

- 2% звертань представлено у дискурсі сіблінгів;
- 2) відсотковий вияв звертань різних лексико-семантичних типів:
  - 51% звертань – назви за спорідненістю,
  - 40% звертань – власне називання особи,
  - 9% звертань – оцінні звертання.

Зібраний та проаналізований нами фактичний матеріал свідчить про те, що в сучасному українському родинному дискурсі яскраво представлені різні лексико-семантичні типи звертань, з яких частіше використовуваними є назви на позначення родинних стосунків, тобто назви осіб за спорідненістю. У творчості Люко Дашвар широко представлені всі три типи родинного дискурсу, з яких найбільше звертань спостерігаємо саме у парентальному дискурсі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лінгвістичний енциклопедичний словник. – М., 1990. – С. 136-137.
2. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у англійській лінгвістиці / А. Д. Белова // Іноземна філологія: зб. наук. пр. КНУ ім. Т. Шевченка. – 2000. – Вип. 32. – С. 11-14.
3. Дашвар Люко. Село не люди [Текст] / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2007. – 270 с.
4. Дашвар Люко. Молоко з кров'ю [Текст] / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2008. – 272 с.
5. Дашвар Люко. Рай. Центр [Текст] / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2009. – 272 с.
6. Дашвар Люко. Мати все [Текст] / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2010. – 336 с.
7. Дашвар Люко. Биті є. Макар. Книга 1 / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2011. – 288 с.
8. Дашвар Люко. Биті є. Макс. Книга 2 / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2012. – 288 с.
9. Дашвар Люко. Биті є. Гоцик. Книга 3 / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2012. – 272 с.
10. Дашвар Люко. На запах м'яса: роман / Люко Дашвар. – Х.: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2013. – 336 с.
11. Звягинцева В. В. Обращение в семейном дискурсе: автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / В. В. Звягинцева. – Курск, 2011. – 20 с.

*Д. С. Сембрат,  
студентка ІV курсу  
Інституту філології,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

## КОНЦЕПТ «ЖІНОЧА КРАСА» В АКсіОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ

Питання ціннісних орієнтацій та визначення що таке «добре», а що «погано» – це вічне питання, що обговорюється у різних галузях науки. Філософи часів античності пов'язували основні концепти «добро» і «зло», насамперед, з

етичними категоріями, з поняттям моралі й моральними критеріями. Пошук властивостей «гарного» привернув увагу філософів до всіх видів оцінок, у тому числі й до естетичних та прагматичних. В основі виникнення оцінки лежить загально-філософська теорія аксіології. Більш того, прагнення знайти просте вирішення й очевидні критерії пошуку розмежування між добром і злом спонукало філософів у першу чергу звернутися до загально-людських цінностей.

Щодо лінгвістичних досліджень, слід починати з процесу породження оцінного висловлювання, яке зумовлене тим, що у процесі комунікації в людини з'являється потреба висловити своє ставлення до дійсності, яке є водночас оцінним і прагматичним. У наш час існує велика кількість досліджень, присвячених різноманітним аспектам категорії оцінки (Н. Д. Арутюнова, О. Л. Бессонова, Є. М. Вольф, Н. А. Лук'янова, Дж. Остін, Г. І. Приходько, Л. Ф. Соловійова та ін.).

**Мета** статті полягає у висвітленні аксіологічного виміру концепту ЖІНОЧА КРАСА в епоху Вікторіанства і сучасності.

Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові глибоко досліджувала Г. І. Приходько. У своїй монографії учена опиралася на такі міркування: «по-перше, оцінка є універсальною в тому плані, що вона простежується в мовах усіх народів, причому на всіх етапах їх розвитку у зв'язку з поступом людства, однак у засобах вираження оцінки виявляється індивідуальність, яка пояснюється тим фактом, що оцінка належить до інтенціонального аспекту мови, де відтворення картини світу в свідомості мовця ускладнюється цілою низкою факторів; по-друге, оцінні явища відіграють важливу роль у комунікативному процесі» [1, с. 7].

Оцінка в структурі концепту КРАСА може бути як логічною, так і емоційною. Тому в аналізі оцінних висловлювань про людину одним із важливих компонентів є суб'єктивний фактор. Оцінюючий суб'єкт сам створює шкалу оцінки залежно від своїх уявлень про норми інтелекту та відхилень від неї. Але крім неї спрацьовують ще й певні стереотипи, властиві кожному соціуму і його мові. Паралельно зі шкалою оцінок існує спеціальна мовна парадигма предикатів оцінки від семантичної нейтральних до емоційно насичених.

Під об'єктом оцінки ми розуміємо особу, предмет, ситуацію, яким приписують цінності і які, таким чином, піддаються оцінюванню з боку суб'єкта. Об'єктом оцінки може бути будь – який предмет навколишньої дійсності, будь – яка ситуація, будь – яка особа чи явище: Напр.: *Lady Lucas was a very good kind of woman, not too clever to be a valuable neighbor to Mrs. Bennet. They had several children. The eldest of them, a sensible, intelligent young woman, about twenty-seven, was Elizabeth's intimate friend* [3, p. 18].

У нашому дослідженні ми віднайшли найбільш вживані прикметники, що сполучуються з іменниками на позначення жіночої краси сучасної жінки: *beautiful, pretty, charming, great, lovely, a lovely-looking, funny, amazing, amusing, shocking, wonderful, astonishing, surprising, interesting, satisfying, exciting, splendid, marvelous, fantastic*. Застосувавши метод компонентного аналізу – для розкриття семантики слів, визначення сем – мінімальних значенневих складників і розглядаючи в контексті лише епітети, можна розгледіти красу сучасної жінки.

(1) *Valerie was a beautiful woman, had a fabulous career, and lived a golden life* [4 p. 5].

(2) *She was typical of the girls he went out with, always in their early twenties, often models, sometimes actresses, and usually any pretty girl who crossed his path. Jack had never had trouble meeting women, or seducing them* [4, p. 8].

(3) *He preferred April's natural look, but her mother was a lovely-looking woman too* [4, p. 66].

(4) *She was a surprising woman, given who she was* [4, p. 62].

Наведені приклади свідчать про те, що сема емоційної оцінки найчастіше зустрічаються в епітетах, які називають ознаки зовнішності людини, її поведінки, почуттів та дії. Рідше ця сема присутня в узуально-асоціативних епітетах, які називають ознаки об'єктів абстрактної сфери.

Зазвичай атрибут типу *beautiful* у складі словосполучень жіночої референції є найуживанішим, що кваліфікує вродливу зовнішність жінки:

(1) *She is considered the most beautiful young lady in the neighbourhood.* [3, p. 140].

(2) *You're a beautiful woman, Valerie* [4, p. 58].

При описі молоді вродливої Елізабет письменниця Джейн Остін вдається до вживання прикметника *handsome*, що не властиво для сучасної англійської мови при описі жінок.

Напр.: *Lizzy is not a bit better than the others; and I am sure she is not half so handsome as Jane, nor half so good-humored as Lydia. But you are always giving her the preference* [3, p. 15]. .

Очевидним є той факт, що при описі сучасної красивої жінки атрибути телеологічної оцінки у складі словосполучень із природно-фізіологічною стрижневою номінацією посідають головне місце. Перш за все, звертається увага очі, руки, ноги і т. ін.

Напр.: (1) *Her pretty feet were hidden in the tan-coloured, buttoned Paris boots which were the secret envy of every school girl in Carlisle* [5, p. 71].

(2) *... put over the short black dress she was wearing that showed off her spectacular long legs, and she was wearing sexy high heels from Manolo Blahnik* [4, p. 5].

Важливою ознакою красивої жінки є відповідність так званому еталону краси, тобто стереотипізації, що пропагується засобами масової інформації. Поняття сучасної красивої жінки межує з поняттям успішної, реалізованої в соціумі, жінки. Окрім того, красива жінка має бути стрункою, добре доглянутою, матеріально забезпеченою. З-поміж основних атрибутів телеологічної оцінки жінки ми помітили атрибути естетичної оцінки, що негативно кваліфікують жінку. Перш за все, соціум не схвалює жінку як примітивну, надокучливу хатню господарку, схильну до містицизму і пліток особу, а з другого боку, не сприймає «войовничу феміністку».

Найбільш часто звертається увага на фігуру та поставу референта-жінки. Атрибути естетичної оцінки у складі соціально-рольових словосполучень подані позитивно-оцінними: *attractive, beautiful, gorgeous, glamorous, sexy, lovely* та негативно-оцінними характеристиками: *ugly, plain, silicone-enhanced*.

Проаналізуємо приклад комплексного опису жіночої зовнішності:

(1) *She has got a fair complexion, an attractive round face with large green eyes, full lips and a slightly upturned nose. Her long curly hair is dark brown and she often wears it loose* [5, p. 67].

Увагу автора привертають наступні атрибути жіночої зовнішності, які він описує за допомогою вільних атрибутивних словосполучень: фігура (*complexion*), обличчя (*face*), очі (*eyes*), губи (*lips*), ніс (*nose*), волосся (*hair*).

Атрибути естетичної оцінки загострюють увагу адресата на зовнішніх даних жінки-професіонала. Опис сучасних жінок йде у прямому чи прихованому порівнянні із жінками-моделями. Суб'єкт звертає увагу і на зовнішній вигляд референта-жінки, використовуючи атрибути естетичної оцінки у складі реляційних словосполучень. Атрибути естетичної позитивної оцінки у складі словосполучень з природно-фізіологічною номінацією кваліфікують зовнішність жінки. Позитивній оцінці підлягає приваблива зовнішність жінки: *pretty, beautiful, attractive, lovely, gorgeous, fabulous, glamorous, sultry, terrific, sexy, chic, sweet, fabulous, pin-up, flabbergasted, photogenic, voluptuous, drop-dead, beauty-parlor, stunning, good-looking, energetic, easy-going, talkative, optimistic, ambitious, popular, sensitive, cheerful*.

Такі атрибути, як правило, реалізують патріархальні фемінні стереотипи, де гарна жінка постає як доповнення чоловіка. Так, у прикладі: *He has a beautiful wife and a rewarding job* [4, p. 18]. словосполучення '*a beautiful wife*' вжите як однорідний член речення з '*a rewarding job*'. Ці сполучення позначають дві необхідних складових чоловічого успіху, – привабливу дружину і гідну роботу.

При дослідженні концепту ЖІНОЧА КРАСА ми помітили акцентуацію таких ознак, що передаються за допомогою епітетів, найпоширенішими з яких є і залишається прикметник *beautiful*, а також *fine, pretty, sweet, nice, attractive, lovely*. Вказані прикметники вживаються для опису зовнішності, темпераменту, поведінки.

Зазвичай атрибут типу *beautiful* у складі словосполучень жіночої референції є найуживанішим, що кваліфікує вродливу зовнішність жінки:

Напр.: (1) *Not knowing why, I repeated what I had long ago learned from the beautiful girl now dead* [4, p. 45].

(2) *You're a beautiful woman, Valerie* [4, p. 58].

Наступний приклад ілюструє бажання вродливої жінки бути оточеною чоловічою увагою: *She was flushed with excitement and pleasure, and was so pretty that I could hardly eat for looking at her – which is the highest compliment in a boy's power to pay* [5, p. 89].

У ході дослідження типового жіночого образу вікторіанської доби і сучасності ми помітили відмінності вживання епітетів та семантичні зрушення у деяких прикметниках. Так, для вираження суто жіночих характеристик авторами вжито лексичні одиниці-прикметники *womanly, ladylike*, тоді як у сучасній англійській мові ознаки «мужність», «жіночість» позначає прикметник *sexy*. Теоретичні дослідження по даній проблематиці дозволяють моделювати соціально-мовленнєвий портрет (стереотип) жінки в образно-виразній формі, яка відбиває морально-етичні й соціально-культурні норми й цінності на певному етапі розвитку суспільства.

Таким чином, під концептом ЖІНОЧА КРАСА розуміється емоційно забарвлений, стійкий збірний образ певних ознак зовнішності жінки. Стереотип є статичною, готовою формулою-трафаретом, зумовленою особливою програмою, який з часом може змінюватися. У процесі визначення жіночої краси оцінка відіграє важливу роль, адже вона виражає позитивне або негативне ставлення особистості



до фрагменту дійсності. Розподіл оцінки на раціональну і емоційну відбувається, перш за все, у зв'язку з суб'єктом оцінки, оскільки оцінка більше, ніж, яке-небудь інше значення, залежить від суб'єкта-мовця. Стає зрозуміло, що авторське оцінне ставлення до образу персонажа, формує певну модель мовного втілення цього персонажа. Перспективним напрямком подальших досліджень ми вважаємо визначення засобів вираження функціонально-семантичних класів оцінки.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Приходько Г. І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові [монографія]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДУ, 2001. – 361 с.
2. Соловійова Л. Ф. Вираження аксіологічних категорій у сучасній англійській мові (атрибути, предикативи і релятиви оцінки): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Соловійова Лариса Федорівна ; Харк. нац. ун-т імені В. Н. Каразіна. – Х., 2000. – 19 с.
3. Osten J. *Pride and Prejudice*. – New York: Scribner, 2008. – 475 p.
4. Steel Danielle. *Happy Birthday* / Danielle Steel. – NY: A Dell Book, 2009. – 115 p.
5. Steel Danielle. *Miracle* / Danielle Steel. – NY: A Dell Book, 2006. – 225 p.

*Л. В. Тимошук,  
студентка магістратури,  
Національний університет «Острозька академія»*

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Стилістика як складова лінгвістики займається вивченням стилів мови. З усіх функціональних стилів, виділених і досліджуваних сучасною лінгвістикою, публіцистичний стиль чітко виокремлюється авторами більшості класифікацій і вважається похідним від риторики. Щоправда, поняття публіцистичного стилю неоднаково трактується різними авторами. Деякі науковці стверджують, що не можна провести чіткої межі між публіцистичним та газетним функціональними стилями, а деякі з них навіть прирівнюють ці два стилі, беручи до уваги їх ідентичні функції та застосування у матеріалах періодичних друкованих видань. Так, І. В. Арнольд ототожнює публіцистичний стиль з газетним [1, с. 90], Ю. М. Скребнев розглядає його як один із різновидів газетного стилю [7, с. 74], І. Г. Гальперин поєднує в це поняття стиль газетних статей, стиль ораторський і стиль есе [2, с. 81]. Науковці виділяють писемний та усний види цього стилю. До першого належить мова есе, газетних та журнальних статей, памфлети та ін., до другого – стиль ораторських промов, лекцій, репортажів, передач на телебаченні та радіо [2, с. 385].

Згідно з класифікацією функціональних стилів, розробленою Л. П. Єфімовим та О. А. Ясінецькою, публіцистичний стиль належить до групи книжних. Публіцистичний стиль у свою чергу має власну структуру підстилів, оскільки виокремлюють ораторський стиль (промови, лекції, доповіді), стиль радіо– та телепередач, стиль есе та журналістських статей [3, с. 20].

Загальна теорія жанрів публіцистичних текстів була закладена ще В. Б. Шкловським, а згодом розроблялася В. В. Учоною, Л. В. Шибаєвою, В. В. Ворошиловим й іншими фахівцями [9, с. 41-50].