

iŌn sk»ptrJ tMŁsasken ĐmokŁsaskš te mŪqJ (II, 198-199) – А якщо з народу мужа, що підвищує голос, бачив чи зустрічав, то берлом його вдаряє і словом сварив.

Особливістю гомерівського діалекту є вживання в умовних реченнях форми *ké/kén* замість сполучника *Áv*:

ka... kš tij id' tMšei Trèwn ŌperhnoeŌntwn

iŪmbJ tMpiğrŌskwn MenelŁou kudal...moio· (IV, 176-177) – і так би кожен з троян гордовитих сказав, вискочивши на могилу славного Менелая.

До таких, що виражають багатократну дію, можемо зарахувати підрядні часові речення, зі сполучниками *поки, коли, в той час як*, проте повторювальне значення в них, переважно, підсилене ітеративними обставинами, або за допомогою суфікса *-ск-*:

Ōfra m2n tMj pŌlemon pwlšsketo dŁoj 'AcilleŪj,

ŌŪdš poie Triej prŌ pulŁwn DardaniŁwn

oŷsneskon· ke...nou gŁr tMde...disan Ōbrimon œgcoj· (V, 788-790) – поки бував на війні божественний Ахілл, ніколи трояни не виходили (перед) за ворота дарданські, бо вони його списа могутнього боялися.

aŪtŁr Ōq' Ūpnoj Łoi, paŪsaitŌ te nhriaceŪwn,

eŪdesk' tMn lšktroisin tMn œgkal...dessi tiq»nhj (XXII, 502-503) – а коли сон його брав і втомлювався від ігор дитячих, солодко засинав у ліжечку, в обіймах няні.

Отже, ітеративна семантика у старогрецькій мові може бути виражена на лексичному, граматичному, морфологічному та синтаксичному рівнях. Найпоширенішими є індикатори ітеративного значення на лексичному рівні: обставини циклічності, інтервалу – з нерегулярною повторюваністю та узитативні – з відносно регулярною повторюваністю ситуацій, що в реченні набувають прислівникової форми. Представниками граматичного рівня є часові форми предикатів, особливо, у минулому часі доконаного/недоконаного видів та часто вживаний Гомером суфікс *-ск-*. Синтаксичний рівень представлений підрядними реченнями умови і часу. Ітеративний тип тісно взаємопов'язаний з іншими типами предикатної множинності: мультиплікативним та дистрибутивним, що власне, й спонукає нас до подальшого детального вивчення кожного з них.

Література:

1. Біскуп І. П. Лексико-граматичне поле ітеративності в сучасній англійській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук / Біскуп І. П. – Львів, 2004. – 22 с.
2. Дворецкий И. Х. Древнегреческо-русский словарь. Том 1 / И. Х. Дворецкий. – М. : Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1958. – 1043 с.
3. Жигора І. В. Семантико-синтаксична структура речень з ітеративними предикатами : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук / І. В. Жигора. – Кіровоград, 2004. – 23 с.
4. Маслов Ю. С. Очерки по аспектологии / Ю. С. Маслов. – Ленинград : Изд-во Ленинградского ун-та., 1984. – 261 с.
5. Парияк Л. І. Структура функціонально-семантичного поля ітеративності в сучасній українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук / Л. І. Парияк. – Івано-Франківськ, 2008. – 20 с.
6. Плуґян В. А. Вид и типология глагольных систем / В. А. Плуґян // Труды аспектологического семинара филологического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. / отв. ред. М. Ю. Черткова. – Москва : Изд.-во Московского Ун-та, 1997. – С. 173–190.
7. Рянская Э. М. Способы действия в когнитивном аспекте / Э. М. Рянская. – Санкт-Петербург, 2002. – (Изд-во РГГУ им. А.И. Герцена).
8. Типология итеративных конструкций : монография / отв. ред. В. С. Храковский. – Л. : Наука, 1989. – 310 с.
9. Cusic D. Verbal plurality and aspect. PhD dissertation. – San Francisco : Stanford University, 1981. – 776 p.
10. Homeri. Ilias / Homeri : red. A. Ludwice. – Lipsiae, 1907.
11. Palosi Ildiko. Видовая характеристика глаголов количественно-терминативных способов действия // Beiträge der Europäischen Slavistischen Linguistik (Polyslav). Band 16, München-Berlin-Washington, D.C., 2012. – P. 193–199.

УДК 811.111'42

Є. О. Червінко,

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, м. Харків

СПЕЦИФІКА ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТУ PUBLIC RELATIONS В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Робота присвячена лінгвокогнітивному дослідженню специфіки фразеологічної репрезентації концепту PUBLIC RELATIONS в англійській мові (американській та британській варіанти) з фокусом на виявленні універсальних та національно-специфічних характеристик концепту, що вивчається, в американській та британській лінгвокультурах. Обґрунтовано місце концепту PUBLIC RELATIONS в мовних культурах Великої Британії та США через встановлення ступеню його актуальності у відповідних національних ціннісних картинах світу.

Ключові слова: когнітивний простір, концепт PUBLIC RELATIONS, концептуальна ознака, лінгвокультура, фразеологічна об'єктивіація.

PECULIARITIES OF THE PHRASEOLOGICAL REPRESENTATION OF THE CONCEPT PUBLIC RELATIONS IN THE ENGLISH LANGUAGE

The article focuses on studying the peculiarities of the phraseological representation of the concept PUBLIC RELATIONS in the English language (American and British variants) with an emphasis on revealing universal and nationally specific characteristics of the concept under consideration in American and British linguocultures. The status of the concept PUBLIC RELATIONS in the linguocultures of Great Britain and the USA has been substantiated through explicating the degree of its actuality in the corresponding national axiological pictures of the world, the theoretical basis being that cultures of different nations – the American and the British ones, in our case – in the context of their close interaction can have a common overlapping linguocognitive space. Thus, in the structure of the concept PUBLIC RELATIONS which appeared in both the American and the British linguocultures almost synchronically we have found out the supranational, the universal since the phenomenon of PR activities proves to be international, cognized by linguocultures empirically. In this connection, the novelty of the research is explicated in the fact that within its framework quite a peculiar fragment of reality – PR activities – is regarded in the format of a concept, whose ways of phraseological objectivization have been systematized, taking into account their correlations with various components of its structure and revealing nationally specific segments at all its levels except the universal one.

Key words: concept PUBLIC RELATIONS, conceptual characteristics, conceptual space, linguoculture, phraseological objectivization.

СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА PUBLIC RELATIONS В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Работа посвящена лингвокогнитивному исследованию специфики фразеологической репрезентации концепта PUBLIC RELATIONS в английском языке (американский и британский варианты) с фокусом на выявлении универсальных и национально-специфических характеристик изучаемого концепта в американской и британской лингвокультурах.

Обосновывается статус концепта PUBLIC RELATIONS в лингвокультурах Великобритании и США посредством выяснения степени его актуальности в соответствующих национальных ценностных картинах мира.

Ключевые слова: концептуальное пространство, концепт PUBLIC RELATIONS, концептуальная характеристика, лингвокультура, фразеологическая объективация.

Робота присвячена вивченню специфіки репрезентації концепту PUBLIC RELATIONS фразеологічними засобами американського і британського варіантів англійської мови.

Актуальність розвідки визначається загальною антропоцентричною спрямованістю роботи і зв'язком досліджуваних питань з мейнстрімами сучасної філології, зокрема, когнітивної лінгвістики –напряму, який формує «нову реальність мовознавства», що проявилася у зміщенні акценту з вивчення самодостатньої мовної системи на аналіз широкого кола аспектів людського буття [1; 3], від концептуальної системи до контексту епохи і культури (Ю. С. Степанов, Л. І. Бараннікова, А. Вежбицька, А. П. Бабушкін, Й. А. Стернін, С. А. Жаботинська, І. С. Шевченко та ін.). Інтенсивно досліджуються концепти в аспекті міжмовної компаративістики (Є. Ю. Балашова, І. В. Палашевська та ін.), однак майже не приділяється уваги питанню національно-культурної специфіки репрезентації концептів у варіантах однієї мови [2]. Цей дослідницький вимір, акцентований в нашій роботі, також обумовлює її нагальність, зважаючи на підвищення інтересу сучасних вчених до проблеми національно-культурних відмінностей у межах регіональних варіантів англійської мови (В. В. Ощепкова, Г. Д. Томахіна, Є. С. Максименко та ін.). Актуальним вбачається також сам вибір вербалізованого концепту PUBLIC RELATIONS (KPR) як об'єкта дослідження: по-перше, цей концепт належить до розряду відносно нових концептів, що сформувалися на сучасному етапі розвитку цивілізації, і через призму його мовної репрезентації можна отримати доступ до розуміння сучасного світобачення конкретного етносу; по-друге, KPR є міжкультурною одиницею з неабияким лінгвокультурним змістом, що надає доступ до виявлення національно-культурних відмінностей. У свою чергу, «виявлення національно-культурної специфіки мовної репрезентації конкретних концептів сприяє розв'язанню такого важливого загальнонаукового завдання, як створення цілісної концепції співвідношення мови, мислення, позамовної дійсності та культури» [4]; по-третє, KPR є елементом як професійної, так і колективної концептосфери національно-культурної спільноти, що дозволяє розширити діапазон дослідження та виявити співвідношення інтернаціонального і культурно-специфічного як на рівні національного, так і на рівні професійного шарів концепту.

Предмет дослідження –способи фразеологізації KPR з фокусом на їхній етноспецифіці в американській і британській лінгвокультурах.

Мета роботи полягає в тому, щоб на основі комплексного дослідження фразеологічних репрезентантів KPR з урахуванням екстралінгвістичних чинників його формування і розвитку виявити національно-специфічні риси мовної онтології цього концепту в американській і британській лінгвокультурах.

Для реалізації зазначеної мети ми звертаємося до таких **методів**, як загальносистемний метод когнітивного аналізу мовних одиниць з урахуванням їх кореляції зі свідомістю, в рамках якого використовувалися фреймовий і компонентний аналіз, інтерпретаційний аналіз екстралінгвістичної інформації, етимологічний аналіз; описовий та порівняльний методи; метод семного аналізу.

Матеріал розвідки представлено суцільною вибіркою з таких друкованих та електронних джерел, як енциклопедичні словники, тлумачні словники з PR, наукові, методичні та учбові видання з питань PR, матеріали ЗМІ, присвячені PR, друкована продукція, що супроводжує PR-діяльність. Загальний обсяг досліджуваних фразеологічних одиниць складає 400.

Наукова новизна дослідження визначається тим, що вперше специфічний фрагмент дійсності – PR-діяльність – розглядається у форматі концепту, способи фразеологічної репрезентації якого систематизовано з урахуванням їх кореляції з різними складниками його структури і виявленням національно-специфічних сегментів на всіх рівнях, крім універсального шару. У роботі вперше зроблена спроба комплексного дослідження KPR в системі знаків американської і британської лінгвокультур, що розглядаються всередині загального культурного континууму в контексті їх близької взаємодії.

Звернемося до результатів нашої розвідки стосовно виявлення універсальних та національно-специфічних характеристик концепту PR в американській та британській лінгвокультурах. Вважаємо, що культури різних націй – американської та британської – в контексті їх близької взаємодії можуть мати спільний простір. Звідси, в розглянутому KPR, що з'явився в американській і британській лінгвокультурах практично синхронно, виокремлюємо наднаціональне, універсальне, виходячи з того, що феномен PR-діяльності – це інтернаціональне явище, яке емпірично пізнається різними лінгвокультурами. Тому до універсального шару ми відносимо загальне для двох лінгвокультур уявлення про PR-діяльність.

Незважаючи на те, що середовищем породження KPR є професійна субкультура, частина його мовних репрезентацій може бути віднесена до загальнозрозумілих одиниць: *electoral race, political advertising, political correctness, global village* і т.д., що відповідає загальній для всіх сучасних мов тенденції до розширення загально-соціального застосування професійної лексики і фразеології внаслідок впливу екстралінгвістичних факторів.

«Інформація про ступінь актуальності KPR в національній ціннісній концептуальній системі двох лінгвокультур» трактується нами, слідом за М. Джонсоном як «національний шар KPR» [5, с. 116]. Спираючись на численні дослідження щодо відмінностей менталітету і систем цінностей американців і англійців [6; 7], вважаємо правомірним зазначити, що такі американські цінності, як орієнтація на майбутнє, зміна, рівність, конкуренція, прямотліпність у судженнях оцінках, молодість і працездатність, єдність і соціоцентризм контрастують з британськими аксіологічними настановами консерватизму (монархія), стабільності, недоторканості особистісного простору. Цікаво, що на кожній монеті, викарбованої в США, можна знайти девіз США: «*E pluribus unum*», де єдність сприймається як вища національна цінність з акцентом на пріоритеті соціально-спрямованої моделі буття. В британській лінгвокультурі вираз «*Love your neighbor as you love yourself*» має іронічний відтінок, однак прислів'я «*An Englishman's home is his castle*» сприймається серйозно і символізує наріжний камінь англійської етики.

Вважаємо, що саме тут і криється основна причина різного сприйняття концепту PR в двох лінгвокультурах: для британця PR вже за своїм визначенням є своєрідним вторгненням у приватне життя, а для американця – допустимим, символізуючим причетність кожного громадянина до життя своєї країни.

Якщо проаналізувати концепт PR через призму опозиції: «*орієнтація на майбутнє, зміна*» (амер.) – *консерватизм* (брит.), то також стає зрозумілим, чому значущість PR є різною у двох лінгвокультурах, що вивчаються: *Americans have*

traditionally been hopeful that the future would bring even greater happiness... Since Americans have been taught to believe that Man, and not Fate, can and should be the one who controls the environment... Americans will be looking toward the future and what it will bring. Водночас, in general, the British value continuity over modernity for its own sake. They do not consider it especially smart to live in a new house... They have a general sentiment attached to older, supposedly safer times.

Професійна номінація *trial close* відображає використовуваний в PR прийом, який спонукає людину почати діяти, спробувати що-небудь, що органічно для американської свідомості, яке цінує активність, ефективність і корисність: *The popular American «trial-and-error» approach to problem-solving also reflects the practical. This approach suggests listing several possible solutions to any given problem, then trying them out, one-by-one, to see which is more effective.* З точки зору британців цей мотив є нав'язливим: *Developments at (EU) level which might cause a change in some everyday aspect of British life are usually greeted with suspicion and hostility.*

Про високий ступінь актуальності KPR в американській лінгвокультурі свідчить ціла низка образних номінацій-репрезентантів, що відображають різні аспекти PR-діяльності в період передвиборної кампанії (*keep the ball rolling, stalking horse, favorite son, bandwagon effect, red states, blue states, straight ticket, balanced ticket, the herd instinct, underdog effect, honeymoon period* та ін.). Відомо, що за масштабом і шоу-аспектами з виборами президента США не можуть зрівнятися вибори в жодній іншій країні. Відомо також і те, що американське суспільство бере активну участь у передвиборних заходах: *Elections are the most obvious way that the people tell the government what they think and what they want.* Це пояснюємо, по-перше, демократичністю американської системи: *Equality is, for Americans, one of their most cherished values. This concept is so important for Americans that they have even given it a religious basis. They say all people have been «created equal».* Тому в суспільстві, яке проголосило конституційний принцип рівних можливостей всіх громадян, де публіка або приймає імідж кандидата, або відкидає його, KPR є культурно фундаментальним. По-друге, інтерес широкої публіки до всіх проявів передвиборчої гонки обумовлений і тим, що у свідомість американців глибоко закладено повагу до інституту президентства: *Most schools teach Americans to respect the presidency, even when they find fault with specific president on important issue.*

А досягається це багато в чому завдяки чудово налагодженій системі PR у США: *The American public has deep psychological bonds with all its presidents. Those bonds may be strained by specific events and the conflicting interests of the population, but they are a foundation for the president's oscillating relationship with the public... The media, economic enterprises, voluntary associations, cultural events, and even some religious institutions also promote a general respect for the office.*

У британській лінгвокультурі створено набагато менше образних номінацій, що позначають власне реалії виборів. Тим часом, британські ЗМІ активно обговорюють діяльність політиків, і широко використовують образні засоби з метою її оцінки: тому британським політикам, які шукають підтримки в суспільстві, набагато важче домогтися успіху, застосовуючи традиційні PR-стратегії: *David Cameron had an excuse for his worries. Unlike a lot of his colleagues who were still nostalgic sentimentalists, he knew that many of the changes wrought by Thatcherism were irreversible. There could never again be a governing majority for old Labour policies. He had to placate the England of the Daily Mail and The Sun. This led to constant strain.*

У ході дослідження ми звернули увагу на загальну тенденцію негативної оцінки PR, що сформувалася в британських ЗМІ. Нами було виявлено велику кількість негативних узуальних контекстів як самої номінації *public relations*, так і номінацій з компонентом 'spin' (*spin doctor, culture of spin* та ін.): *In recent years, the velocity of the spin cycle in business and politics has become ever more rapid, as the news has become a global, interactive, round-the-clock affair. But the essential ethical issues have not changed. The Financial Times ... spent decades in the nineteenth century building its reputation as a trustworthy vehicle of financial news, against competition from rifles which allowed reporters to moonlight as market traders and so use their columns to make money. Today, the FT has a register of journalists' investment interests and rules about any trading of stock... In paper's early days, however, there had been no such clarity. Horatio Bottomley, the paper's weeler-dealing first chairman, was flung into jail where, in 1922, an acquaintance found him stitching mail bags. 'Ah, Bottomley, sewing?' inquired the visitor. 'No, reaping', replied the FT's founder. There is a powerful echo here with the world of political spin... It is this erosion of trust which has so damaged modern politics, business, public relations and journalism...*

У ході аналізу фактажу було виявлено, що в британській лінгвокультурі найактуальнішою концептуальною ознакою KPR є BACK STORY: *They are the political party who, more than any other, have used the power of advertising to win elections. They even boast as their co-chairman the advertising mogul Lord Maurice Saatchi.*

Ще одним доказом відмінностей у скопусі актуальності KPR в ціннісних системах американської та британської лінгвокультур є протилежне сприйняття тенденції до глобалізації політики (*international public relations* у США vs *localism* у Британії): *For obvious reasons, prison sports teams always play at home. New Labour had the opposite constraint. It was never allowed to play at home because David Cameron did not believe that there was such a thing as a home crowd. But the PM is now exhibiting the tension one might expect in a sportsman who has always had to perform on enemy territory.*

Таким чином, відмінності, виражені в національно-специфічних соціальних, культурних, естетичних цінностях накладають відбиток і на ступінь актуальності KPR в аксіологічних картинах світу американської та британської лінгвокультур. Дивергентна концептуалізація ступеню актуальності й оцінки, репрезентована фразеологічно, детермінує національно-культурну специфіку мовної онтології KPR, об'єктивованої в його національному шарі, подальше вивчення якої зі зверненням до методологічного інструментарію психо- та соціолінгвістики складає перспективу нашої розвідки.

Література:

1. Дианова В. М. Искусство как моделирование картины мира / В. М. Дианова // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию М. С. Кагана : материалы межд. научн. конф. (Санкт-Петербург, 18 мая 2001 г.). Серия «Symposium». Вып. 12. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2012. – С. 290–294.
2. Лисиченко Л. А. Структура мовної картини світу / Л. А. Лисиченко // Мовознавство. – 2010. – № 5. – С. 36–41.
3. Маслова В. А. Современные направления в лингвистике : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. / В. А. Маслова. – М. : Изд. центр «Академия», 2008. – 272 с.
4. Шевченко І. С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу / Шевченко І. С. // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен ; під заг. ред. І. С. Шевченко. – Х. : Константа, 2005. – С. 105–117.
5. Johnson M. Moral imagination : implications of cognitive science for ethics / Mark Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1993. – 287 p.
6. Lakoff G. More than cool reason : a field guide to poetic metaphor / George Lakoff and Mark Turner. – Chicago : University of Chicago Press, 1989. – 230 p.
7. Meulen A. Representing Culture in Natural Language : The Dynamic Interpretation of Tense and Aspect / A. Meulen. – Cambridge, Mass. : MIT Press, 2011. – 144 p.