

Як бачимо, вставлені компоненти можуть втрачати відтінок додатковості в семантичному плані, бо те, що подається в дужках, важить іноді не менше за формально основний текст. Виділення вставлень з допомогою дужок доволі часто варто розглядати як спосіб актуалізації цього фрагмента. Мета такого способу – зробити більш доступною для зорового та інтелектуального сприйняття зміну характеру модальності тексту – перехід від об'єктивної до суб'єктивної модальності. Адже важливим є абсолютно все, а інколи те, що в дужках, – більш вагоме. Цією особливістю пояснюється те, що вставленим може бути не тільки слово, словосполучення чи речення, а навіть надфразна єдність, текст. Тому читач може втратити відчуття «меншовартості» прочитаного в дужках, сприймаючи всю текстову побудову гармонійно та органічно настільки, що уявити собі цей текст без вставленої конструкції вже неможливо. Наприклад : – *Закону одному підвладне життя світове: земля – наша мати, а ми її діти. Все наше – і надра, і землі, й хліба ... (Над яром на конях басують бандити, Володін рушницю навів з-за горба і в голос знайомий, прищурившись, цілить, і тінь Семипальця на мушку пливе, хуга зривається, вис і квилить, і з боєм вривається в серце живе)* (Л. Первомайський).

Такі вставлені конструкції перебувають в іншому контекстальному відношенні щодо основного речення, в яке вони включені, і утворюють побічні предикативні текстові відгалуження стосовно змісту основної лінії викладу: *Горбань сказав, що й сумніву нема. Звичайно, вбивство. Та ще й нещота. Він, як Горбань, вважає зокрема: їй треба дьогтем вимазати ворота! (Тут принагідно варто зауважити, що дьогтю він мав, справді, предостатньо, оскільки він, як виявилось потім, «з комори мєскої потай дьоготь крав», за що і був поставлений перед в'язом. А втім, і згодом він ще вітував. І вже аж гетьману Дем'яну Многогрішному уже аж на полковника Жученка устиг й «крамулку» довести)* (Л. Костенко).

Вставлення стає «текстом у тексті», причому інколи вставлені конструкції за обсягом значно перевищують основний текст, як-от у есеї Т. Прохаська «Непрості». В одному з таких прикладів [3, с. 12–14] вставлений текст займає дві сторінки, на яких подається історія героїні, її батьків; повчання, філософські життєві істини, висловлювані іншими героями. Тобто вставлена одиниця містить не просто додаткову інформацію – базове речення і вставлений компонент – це семантично різні повідомлення. Загалом за допомогою вставлених текстів, за нашими спостереженнями, виражаються: «обставини дії чи події (які відбуваються одночасно з основною дією, передували їй чи відбудуться в майбутньому), розкривається внутрішній світ героїв, їх психічний стан, стосунки з оточуючими, людино- та світосприйняття, експлікуються емоції та ставлення автора до зображуваних подій та суб'єктів» [1, с. 33]. При цьому, як правило, у вставленому тексті використовуються уже згадані лексичні засоби зв'язку з базисом: повтор деяких слів, використовуються вказівно-замінювальні слова чи слова-синоніми. Наприклад : *ІІ. коньяк з цибулевою зупою; сік з лози винограду; портер з диким медом; джин з червоними мурашками;*

(один араб ще в Африці каже Себастьянові – передовсім вчи своїх синів робити їсти, вони будуть мудримі і радісними – у Себастьяна нема синів, але є дочка Анна – він вчить її робити їди: розкаже, що їх треба не боятися придумувати, як найкращі пригоди для себе – робити їсти для когось завжди сенсорно, як виховувати дитину чи плекати рослини – заняття, яке вертає до безпосередності звірів і птахів, коли питання що і для чого робити ще не виникає – цікавість, яку можна дарувати – протистояння різних стихій і сутностей, які можна навчити жити разом – початок всіх смаків у рослинах – тому, що їм немає кінця, нема кінця робленню їжі – Анна почала з бару – варила портер разом з цільниками дуплявих бджіл – подавала гарячу цибулеву зупу відразу після коньяку, і знову запивати коньяком по ошпареному піднебінні – кидала в шклянку докину кількадесят крилатих червоних мурашок (вірячи, що убивати у їді не зріх), які додавали спиртові пекучості своєю кислотою – золотною весною обтинала виноград на зарослих балконах і збирала сік лози, потому розчиняючи ним ялівцівку в пропорції один до пів – і так зовсім) (Т. Прохасько). [2, с. 100–101].

У згаданому есеї Т. Прохаська зустрічається цікавий приклад вставленого тексту [3, с. 104], який передує базису, і настільки від нього віддалений за змістом, що сприймається як вставлена одиниця до всього твору загалом. Тому, аналізуючи відношення між базисним реченням і вставленим текстом, слід говорити не про зв'язок змістових елементів, а про зв'язок між цілісним змістом одного й другого компонентів, який полягає в їх тематичній спільності. Такий зв'язок назвемо тематичним, а не ланцюговим.

У будь-якому випадку приклади вставлених текстів переконують, що усталена думка про «вторинність», «меншовартість» вставлених компонентів не завжди адекватно відбиває мовні реалії. Отже, під час аналізу смислових, контекстуальних відношень між базисним та вставленим реченням (до уваги бралися тільки ті, що поєднані безсполучниковим зв'язком) і текстом можна виділити два основні їх види: супровідні відношення, при яких вставлення у змістовому плані повністю залежать від базису, підпорядковані йому; і співпозиційні відношення, коли основне речення і вставлений компонент, особливо текст, – це семантично різні повідомлення, найчастіше асоціативні висловлення, що створюють враження спонтанних, непередбачених, однак мають тематичну єдність, змістову спільність.

Література:

1. Дегтярьова І. Стилістичний синтаксис української постмодерністської прози / І. Дегтярьова // Українська мова: науково-теоретичний журнал Інституту української мови НАН України. – 2009. – №3. – С. 27–38.
2. Загнітко А. Семантика і прагматика вставлених одиниць в українському реченні / А. Загнітко // Вісник Львівського університету. Сер. : Філологічна, 2000. – Вип. 28. – С. 301–309.
3. Прохасько Т. Непрості [Текст] / Т. Прохасько. – Івано-Франківськ : Лілея НВ, 2002. – 140 с.
4. Сучасна українська мова: Синтаксис / за ред. О. Д. Пономаріва. – К. : Либідь, 1994. – 256 с.
5. Українська мова: енциклопедія / редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін. – К. : Укр. енцикл., 2000. – 752 с.

УДК.811.112.2'42

О. М. Грибок,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

ТЕМАТИЧНИЙ РЕПЕРТУАР ПОБУТОВОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ)

У статті надається уточнення поняття «тематичний репертуар», виявляються критерії актуалізації тематичних стереотипів у комунікативному процесі, досліджується специфіка автосприйняття німців та їх стереотипного ставлення до проблем, що тематизуються у побутовому дискурсі на прикладі більш детального аналізу окремих найбільш вживаних із виявлених тем, здійснюється аналіз мовних засобів розгортання тематичних стереотипів у дискурсі

сі, з'ясується наявність тематичних стереотипних висловлень серед виявленого мовного матеріалу. Серед наявних мовних засобів, що слугують для розгортання стереотипних тем, увага фокусується на лексичних одиницях для позначення «тематичних стереотипів», які засвідчують національну специфіку картини світу німецької лінгвоспільноти.

Ключові слова: актуалізація, об'єктивізація, побутовий дискурс, тематичний репертуар, тематичний стереотип, стереотипна тема.

THEMED REPERTOIRE OF EVERY-DAY DISCOURS (IN GERMAN LANGUAGE)

The article deals with the exaction of the term «themed repertoire», the criteria of the actualization of themed stereotypes in the communicative process, examination of the specifics of self-perception of Germans and their stereotypical attitudes to thematic problems in everyday discourse as the example of a more detailed analysis of some the most used themes. The analysis of linguistic resources in the deployment of stereotypical discourse is carried out, it defines the presence of themed stereotypical statements which include the certain speech material. Among the available linguistic devices that are used to deploy the stereotypical topics, it focuses on the lexical units of the «themed stereotypes» which certify the national specific of the worldview of German lingual community.

Keywords: actualization, everyday discourse, objectification, themed repertoire, themed stereotype, stereotyped topic.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ РЕПЕРТУАР БЫТОВОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

В статье представлено уточнение понятия «тематический репертуар», выявляются критерии актуализации тематических стереотипов в коммуникативном процессе, исследуется специфика автовосприятия немцев и их стереотипного отношения к проблемам, тематизирующихся в бытовом дискурсе на примере более детального анализа отдельных наиболее употребляемых из выявленных тем, осуществляется анализ языковых средств развертывания тематических стереотипов в дискурсе, выясняется наличие тематических стереотипных высказываний среди определенного речевого материала. Среди имеющихся языковых средств, служащих для развертывания стереотипных тем, внимание фокусируется на лексических единицах для обозначения «тематических стереотипов», свидетельствующих о национальной специфике картины мира немецкого лингвосообщества.

Ключевые слова: актуализация, бытовой дискурс, объективизация, тематический репертуар, тематический стереотип, стереотипная тема.

Тема є **актуальною**, оскільки присвячена проблематиці, актуальній для сучасної лінгвістики, зокрема питанням гармонізації міжкультурної комунікації. **Метою** статті є виявлення тематичного репертуару побутового дискурсу німецької лінгвоспільноти. Для досягнення поставленої мети передбачається виконання таких **завдань**:

- уточнити поняття «тематичний репертуар»;
- виявити критерії актуалізації тематичних стереотипів побутового дискурсу німецькомовної лінгвоспільноти;
- проаналізувати мовні засоби розгортання тематичних стереотипів у дискурсі;
- з'ясувати наявність тематичних стереотипних висловлень серед виявленого мовного матеріалу.

Об'єктом дослідження є мовні одиниці, що слугують для розгортання відповідних тематичних стереотипів побутового дискурсу, **предметом** – виявлення специфіки стереотипного ставлення німців до проблем, що тематизуються у побутовому дискурсі.

Стереотипи як елементи концептуальної картини світу активно досліджуються на сучасному етапі, що зумовлено зростаючим інтересом до проблем лінгвокультурної комунікації. Дослідженню стереотипів присвячена чимала кількість робіт на матеріалі різних мов [1; 2; 6; 8; 10; 11]. Пропонуються різні класифікації стереотипів [4;5;7]. Більше уваги, на нашу думку, присвячено етнічним авто-та гетеростереотипам (що думає один народ сам про себе та що думають про нього інші народи). Проте як зазначає Т. ван Дейк, тематичний репертуар побутового дискурсу виявлено недостатньо [3], що й зумовило вибір теми даної статті, оскільки стереотипна тематика дискурсу постачає інформацію про значущість тематизованих проблем для суспільства.

Під «тематичним репертуаром» розуміємо номенклатуру тем, до яких неодноразово звертаються представники певної лінгвоспільноти (зокрема, німецької). У німецьких лінгвістичних студіях для позначення таких тем вживається термін «thematische Stereotypen» [9, S. 67], оскільки в межах кожної стереотипної теми прослідковується наявність тематичних стереотипів, які актуалізуються відповідними мовними одиницями серед іншого мовного матеріалу, який застосовується для розгортання тієї чи іншої теми.

Тематичні стереотипи актуалізуються залежно від життєвих ситуацій, тому не слід вважати, що хтось може назвати повний перелік всіх тем, що постійно обговорюються чи принаймні згадуються у всіх без винятку розмовах німців. Звісно можна назвати теми, до яких звертаються комуніканти, коли за збігом обставин вони не знають про що говорити.

Отже, до стереотипних тем звертаються комуніканти, які мало знайомі, але зустрічалися на вечірках з нагоди дня народження, на офіційних прийомах, у подорожах тощо. Крім того стереотипними, на нашу думку, можуть стати теми з проблем, які є актуальними для суспільства в певний період його життя. Такі теми стереотипізуються насамперед мас-медіа та неодноразово обговорюються членами лінгвоспільноти.

Тематичний репертуар об'єктивується у різних соціальних групах, у членів сім'ї, друзів, знайомих, сусідів тощо. Стереотипні теми засвідчують:

рівень актуальності проблематики для суспільства, соціальної групи чи окремих її представників; ступінь знайомства комунікантів; ситуативні, соціальні ролі та статус комунікантів; динаміку розвитку суспільства (оскільки в різні періоди життя суспільства та його соціальної структури стереотипи, якщо й не повністю зникають, то засвідчують зміну структури тематичного фрейму та модифікацію чи варіативність термінального заповнення слотів останнього).

Стереотипи торкаються різних проблем та сфер повсякденного життя німців. До найбільш часто вживаних тематичних стереотипів побутового дискурсу належать WEINACHTEN, GESCHENKE, REISEN та інші, які асоціативно актуалізують інші теми, що хвилюють німецьке суспільство: EHENKRISE, FAMILIE, KINDER, VERWANDEN, NACHBARN та інші, стереотипність яких підтверджується діалогами із творів художньої літератури, публіцистики, інтернет-ресурсів тощо. Наприклад: GESCHENKE (*Ein Jullklapp bietet immerhin auch die Gelegenheit, einen der vielen Kerzenständer loszuwerden. Nieder mit dem selbstgebastelten Geschenk!*) [12, S. 127], WETTER (*Wenn Sie wissen wollen, wie das Wetter wird, schauen Sie aus dem Fenster.*), GÄSTE (*Manche Gäste kommen einem ja sehr entgegen, wenn sie wieder gehen.*) [12, S. 208], LIEBE (*Man kann sich auch in eine häßliche Frau verlieben*) [16, S.65], KINDER (*Kindliche Logik ist selten zu widerlegen. Kinder ist immer ein gutes Gesprächsthema*) [14, S. 42], EHE (*Die Ehe ist doch nur eine Institution, bei der der Mann seine Freiheit aufgibt und die Frau die Hoffnung, noch einen Besseren zu finden*) [15, S. 59], GARTEN (*Gemäß deutschen Gepflogenheiten soll jeder Quadratmeter Eigentum eingezäunt werden*) [14,

S. 40], VERWANDSCHAFT (*Es ist überhaupt ein Nachteil der Düselflugzeuge, daß es jetzt keine entfernten Verwandten mehr gibt. Verwandtschaft oder vernünftige Leute?*) [12, S.55], REISEN (*Frühstück in London, Mittagessen in New York, Abendessen in San Francisco, Koffer in Buenos Aires*) [15, S.37], NACHBARN (*Ein eigenes Haus sollte man haben, mit Garten drumherum, den nächten Nachbarn 500 m weit weg, und wenn er noch schwerhörig wäre*) [11, S.122], WEIHNACHTEN (*Weihnachten- nichts wie weg! Aber wohin? Anderswo ist der Weihnachtstrummel noch schlimmer! Tannenkauf ist eine Männersache.*) [12, S.122]

Розглянемо детальніше тему GESCHENKE. Подарунки дарують з нагоди різних свят. Специфічним у цій сфері є JULKLAPP. В словникові слово пояснюється так: skandinav. und norddt. Sitte, am Julfest heimlich Weihnachtsgeschenke ins Zimmer zu werfen, wobei « ~ I « gerufen wird; gegenseitiges Beschenken bei Weihnachtsfeiern, wobei die Geschenke durch Losen zugeteilt werden; das Weihnachtsgeschenk selbst [< schwed. julklapp <jul. « Weihnachten» + lautmalendes klapp].

Julfest german. Fest zur Wintersonnenwende; (heute in Skandinavien) Weihnachten [13, S. 698]. Інша назва цього звичаю «Klappersack», або позначення дієсловом «bewichteln». У будь-якому разі JULKLAPP позначає «den Vorgang des Überraschungsschenkens». Дана тема розкривається такими лексичними одиницями: *Julklapp, Klappersack, bewichteln, Julklappgeschenk, entsprechendes Präsent aufreiben / verpacken / versenken in einen Sack oder eine Kiste, Julklappveranstaltung, ein Päckchen aussuchen, vorher auslosen, beschenken, Erkundigungen einziehen, womit sich X interessiert, von Betriebspsychologen initiiert werden, das anonyme Geschenkmachen, die absolute Geheimhaltung* [12, S.26].

Поширеним є у Німеччині дарування підсвічників (Kerzenständer). Про це свідчать такі висловлювання: «Die Wahrscheinlichkeit, einen der fünf häßlichen Kerzenständer zu erwischen, liegt weitaus höher» [13, S. 25]; « Ein Julklapp, ganz gleich, ob Variante A oder B, bietet immerhin auch die Gelegenheit, einen der vielen Kerzenständer wieder loszuwerden» [12, S.27].

Водночас ці ж висловлювання засвідчують упереджене ставлення до такого подарунку (негативно оцінна лексика: *häßlich, loswerden*).

Якщо на підприємствах з нагоди свята подарунки передбачають спочатку з'ясування інтересів колег, то у колі сім'ї подарунки даруються за іншим принципом – практичною необхідністю. Наприклад, у сім'ї Сандерсів тато підсилає сина до матусі запитати, що б вона хотіла у подарунок: «Vor meinen Geburtstag und ähnlichen Anlässen, die traditionsgemäß ein Geschenk verlangen, erkundigte sich Rolf meist bei Sven nach meinen etwaigen Wünschen, und der kam dann zu mir, um meine Vorschläge zu hören und weiterzugeben. Rolf wußte dann, was er kaufen sollte, und ich wußte worüber ich überrascht sein mußte» [11, S.115].

Лексема *traditionsgemäß* у наведеному фрагменті тексту засвідчує, що дарувати подарунки стало традицією. Традиція та стереотипи взаємопов'язані. Стереотипна поведінка стає традицією, як і традиція формує стереотипне уявлення про перебіг подій. Цікаво, що у цій «грі» діти із зацікавленістю приймають участь. Напр.: (Старший син Свен звертається до молодшого брата:) «Also vergiß nicht, Sascha, wenn Papi sagt, du sollst Mami nicht sagen, was sie von ihm zu Weihnachten krieg, dann muß du Papi ganz vorsichtig sagen, was uns Mami gesagt hat, was wir Papi sagen sollen, was sie sich wünscht!» [11, S.115].

Це нагадує нашу дійсність, коли ми також намагаємося дізнатися, що певна особа хотіла б отримати від нас у подарунок. Питання про подарунок пов'язано з питанням «Що брати з собою, коли ти йдеш на запрошену вечірку?» З цього приводу наведемо цікаве спостереження: Фелікс у свій приїзд до Сандерсів подарував пані Сандерс квіти. Але коли вони в цей день прийняли запрошення на вечірку до Брауерів, він «без комплексів» взяв подаровані вже квіти із вазы і знову завернув їх у пакувальний папір, щоб подарувати їх пані Брауер: «Natürlich blieb Felix nicht zu Hause; er war vielmehr als erster vor Brauers Tür und schwenkte unternehmungslustig den Blumenstrauß. Eigentlich hatte er ihn mir mitgebracht, dann aber sofort wieder aus der Vase gefischt, in das zerknüllte Papier gewickelt, und nun überreichte er ihn artig Frau Brauer.» [11, S. 121]

Мабуть такий вчинок можна пояснити тим, що Фелікс був другом сім'ї, його поведінка відповідно є невимушеною. Інша особливість щодо подарунків, яка характерна німцям, це те, що вони подаровані їм речі можуть здати чи обміняти в торговельних закладах (про що свідчить дієслово *umtauschen*). Такий обмін став неможливим, коли поширилась мода на саморобні подарунки (*selbstgebastelte Geschenke*): «Wer mit Selbstgebasteltem beglückt wird, hat gar keine andere Wahl: Er muß das Geschenk angemessen würdigen, so gern er es vielleicht heimlich umtauschen würde, was ja aber nicht geht» [12, S. 42].

З одного боку саморобний подарунок має особливу цінність: «Heutzutage ist jedoch das selbstgebastelte Geschenk angeblich Ausdruck ganz besonderer Wertschätzung. Sieh her, sagt das Selbstgebastelte, ich wurde allein für Dich geschaffen. Ich bin keine Massenware, ich wurde nicht wahllos aus dem Regal gezerrt und zur Kasse getragen – in mir stecken viele, viele Stunden Arbeit! Ich bin ein Original, ganz wie mein Schöpfer!» [12, S. 42].

Проте з іншого боку, такі подарунки додають зайвого клопоту тому, кому їх подарували. Їх потрібно зберігати (дієслово *müssen*), оскільки їх не можна обміняти на щось більш потрібне. Саме тому Карола радить Ральфу (який їде святкувати Різдво у Німеччину): «Nieder mit dem selbstgebastelten Geschenk!» [12, S. 42]

У подібних ситуаціях проявляється така риса характеру німців як практичність: кожна придбана чи подарована річ має бути функціональною.

WEIHNACHTSMANN. Коли наближається Різдво, активізується дискусія, чи слід підтримувати у дітей віру в Weihnachtsmann (нашого Діда Мороза). Дискутуються у цьому відношенні такі питання: «...ob man Kindern den Glauben an den Weihnachtsmann erhalten sollte? ... Wann der Zeitpunkt gekommen ist, sie zu desillusionieren? Müssen die Kinder nicht erfahren, daß es die Eltern sind, die ihnen ihre Wünsche erfüllen? Machen sie sich nicht lächerlich im Kindergarten, wenn sie weiter treu und fest an den Weihnachtsmann glauben, während Gleichaltrige schon die Scheckkarten der Eltern für den selbstbestimmten Weihnachtseinkauf benutzen dürfen?» [12, S. 98]

У наведеному фрагменті адверзативний сполучник *während* протиставляє два різні бачення питання про Weihnachtsmann: одні діти вірять в нього, другі – ні. Може саме тому, що дорослі досі не вирішили підтримувати у дітей віру в Weihnachtsmann чи ні.

Отже розглянуті нами тематичні стереотипи у межах стереотипних тем не вичерпують коло тематичного репертуару побутового дискурсу німців. Інші теми з актуалізацією відповідних тематичних стереотипів буде зазначено нами при подальшому розгляді стереотипів, оскільки всі стереотипи безперечно підлягають систематизації згідно тематики розмов у повсякденному спілкуванні. При визначенні стереотипних тем основна увага була зосереджена на лексичному матеріалі. У подальшому увага буде приділена іншим аспектам мови та мовлення.

Перспективною подальшого дослідження вважаємо аналіз засобів об'єктивної тем, що залишилися поза розглядом, зокрема, ELTERN-KINDER-RELATIONEN, MANN-UND-FRAU-IN-DER-EHE.

Література:

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : «Языки русской культуры», 1999. – 896 с.

2. Вилинбахова Е. Л. Синтаксические модели выражения стереотипов (на материале русского языка) : материалы XVII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». – Секция «Филология». – М. : МАКС Пресс, 2010. С. 73–75. в аннотации Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Благовещенск : БГК имени И. А. Бодуэна дэ Куртэнэ, 2000. – 308 с.

3. Донец П. Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации: научный статус, понятийный аппарат, языковые и неязыковые аспекты, вопросы этики и дидактики / П. Н. Донец. – Х. : Штрих, 2001. – 384 с.

4. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2003. – 375 с.

5. Guzzoni U. Erstaunlich und Fremd. Erfahrungen und Reflexionen. – München : Karl Alber Verlag, 2012. – 112 S.6. Haß J. Durch die Augen der Anderen : kulturelle Stereotype von Deutschen und Spaniern / J. Haß. – Marburg : Tectum-Verl., 2013. – 110 S.

7. Maass A. Language and stereotyping / A. Maass, L. Arcuri // Stereotypes and Stereotyping / ed. by C. Neil Macrae, Charles Stangor, Miles Hewstone. – New York: Guilford Press, 1996. – P. 193–226.

8. Reiss S. Stereotypen und Fremdsprachendidaktik / Sonja Reiss. – Hamburg : Kovač, 1997. – 470 S.

9. Tajfel H. Social Stereotypes and Social Groups / Henri Tajfel // Intergroup behaviour / ed. by J. C. Toulmin. – Cambridge : Cambr. Uni. Press, 2003. – 247 p.

10. Schlund K. Genese und Gebrauch von Höflichkeitsformeln im Serbischen und Deutschen: ein funktionales Modell der Höflichkeit und seine Anwendung / Katrin Schlund. – München : Otto Sagner, 2009. – 260 S.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

11. Sanders E. Radau im Reihenhause / E. Sanders. – München : Wilhelm Heyne, 1986. – 348 S.

12. Sotschek R. Christstollen mit Guinness : eine deutsch-irische Bescherung / R. Sotschek, C. Röneburg. – Berlin : Ullstein Buchverlage GmbH, 2004. – 167 S.

13. Wahrig G. Deutsches Wörterbuch / G. Wahrig // Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH. – Gütersloh ; München, 1991. – 1493 S.

14. Walser M. Ein springender Brunnen. Suhrkamp Verlag. – Frankfurt a.M., 1998. – 381 S.

15. Wilkenloh W. Poppenspal: Der dritte Fall für Jan Swensen. Ein Nordfrieslandkriminalroman. Gmeiner Verlag. – Meßkirch, 2011. – S. 469

16. Zaimoglu F. Liebesbrand. – Köln : Kiepenheuer&Witsch, – 4 Aufl., 2008. – 374 S.

УДК 81'373.2:82-17

С. Е. Дворянчикова,

Киевский национальный университет технологий и дизайна, г. Киев

ИЗ ИСТОРИИ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ КОМИЧЕСКОГО В КОНТЕКСТЕ ЛИТЕРАТУРНОЙ ОНОМАСТИКИ

В статье проанализированы работы, содержащие классификации приемов и средств создания комического. Определено, что в современном языкознании прослеживается тенденция не только не разделять искусственно речевой и ситуативный юморизм, но при анализе его вербальных и изобразительных компонентов признавать примат первых в возникновении юмористического эффекта.

Ключевые слова: вербализация, классификация, комическое, поэтонимология, уровни языка.

З ІСТОРІЇ ВИВЧЕННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ КОМІЧНОГО В КОНТЕКСТІ ЛІТЕРАТУРНОЇ ОНОМАСТИКИ

У статті проаналізовано роботи, що містять класифікації прийомів і засобів створення комічного. Визначено, що основи класифікацій можуть бути різними, проте в сучасному мовознавстві простежується тенденція не тільки не розділяти штучно мовний та ситуативний юморизм, але й під час аналізу його вербальних і образотворчих компонентів визнавати перевагу перших у виникненні юмористичного ефекту.

Ключові слова: вербалізація, класифікація, комічне, поетонімологія, рівні мови.

FROM THE HISTORY OF THE STUDY OF THE LANGUAGE MEANS OF THE COMIC IN THE CONTEXT OF LITERARY ONOMASTICS

The comic is a complex phenomenon since it is a universal aesthetic and at the same time it is a linguistic category. The comic as a linguistic phenomenon can be examined not only in a linguistic but also in aesthetic, sociological, literary, psychological contexts.

The universal comic sense is evident in the case of its verbalization. Development of science also depends on development of its classifications, logical and semantic models. The article is devoted to the study of papers about the comic and about various comic contexts.

The main philosophical idea and the premise of unity in approaches to the study of comic is the discrepancy of the objective properties of an object or phenomenon and a certain norms existing in the perceiving mind. The problem of representation theory in comic literary onomastics (or poetonymology) are introduced. The attempt to summarize and organize information is realized. The theoretical base of the study of the comic as an aesthetic, social and speech phenomenon is viewed. The historical aspect and current status of studying of the comic are covered.

The comic in contexts with proper names should be studied in its broad representation in speech and descriptions in the literature. A tendency not to separate verbal and situational comic in modern linguistics is traced. The scientists analyze verbal and visual components of the humorous effect and they recognize the primary role of the first ones in causing of it. Thus, the conclusions of this paper have general and practical significance.

Key words: classification, comic category, levels of language, poetonymology, verbalization.

Основной идеей и предпосылкой комического является расхождение объективных свойств предмета или явления и некой нормы, имеющейся в воспринимающем сознании. Лингвистов интересует главным образом вербализация комического, в которой универсальная природа этого феномена может проявиться в полной мере. Ученые, изучающие комическое в языке и речи, часто рассматривают онимию писателя как источник общего исследования, поэтому имеющиеся наблюдения являются исключительно актуальными и для поэтонимологии. Комическое в контекстах с поэтонимами следует изучать, с одной стороны, не сужая панораму его репрезентации в речи и описания в специальной литературе, а с другой – не забывая о приоритетах и специфических заданиях поэтонимологии. В таком случае перспективность исследования комического в лингвистике не подлежит сомнению.

Целью статьи является определение степени изученности в специальной литературе комического как особого феномена. Достижению поставленной цели способствует решение основной из задач: упорядочивание научных фактов,