статусом, гармонія, зусилля, самовдосконалення, самокритичність, колективізм; Концепт японське “почуття краси” порожній простір, мовчання, рух, двозначності, одяг, музика, читання між рядків, природа, дух мистецтва,

відомо. Japanese “sense of beauty” *empty space, silence, motion, ambiguity, clothing, music, reading between lines, nature, the spirit of the art, aware.*

Отже, репрезентація концепту ЯПОНІЯ показує, що ця країна представлена як друга найбагатіша країна, і лідером технологій у світі, і відома тим, що є унікальна культура. Японія не могла б досягти цієї висоти культурного розвитку без зовнішнього впливу. Використання прикладів в історії Японії, показує, що як ізольована країна, культурна еволюція Японії була повільніше, порівняно з Європою, де культурна дифузія відіграє велику роль у їхній історії. Різні культурні дискурси дають змогу простежити формування та функціонування механізму концепту Японія та японського “почуття краси” Japanese “sense of Beauty”. Аналіз показав, що ці поняття формуються за допомогою засобів дискурсу.

### Література

1. Аскольдов С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // Русская словесность: От теории словесности к структуре текста / [ред. В.П. Нерознак]. – М. : Academia, 1997. – С. 267-279.
2. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж : Изд-во Воронежск. гос. ун-та, 1996. – 104 с.
3. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамбовск. гос. ун-т имени Г. Р. Державина, 2000. – 123 с.
4. Кубрякова Е. С. Об одном фрагменте концептуального анализа слова ПАМЯТЬ / Е. С. Кубрякова // Логический анализ языка. Культурные концепты / [ред. Н. Д. Арутюнова]. – М. : Наука, 1991. – С. 85-91.
5. Кубрякова Е. С. О новых путях исследования значения: Теория айсберга / Е. С. Кубрякова // Проблемы семантического описания единиц языка и речи : материалы докл. междунар. науч. конф. – Ч. 1. – Минск : МГЛУ, 1998. – С. 27-43.
6. Попова З. Д. Понятие “концепт” в лингвистических исследованиях / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Воронежск. гос. ун-т, 1999. – 30 с.
7. Слышкин Г. Г. Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) / Г. Г. Слышкин // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : [сб. науч. тр.] – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 38-45.
8. Japan Travel and Living Guide [Electronic Resource]. URL: <http://www.japan-guide.com/>
9. Japan National Tourism Organization [Electronic Resource]. URL: <http://www.jnto.go.jp/>
10. Keene D. The pleasure of Japanese Literature / D. Keene. □ New York : Columbia University Press, 1988. □ 133 p.
11. Laura A. Janda 2011. From Cognitive Linguistics to Cultural Linguistics. UNC-Chapel Hill/University of Tromsø [Electronic resource]. URL: [www.unc.edu/~lajanda](http://www.unc.edu/~lajanda) (accessed on: 10.11.2011).

12. The Japanese Mind : Understanding Contemporary Japanese culture / by Roger Davies, Osamu Ikeno. □ Rutland, Vermont : TUTTLE PUBLISHING, 2002. □ 270 p.

**Кравченко В.Л., Грибіниченко І.**

*Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г.Короленка*

## **Мовна особистість у сучасному англomовному політичному дискурсі**

**Kravchenko V.L., Grybinychenko I.**

*Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University (Ukraine)*

### **Linguistic Identity in Modern English Political Discourse**

#### **Abstract**

Linguistic identity is largely a political matter and languages are flags of allegiance. This means that the instrumental view of language is fundamentally flawed. If anything, it is the pre-theoretical sense that communication is possible or desirable in given contexts or, more technically, the presence of a relatively stable speech community, that makes us postulate the existence of a common language. So too, it is the unwillingness to communicate or the unavailability of the means to do so that paves the way for the sense that there are insuperable linguistic barriers to contend with. The immediate upshot of this line of reasoning is that there are no such things as languages, if by 'languages' we mean natural objects that are "out there", waiting to be discovered, described, and catalogued by the linguist. What this means is that there is an urgent need to foreground the issue of the politics of language.

**Keywords:** *Linguistic identity, language vs. communication, language loyalty, language and nationalism, politics of language*

Процес комунікації є невід'ємною частиною сучасного життя. Складне комунікативне явище, що містить у собі і соціальний контекст, який дає уявлення як про учасників комунікації (і їх характеристики), так і про процеси виробництва і поняття повідомлень, прийнято називати дискурсом. Дискурс – це зв'язаний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними та іншими факторами, мовлення, розглянуте як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і в механізмах їхньої свідомості.

Дослідниця А. Рицарева визначає дискурс, як своєрідний текст чи його парадигму, побудований на міркуваннях, що складається з послідовного ряду логічних мовних ланок, усних або письмових, діалогічних або монологічних, різножанрової категорії, у якому є корелятивні зв'язки лінгвістичного або екстралінгвістичного змісту, і як наслідок, логічність і змістовність структурної будови, здатної реалізувати прагматику аргументації, полеміки та наукової доказовості [3, с. 84].

Дослідниця В. Лук'янець зазначає що, під політологічним (політичним) дискурсом розуміється зв'язаний текст, зумовлений ситуацією політичного спілкування у сукупності з прагматичними, соціологічними, психологічними та