

4. Колодина Н. И. Проблемы понимания и интерпретации художественного текста / Н. И. Колодина. – Тамбов : Изд-во ТГТУ, 2001. – 184 с.
5. Кондратенко Н. Организация семантического поля текста : текстовый та інтерпретаційний зміст / Наталія Кондратенко // Докса : зб. наук. праць. – Одеса, 2004. – Вип. 6 : Мова, текст, культура. – С. 40–49.
6. Лотман Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб. : «Искусство – СПб», 2010. – 704 с.
7. Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман // Об искусстве. – СПб : «Искусство – СПб», 1998. – 285 с.
8. Лукин В. А. Художественный текст : основы лингвистической теории и элементы анализа : Учеб. для филол. спец. вузов / В. А. Лукин. – М. : Изд-во «Ось-89», 1999. – 192 с.
9. Николаева Т. М. От звука к тексту / Т. М. Николаева. – М. : Языки русской культуры, 2000. – 680 с. – (Язык. Семиотика. Культура).
10. Николина Н. А. Филологический анализ текста : Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Н. А. Николина. – М. : Изд. Центр «Академия», 2003. – 256 с.
11. Щирова И. А. Многомерность текста : понимание и интерпретация : Учебное пособие / И. А. Щирова, Е. А. Гончарова. – СПб. : ООО «Книжный Дом», 2007. – 472 с.
12. Щирова И. А. Несколько слов об образцовом читателе / И. А. Щирова // Текст и дискурс : традиционный и когнитивно-функциональные аспекты исследования : Сб. науч. трудов. – Рязань, 2002. – С. 193–195.
13. De Beaugrande R. New Foundations for a Science of Text and Discourse : Cognition, Communication and the Freedom of Access to Knowledge : Vol. LXI / Robert de Beaugrande // ADVANCES IN DISCOURSE PROCESSES [Roy O. Freedle, editor]. – Norwood : Ablex Publishing Corporation, 1997. – 670 p.
14. Language, Literature and Meaning : Volume II : Current Trends in Literary Research / Edited by John Odmark. – Amsterdam : John Benjamins B. V., 1980. – 570 p.
15. Malmgren C. D. Fictional Space in the Modernist and Post-Modernist American Novel / Carl Darryl Malmgren. – Lewisburg : Bucknell University Press, 1985. – 240 p.
16. McHale B. Postmodernist Fiction / Brian McHale. – London ; New York : Routledge, 2003. – 288 p.

УДК 821.111:796.412

**І. М. Білоус,**

Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка, м. Полтава

**ФРЕЙМОВА МОДЕЛЬ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ДИСКУРСУ ФІТНЕС-ЗАНЯТЬ**

*Стаття присвячена вивченню когнітивній обробці англійськомовного дискурсу фітнес-занять, а саме специфіці фреймової організації знань його учасників. У наслідок фреймового моделювання англійськомовного дискурсу фітнес-занять, автор приходиться до висновку, що в основі концептуальної моделі досліджуваного дискурсу лежить семантика лексеми «fitness», що передбачає причинно-наслідкові зв'язки: «fitness as activity» заради «fitness as state».*

**Ключові слова:** англійськомовний фітнес-дискурс, когнітивна обробка, фреймова організація, концептуальна модель.

**THE FRAME MODEL OF THE FITNESS CLASSES DISCOURSE**

*The article is devoted to studying of the cognitive processing of English fitness classes discourse, namely to the specific of the frame organization of its participants' knowledge. As a result of frame modelling of English fitness classes discourse, the author arrives at the conclusion that the basis of the discourse in question is laid up by the semantics of the lexeme «fitness», which implies the causative-consecutive linkage: «fitness as activity» for the sake of «fitness as state». Despite the fact that the meaning of the lexeme «fitness» is that of state (of appropriateness, health or beauty), the research shows that within the framework of English fitness-classes discourse the meaning of «fitness as state» is derivative from the meaning of «fitness as activity». As the results of the research show, within the framework of fitness discourse these two meanings objectify in different ways: during the flow of the discourse objectifies the meaning of «action», while the meaning of «state» remains inherent-implicit. In other words, the meaning of «action» is constantly verbalized in speech, while the meaning of «state» is deduced from the meaning of «action»: a client goes to a fitness-club, does sports for the sake of the state of health improvement (physical and spiritual), for the sake of attractive body curves («to do fitness to be fit»). According to the results, such cognitive organization of the discourse in question is observed in all kinds of fitness-classes. This fact allows to assume, that dictionary definitions of «fitness as state» may be completed and extended with the meaning of «fitness as activity».*

**Key words:** English fitness discourse, cognitive processing, frame organization, conceptual model.

**ФРЕЙМОВАЯ МОДЕЛЬ ДИСКУРСА ФИТНЕС-ЗАНЯТИЙ**

*Статья посвящена изучению когнитивной обработке англоязычного дискурса фитнес-занятий, а именно специфике фреймовой организации знаний его участников. В результате фреймового моделирования англоязычного дискурса фитнес-занятий автор приходит к выводу, что в основе концептуальной модели исследуемого дискурса лежит семантика лексемы «fitness», которая предполагает причинно-следственные связи: «fitness as activity» ради «fitness as state».*

**Ключевые слова:** англоязычный фитнес-дискурс, когнитивная обработка, фреймовая организация, концептуальная модель.

У колі **актуальних** проблем сучасної мовознавчої думки все частіше опиняється когнітивна організація інституційних дискурсів, як різновидів соціальної практики індивідів [6, с. 1], що відображають певну мисленнєво-мовленнєву діяльність мовців та реалізують їх комунікативні наміри, спрямовані на задоволення різнопланових потреб [5, с. 28; 3, с. 208-238]. До таких дискурсів зараховуємо і дискурс фітнес-занять, під яким розуміємо як цілеспрямовану мисленнєво-мовленнєву дію, що протікає у специфічному прагматичному і когнітивному контексті та реалізує фізіологічні й духовні потреби індивідів посередництвом їх статусно-орієнтованого та особистісно-орієнтованого спілкування в установі фітнес-клуб [1, с. 14-18]. Тому, **об'єктом** нашого дослідження є англійськомовний фітнес-дискурс, а **предметом** – його когнітивна модель. **Мета** дослідження полягає у тому, щоб здійснити фреймове моделювання дискурсу фітнес-занять та проаналізувати специфіку організації знань його учасників.

Одним із аспектів когнітивної обробки дискурсу є аналіз структури подання знань, в якості якої виступає модель ситуації, у основі якої лежать різноманітні системи організації знань (**фрейми**) [4, с. 35-36; 7, с. 112-114; 8, с. 81-83; 9, с. 1-5]. Спосібом реалізації когнітивної діяльності людини є мовленнєва діяльність. Мова виступає своєрідним засобом, що забезпечує доступ до ментальних процесів комунікантів під час розгортання дискурсу. У ланцюгу «дискурсивна діяльність ментальна діяльність», фрейми посідають проміжне місце, структуруючи когнітивну інформацію про подієву та концептуальну специфіку конкретної комунікативної ситуації та організуючи семантичний простір дискурсу. Тому, у випадку фреймового моделювання дискурсу фітнес-занять ми йдемо від мовного рівня до когнітивного.

Таким чином, враховуючи теоретичне положення про те, що в структуру фрейму входить його вершина (**тема**), тобто **макропропозиція** та **слоти** (термінали), які заповнюються пропозиціями [7 с. 55; 9, с. 246-247; 10, с. 35-41], побудуємо концептуальну модель організації дискурсу фітнес-занять. Для цього будемо спиратись на п'ять базових фреймів, запропонованих С.А. Жаботинською, в яких представлені концепти, що відносяться до основних поняттєвих категорій. На думку С. А. Жаботинської «усі фреймові структури простежуються у семантиці синтаксису, організують вербальну інформацію про предмети, їх властивості та відношення, й можуть бути представлені у вигляді графа чи схеми» [2, с. 85-87]. За основу фреймового моделювання дискурсу фітнес-занять беремо акціональний та предметний фрейми, оскільки, як було виявлено раніше, концепт FITNESS генерує значення «процесу» та «стану», навколо яких розгортається уся смислова область фітнес-дискурсу.

Таким чином, діяльнісне значення генеративного концепту FITNESS проявляється в акціональному фреймі, в якому **слот ДЕХТО – «агенса»** (*instructor*), розгортається у слот «**ДІЯ**», що наповнений мовними одиницями, які позначають комунікативні дії агенса: *teach, tell, explain, recommend, check out* [11, 12].

Слот **ДЕХТО – «агенса»** розгорнутий у таксономічний фрейм **ДЕХТО – вид є ДЕХТО – роль**, де роль – це посади представників фітнес-клубу (*yoga / belly dance / stretching / Pilates instructor*), й у предметний фрейм, а саме представлений слотами **ТАМ місце – «фітнес-клуб»** (ДЕХТО існує ТАМ) та **ТОДІ час – під час заняття** (ДЕХТО існує ТОДІ). Слот **ДЕХТО – «агенса»** доповнюється слотом **СТІЛЬКИ кількість – один** (ДЕХТО є СТІЛЬКИ).

У межах предметного фрейму виокремлюємо слот **ДЕХТО – «реципієнт»** (*client/s*), на який спрямована комунікативна діяльність агенса. Слот **ДЕХТО – «реципієнт»** (*client/s*) доповнюється слотами **СТІЛЬКИ – один / багато**, **ТАМ місце – «фітнес-клуб»** (ДЕХТО існує ТАМ), слотом **ТОДІ час – під час заняття** (ДЕХТО існує ТОДІ). Слот **ДЕХТО – «реципієнт»** (*client/s*) розгорнутий у посесивний фрейм і репрезентує відношення посесивності **ДЕХТО – «реципієнт»** має **ЩОСЬ – «пацієнс»** (*body and mind*), зокрема, відносини власник – власність специфікуються у двох субфреймах: (1) власник має власність – клієнт має проблеми із здоров'ям (або зовнішнім виглядом тіла), має хворобу (фізичну чи духовну); (2) вмістилище має вміст: клієнт – це цілісний людський організм з його особливостями фізіологічного та духовного плану.

Крім того, слот **ДЕХТО – «реципієнт»** (*client/s*) доповнюється слотом **ТАКИЙ якість** (*not fit: physically or mentally*) (ДЕХТО є ТАКИЙ). У цьому напрямку зауважимо, що слот **ТАКИЙ якість** (*not fit: physically or mentally*) є ситуативним і не актуалізується під час розгортання фітнес-дискурсу постійно, адже серед клієнтів фітнес-клубів знаходяться не лише ті, хто має проблеми зі здоров'ям чи зовнішнім виглядом тіла, – фітнесом займаються також для проведення вільного часу, активного відпочинку, розширення кола знайомств.

Відзначимо також, що **ДЕХТО – «реципієнт»** (*client/s*) теж «діє», але як виявив аналіз відеозанять фітнесом, помітним є той факт, що у переважній більшості випадків діяльність бенефіціанта можна охарактеризувати як невербальну. Так, приміром, упродовж заняття аеробікою, що триває 45 хвилин, клієнт реагує вербально шість разів, як складає 10 секунд від загальної тривалості заняття, в той час як вербальна діяльність інструктора є постійною і практично безперервною [12].

Таким чином, прослідковується такий концептуально-процедуральний ланцюг, що відображає специфіку стереотипних знань, що актуалізуються під час занять фітнесом. У ньому **ДЕХТО – «актант»** (*instructor*) діє у напрямку «реципієнта», діє заради / для «бенефактиву», діє за допомогою «інструменту», діє *через* проблеми фізіологічного чи духовного плану, діє *зادля* усунення цих проблем. Проілюструємо викладені думки на прикладі дискурсивного фрагменту заняття йогою. Інструктор із занять йогою (Denis Austin) починає тренування (*yoga workout*) з пояснення мети, у такий спосіб налаштовуючи клієнтів (*you, your, yourself*) на роботу, та пояснюючи необхідність тренувань, результатом яких буде покращення емоційного стану клієнтів (*put you in the right mood, positive attitude, forget about cares, be at peace with yourself, cope your world*) та усунення фізіологічних негараздів (*neck/calf tension, lower back problems, eliminate the problem areas in the foot*). Заняття проходить на березі моря (*yoga workout at the beach*) і триває десять хвилин (*This is an exercise routine for 10 minutes*). Інструментом дії інструктора по відношенню до клієнта вступають фізичні вправи, а саме розтяжка (*stretching through the Yoga position*) та техніка дихання (*breathing techniques: inhaling, exhaling patterns*).

Для забезпечення ефективності заняття та досягнення поставлених завдань, а саме усунення напруження, стресу, болювих відчуттів після тривалого робочого дня, інструктор пояснює причини виникнення цих проблем ((69) *A lot of times you get neck tension in the course of the day. This is a great way to reduce that tension*) [11]; інструктує клієнтів щодо техніки виконання вправ (*Let's stretch through the Yoga position. Every stretch is to be held for about 10 seconds.*); рекомендує виконувати вправи згідно особистих фізіологічних можливостей клієнтів (*Do it at your own pace, at your own level. Flexibility takes regularity. Try to do it regularly.*); заохочує / мотивує клієнтів займатись фізичними вправами, оскільки вони допомагають уникнути та усунути проблеми із здоров'ям (*Stretch is a wonderful way to reduce stress and tension, just forget about the cares, escape your world and stretch away the stress, to unwind after a long day, especially if your lower back hurts. You had a lot of stress today, either at the office or at home. This will unwind you and let you feel at peace with yourself before you go to bed. This is a beautiful mood in answer.*); оцінює діяльність клієнтів (*Good. Great. Excellent. Gorgeous. You did great today. I'm proud of you.*) Схематично представимо викладене схемою 1.

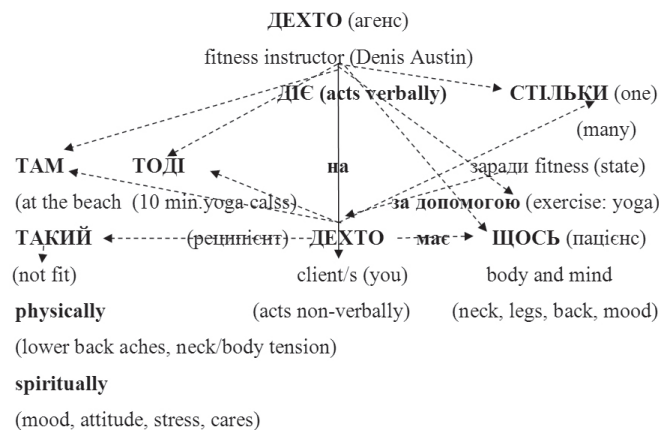


Схема 1. Когнітивна модель фрагменту фітнес-заняття йогою

Подібно проаналізованим вище текстовим фрагментам фітнес-занять аеробікою, змодельовані когнітивні схеми працюють однаково також по відносно дискурсивних фрагментів занять йогою. Зауважимо, що комунікативна ціль на заняттях йогою полягає у досягненні душевної та фізичної гармонії клієнта посередництвом виконання фізичних вправ. Тому, мовний матеріал цього типу занять носитиме більш емоційно виражений характер та у кількісному відношенні превалюватиме у порівнянні з іншими видами фітнесу. Лексика для опису зовнішнього вигляду тіла майже не використовується на заняттях йогою, оскільки фізичні вправління цього виду фітнесу головним чином спрямовані не на корекцію форм тіла клієнта, а на усунення фізіологічних та духовних (психологічних) негараздів.

Здійснюючи фреймове моделювання ДФЗ, ми прийшли до висновку, що в основі концептуальної моделі досліджуваного дискурсу лежить семантика лексеми «fitness», що передбачає причинно-наслідкові зв'язки: *fitness as activity* заради *fitness as state*. Не дивлячись на те, що діяльнісне значення лексеми «fitness» (*fitness as activity*) є похідним від статичного значення лексеми *fitness (fitness as state)*, в рамках фітнес-дискурсу вони реалізуються по-різному: під час розгортання дискурсу відбувається актуалізація значення «дії», в той час як значення «стану» є інгерентно-імпліцитним. Інакше кажучи, значення «дії» постійно вербалізується у мовленні, проте значення «стану» виводиться зі значення «дії»: клієнт ходить до фітнес-клубу, займається фітнесом задля покращення стану здоров'я (фізичного, духовного), привабливого вигляду форм тіла тощо (*to do fitness to be fit*).

Результати цього дослідження можуть у перспективі послужити розширенню значення поняття фітнесу як дії у англійськомовних тезаурусах.

#### Література:

1. Білоус І. М. Соціолінгвістичні характеристики дискурсу фітнес-класу / І. М. Білоус // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. – Серія : Філологічні науки. – 2012. – № 24 (249). – С. 14-18.
2. Жаботинская С. А. Геометрия смысла: концептуальные модели языка и фрактальные формы / С. А. Жаботинская // Первая российская конференция по когнитивной науке : тез. докл. / Казан. гос. ун-т – Казань, 2004. – С. 85–87.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
4. Чейф У. Память и вербализация прошлого опыта / У. Чейф // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1983. – Вып. 12. – С. 35–73.
5. Шевченко І. С. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / І. С. Шевченко, О. І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / під загальн. ред. І. С. Шевченко : [монографія]. – Х. : Константа, 2005. – С. 21–28.
6. Fairclough N. Analyzing Discourse. Textual analysis for social research : Routledge, p. 21, 25
7. Fillmore C. J. Scenes-and-frames Semantics / C. J. Fillmore // Zampolli A. Linguistic structure processing. – Amsterdam, 1977. – P. 55–81.
8. Goffman E. Frame analysis : An essay on the organization of experience / E. Goffman. – N. Y. : Harper & Row, 1974. – XIII. – 586 p.
9. Minsky M. A framework for representing knowledge / M. Minsky // Frame conceptions and text understanding. – B. ; N. Y. : Gruyter, 1980. – P. 1–25.
10. Schank R. C. Scripts, Plans, Goals, and Understanding : An Inquiry into Human Knowledge Structures / R. C. Schank, R. P. Abelson. – Hillsdale, NJ : Erlbaum, 1977. – 248 p.

#### Джерела ілюстративного матеріалу

11. Denise Austin Yoga Workout at The Beach [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://www.youtube.com/watch?v=8LZ8\\_EEпjo](http://www.youtube.com/watch?v=8LZ8_EEпjo) (дата звернення : 29.03.2014). – Назва з екрана.
12. Jillian Michaels: Banish Fat Boost Metabolism Complete Workout [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=FTT4W8ygJ7w> (дата звернення : 21.03.2014). – Назва з екрана.

УДК 811.112.2'342(045)

**В. В. Гамалія,**

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

### МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ФОНЕТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВАРІАТИВНОСТІ ФОНЕТИЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ОЗВУЧЕНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ

У статті представлена методика проведення експериментально-фонетичного дослідження, спрямованого на вивчення закономірностей функціонування інтонації та реалізації довгих і коротких голосних фонем в озвучених німецькомовних рекламних повідомленнях. Найбільш повно і достовірно це можливо зробити завдяки поєднанню перцептивного та акустичного аналізів, використовуючи методи кількісної обробки даних.

**Ключові слова:** методика проведення експериментально-фонетичного дослідження, довгі голосні, краткие гласные, інтонація озвученого рекламного тексту, аудитивний аналіз, акустичний аналіз.

#### METHODOLOGY OF EXPERIMENTAL PHONETIC STUDIES TO IDENTIFY THE INTONATION PATTERNS OF FUNCTIONING AND IMPLEMENTATION OF LONG AND SHORT VOWEL PHONEMES IN THE GERMAN SOUNDED ADVERTISING

The paper presents a methodology of experimental phonetic studies to identify the intonation patterns of functioning and implementation of long and short vowel phonemes in the German sounded advertising. The most complete and significantly this can be done by using perceptual and acoustic analysis, using quantitative methods of data processing. These results revealed the major quantitative and qualitative parameters of vowel phonemes determined the correlation between the spectral pattern of vowel articulation and its properties discovered and explained possible changes in short and long vowels sounded in advertising. Acoustic analysis of prosodic features of voice advertising is carried out with the help of specialized program Praat Version 4.3.37, Sound Forge Version 4.5., with measured movements in tone in the main and final part of the advertising message.

**Keywords:** methodology for experimental phonetic research, long vowels, short vowels, intonation, voiced advertising text, auditory analysis, acoustic analysis.

#### МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ФОНЕТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ВЫЯВЛЕНИЮ ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНТОНАЦИИ И РЕАЛИЗАЦИИ ДОЛГИХ И КРАТКИХ ГЛАСНЫХ ФОНЕМ В НЕМЕЦКОЙ ОЗВУЧЕННОЙ РЕКЛАМЕ

В статье представлена методика проведения экспериментально-фонетического исследования по выявлению закономерностей функционирования интонации и реализации долгих и кратких гласных фонем в немецкой озвученной рекламе. Наиболее полно и достоверно это возможно сделать с помощью перцептивного и акустического анализа, используя методы количественной обработки данных.

**Ключевые слова:** методика проведения экспериментально-фонетического исследования, долгие гласные, краткие гласные, интонация, озвученный рекламный текст, аудитивный анализ, акустический анализ.