

ее литературу. Как могут меня называть шведом за то, что я буду объясняться на языке общепонятном, говоря о России?» (3, с. 334)

«Надобно из каждого периода в политической ли истории или в истории литературы, – рекомендовал Плетнев в письме от 24 мая 1841 г., – образовать отдельную, ясную сферу и в ее средоточии ставить характерное, сильное лицо – двигателя всех пружин его эпохи... Этот план возвысит твои лекции как политической истории России, так и ее литературы. Не пропадет тогда ни одна лекция для твоих слушателей. Они выйдут от тебя с приобретением драгоценным – с понятием главным, разлившим свет на все окружающее» (3, с. 359). Уже в начале 1841 года младший сын ректора Урсина Нильс едет в Москву и Харьков на счет университета вместе с Валленом, Гартманом и Моландером для изучения русского языка. 13.10.1845 г. Плетнев сообщит Гроту: «В Москве финляндские студенты являлись к Наследнику. Он очень тем доволен. Рассказал мне Путята у Одоевского» (4, с. 585). В ЦИАМ хранятся документы, подтверждающие успехи студентов из Финляндии. Через много лет, когда не будет уже на свете Плетнева, в День своего 80-летнего юбилея Яков Карлович Грот услышит много прекрасных слов от своих бывших коллег и учеников из Александровского университета и еще раз убедится, как был прав ректор С.-Петербургского университета академик Петр Александрович Плетнев, говоривший ему еще весной 1841 г.: «Мы счастливее всех!» Как радостно знать, что Плетнев успел услышать от любимого своего Якова Карловича: «Я часто благодарю судьбу за переписку нашу; конечно, не последнее счастье еженедельно получать два приятнейших подарка, не вещественных, не суетных, а чисто духовных и полновесных, хотя невесомых».

Грозная российская история, сложная история российско-финляндских отношений пронизана воздухом дружеских известий и встреч между русскими и финляндскими учеными-филологами, которые составляют ее безусловную ценность. Это они, Грот, Плетнев, Ленрот, Кастрен и многие-многие другие направляли действия властей по «разлитию русского языка»: «Испытал на самом себе, что распределение и утверждение русского языка в иноплеменном краю не может быть делом одного человека... Прочные успехи русского языка могут быть достигнуты только последовательными и терпеливо направляемыми к тому мерами самого правительства и его учреждений, поддерживаемых собственным сознанием страны в их необходимости» (1, с. 39) – это строки из «книжки» (Н. Грот), изданной Императорской Академией Наук в 1895 году и являющейся первым основанием его будущему жизнеописанию.

Источники и литература

1. Грот Я. К. Несколько данных к его биографии и характеристике. – С.-Пг, Тип. ИАН, 1895.
2. Записка Плетнева /Переписка Я. К. Грота с П. А. Плетневым /Под ред. К. Я. Грота: В 3-х тт. – С.-Пг, 1896. – Т. 1.
3. Переписка Я. К. Грота с П. А. Плетневым /Под ред. К. Я. Грота: В 3-х тт. – С.-Пг, 1896. – Т. 1.
4. Переписка Я. К. Грота с П. А. Плетневым /Под ред. К. Я. Грота: В 3-х тт. – С.-Пг, 1896. – Т. 2.
5. Переписка Я. К. Грота с П. А. Плетневым /Под ред. К. Я. Грота: В 3-х тт. – С.-Пг, 1896. – Т. 3.
6. Умберто Эко. Шесть прогулок в литературных лесах. – С.-Пг, 2003.

Ле Минь Нгок

СОПОСТАВЛЕНИЕ КОНЦЕПТОВ «ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ» И «СТАТУС» В АНГЛИЙСКОМ, РУССКОМ И ВЬЕТНАМСКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Для лингвокультурного сопоставления английского, русского и вьетнамского рекламного дискурса нами были выбраны концепты «индивидуальность» и «статус». Данные концепты используются в рекламном дискурсе с высокой частотой. Сопоставление этнокультурных особенностей этих концептов в русской, английской и вьетнамской лингвокультуре в общем и их реализации в рекламном дискурсе на этих языках в частности показывает нам, как происходит процесс культурной глобализации в русском и вьетнамском обществах. Основной наш интерес направлен на анализ концепта «индивидуальность», т. к. он отвечает на один из основных вопросов человеческого мировоззрения, а именно вопрос о месте человека в окружающей его мире. От того, какую модель взаимоотношения человека с космосом использует человек, зависят его понимание природных и общественных отношений, его ценностная картина мира и его жизненные мотивы.

Во многих лингвокультурных исследованиях концепт «индивидуальность» выделяется как один из культурных доминантов англосаксонской (англо-американской) лингвокультуры. К числу важнейших концептов, определяющих сущность современной американской лингвокультуры, относятся четыре концепта 'self', 'privacy', 'challenge', 'efficiency'[1]. Цветкова М. В. выявляет наиболее яркие показатели английского национального характера: «дом», «свобода», «приватность», «честная игра», «сдержанность», «джентльменство», «наследие», «юмор», «здоровый смысл» [4]. По мнению Ильиной Е. Ю [2], в социальном плане демократическое устройство общества, которое определяется как самая справедливая социальная система, повлияло на выделение концепта свободы личности как доминантно-ценностного компонента культуры демократического общества. Приоритет индивидуальности, свободы личности является главными атрибутами индивидуалистического мировоззрения в развитых странах Запада (под Западом мы имеем в виду страны Западной Европы и Северной Америки). Однако является ли индивидуализм зарождением западной демократии, или именно индивидуалистический менталитет народов этих стран привел к образованию демократии? Другими словами, является ли индивидуализм социокультурным или этнокультурным концептом? Мы соглашаемся с мнением тех исследователей, которые находят этнокультурные корни у западного индивидуализма.

Этнометрические исследования, начатые нидерландским социальным психологом Гертом Хофстедом в 80-х гг. прошлого века и его методика «Модуль исследования ценностей», позволившая определить коэффициент индивидуализма для каждой страны, свидетельствуют о противоположности «индивидуалистического» Запада «коллективистскому» Востоку. Индивидуализм в концепции Хофстеда трактуется как показатель того, предпочитают ли люди заботиться только о себе и собственных семьях либо имеют склонность объединяться в некие группы, которые несут ответственность за человека в обмен на его подчинение групповым ценностям. В

результате анкетирования респондентов каждая из исследованных стран получила оценки степени доминирования ценностей индивидуализма, которые варьируются в интервале от 0 до 100. Действительно, индексы индивидуализма наиболее высоки для стран Западной Европы, особенно для стран англо-саксонской цивилизации – США, Великобритании (их индекс индивидуализма составляет примерно 90/100) и наиболее низки для стран Азии, Африки и Латинской Америки (примерно 25/100 и ниже). Кроме того, противоположность культур «коллективистского» Востока и «индивидуалистического» Запада трансформируется (но не уничтожается!) под влиянием различий между богатым Севером и бедным Югом [3].

Что касается концепта «индивидуальность» в русской культуре, в России обсуждение антитезы «индивидуализм – коллективизм» началось в конце XIX – начале XX вв., причем не столько в науке, сколько в публицистике. Основной заслугой философов «серебряного века» стало выделение в русском национальном характере диаметрально противоположных ориентаций на индивидуализм и коллективизм Н. А. Бердяев и Г. П. Федотов [3].

После длительного перерыва в 90-х гг. XX в. были возобновлены исследования проблемы индивидуализма в российском обществе. Ведущими специалистами в данной области являются А. Наумов, коллектив из ИС РАН под руководством В. Ядова, а также Ю. В. и Н. В. Латовы. Полученные российскими учеными в конце 1990-х – начале 2000-х оценки индекса индивидуализма по Г. Хофстеду варьируются в интервале 41-55. Для сравнения следует сказать, что по уровню индивидуализма западные страны имеют хофстедовы индексы порядка 65-90, восточные – порядка 15-45. Таким образом, результаты исследований, проведенных российскими учеными, подтвердили предположение русских философов о «слиянии» индивидуализма и коллективизма в российской повседневной жизни: если люди Запада тяготеют к ярко выраженному индивидуализму, а люди Востока – к ярко выраженному коллективизму, то для российской культуры характерна «промежуточность» (возможно, чуть более близкая к Востоку, чем к Западу) [3].

На наш взгляд, для менталитета россиян более характерен коллективизм, но индивидуализм играет почти такую же важную роль для носителей русской культуры. Поэтому внедрение концепта «индивидуальность» в российскую лингвокультуру не носит экспансивный характер. Данный концепт принимается и получает положительную оценку в русской культуре, поэтому его эксплуатация в рекламе будет эффективной.

Хотя индекс индивидуализма Вьетнама не указан, мы можем смело сказать, что вьетнамская культура как чисто восточная входит в группу стран с низким показателем индивидуализма. Это предположение подтверждают результаты многих исследований, в том числе работы вьетнамских ученых Чан Нгок Тхем и Фан Нгок [6; 7]. Чан Нгок Тхем отмечает, что в восточных культурах, в том числе и вьетнамской, понятие «личность» играет весьма незначительную роль [7]. Понятие «индивидуальность» вошло во вьетнамскую культуру только в XX в., и в его семантике прослеживаются как положительные, так и отрицательные коннотации. Это можно выявить на примере концепта «стиль». Данный концепт является периферийным для концепта «индивидуальность». Слово *phong cách*, или «стиль», стало часто появляться в СМИ только в 90-х гг. XX в. Во многих журналах и газетах в тот период только давали определение стиля, что означало новизну понятия для массовой аудитории. До этого оно употреблялось только в художественном дискурсе. Несколько лет назад в рекламном дискурсе товаров для подростков возник неологизм *hì típ*. Он является смесью транслитераций слов *style* и *teen* и обозначает характеристики яркого подростка, который одевается и ведет себя «стильно». Через некоторое время данное слово получило вторую, отрицательную коннотацию. Слово *hì-típ* уже используют для описания подростка не очень умного, имеющего плохие результаты в учебе, без чувства вкуса, но представляющего себя стильным. Подобную судьбу получило слово *sa`nh die`u*. Оно возникло в конце 90-х гг. XX в. и в начале обозначало стильного, имеющего вкус взрослого. Однако со временем так же, как и слово *hì típ*, слово *sa`nh die`u* приобрело дополнительное значение недалекого, любящего выпендриваться, пустого человека. Можно сказать, что данные слова получили отрицательный оттенок значения в результате «реакции самозащиты» вьетнамского общества на экспансию западных ценностей. Это также результат того, что через средства СМИ вьетнамское общество получает искаженное представление о концепте «индивидуальность». Основопологающий момент в концепте «индивидуальность» – это свобода мыслей и ответственность, но вьетнамские СМИ почти отождествляют «индивидуальность» с «модностью» и «стилем». В результате этого некоторые молодые люди стали жертвами моды. Эти юноши и девушки стараются одеваться и вести себя «стильно», выражать свою «индивидуальность», тратя большие средства на свой имидж и свое здоровье, на модные вечеринки и развлечения. При этом большинство из них остаются финансово зависимыми от родителей. Их поступки часто создают проблемы общественному порядку и вызывают осуждение, что усиливает отрицательное отношение к понятию «индивидуальность» во вьетнамском обществе.

Концепты «статус» и «индивидуальность» являются часто апеллируемыми в английском рекламном дискурсе, что связано с развитием потребительского общества в Великобритании. Высокий уровень жизни позволяет большинству людей приобретать вещи, которые удовлетворяют не только прагматические потребности, но и эмоциональные. Свободная конкуренция и насыщенность рынка аналогичными товарами приводят к тому, что продавцы должны придавать товарам мнимые ценности, чтобы привлечь к ним покупателей. Для этого рекламируемый товар чаще всего превращают в показатель социального статуса, который отражает принадлежность обладателя к определенной группе или подчеркивает индивидуальность его личности.

Концепт «статус» в значении высокого статуса, на наш взгляд, в любой культуре представляет положительную ценность, так как стремление подчеркивать свое социальное положение и стремление к самосовершенствованию являются универсальными. «Статус» – это концепт, обозначающий удовлетворение двух базовых потребностей (термин по А. Маслоу [5]): потребности в социализации и потребности в уважении. Две эти потребности отражают характер человека как социального животного. В связи с этим концепт «статус» и ассоциирующиеся с ним концепты «успех», «сила», «престиж», «красота», «богатство», «знание», «вкус»

будут обладати позитивною оцінкою. Звичайно, для кожної лінгвокультури характерні різні нюанси в розумінні цих концептів, наприклад, в разі з концептом «успіх», який ми розглянемо в іншій статті. Однак в цілому вони є позитивними цінностями.

Ітак, аналіз реалізації концептів «статус» і «індивідуальність» в англійському, російському і в'єтнамському рекламному дискурсі показує, як відбувається процес інтеграції західних культурних цінностей в російську і в'єтнамську концептосферу. При цьому спостерігаються явні відмінності в реакції російської і в'єтнамської аудиторій на концепт «індивідуальність», що обумовлено етно-культурною специфікою в'єтнамського і російського народів в сприйнятті оточуючого світу і визначенні місця людини в ньому.

Література

1. Леонтович О. Російські і американці: парадокси міжкультурного спілкування: Монографія. – Волгоград: Перемена, 2002.
2. Ільїнова Е. Ю. Лінгвокогнітивне обґрунтування характеру асиміляції і культурної експансії рекламного дискурсу // Лінгводидактичні проблеми міжкультурної комунікації: Сб. науч. ст. / Редкол.: Т. В. Максимова (отв. ред.) і др. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. – 43-63 с.
3. Латова Н. В. Індивідуалізм // Енциклопедія Кругосвет.
4. Цветкова М. В. Англійська міжкультурна комунікація: Учеб. посібник. – Н. Новгород: Деком, 2001. – С. 158-184.
5. Maslow A. (1943) A Theory of Human Motivation. Psychological Review 50, 370-96.
6. Phan Ngoc. Problems of culture and new approach. NXB Van hoa thong tin. Hanoi, 2005, 40-78.
7. Tran Ngoc Them. Tim Ve Ban sac Van Hoa Viet Nam (Searching for the Vietnamese cultural identity). NXB TP HCM, TP HCM, 2003.

Ніколаєва Л. Б.

ЯВИЩЕ ПОЛІСЕМІЇ У НОМІНАТИВНИХ ТЕРМІНОСИСТЕМАХ

1. Вступні зауваження. Номінація – найважливіша функція мови, яка уможливає позначення предметів, що оточують людину. Але антропоцентрична спрямованість сучасної лінгвістики змушує мовознавця звертатися перш за все до тих номінативних систем, які найтісніше пов'язані із нею (людиною) самою. Однією з таких є система термінів спорідненості (далі ТС).

Пропоновану роботу присвячено аналізу багатозначності ТС, особливостям семантичного наповнення ТС-полісемантів та їх квантитативній характеристиці.

Багатозначність властива насамперед давнім утворенням, які зазнавали впродовж кількох епох різних семантичних змін [1, с. 86]. Саме до таких утворень належать і терміни спорідненості. Вони входять до ядра лексичного складу кожної мови та є віддзеркаленням її етнокультурних традицій та особливостей. Це дає підставу припустити, що асоціації, які пов'язані з головним значенням ТС (як то: *мати* → початок життя → початок будь-чого), дають підставу для розвитку багатозначності терміна.

2. Матеріал дослідження. Матеріалом дослідження полісемії ТС стали 5 індоєвропейських мов: українська, німецька, іспанська, литовська та новогорьцька.

Дослідження спирається переважно на словникові тлумачення семантики, які є специфічним системним відображенням реально існуючої мовної дійсності. Словник є фактором, який впливає на отримання даних про середню величину багатозначності [4, с. 142] та розмежування значень полісеманта. Саме тому дані цього дослідження є узагальненими описами значень ТС, отриманими шляхом поєднання інформації з декількох джерел. Так, наприклад, для опису ТС української мови було використано два тлумачні словники: «Словник української мови» в 11 томах (СУМ), «Тлумачний словник української мови» під ред. Д. Г. Гринчишина (ТСУМ). Відповідно, аналізу підлягають дві словарні статті для кожного терміну [2, с. 90]. «Словник української мови» в 11 томах пропонує п'ять ЛСВ слова *батько*.

*Батько*₁ – чоловік стосовно своїх дітей.

*Батько*₂ – (перен.) засновник будь-якого вчення, галузі науки, мистецтва.

*Батько*₃ – ввічливе звернення до козацького старшини, отамана.

*Батько*₄ – ввічливе звернення до чоловіка похилого віку.

*Батько*₅ – самець стосовно свого потомства.

«Тлумачний словник української мови» під ред. Д. Г. Гринчишина також наводить п'ять ЛСВ, але цей набір відрізняється від попереднього як порядком розташування значень слова в словниковій статті по відношенню до основного, так і набором самих ЛСВ.

*Батько*₁ – чоловік стосовно своїх дітей.

*Батько*₂ – вітчим.

*Батько*₃ – самець стосовно свого потомства.

*Батько*₄ – прародич.

*Батько*₅ – звернення до чоловіка.

Щоб зробити можливим зіставлення значень української лексики *батько* з ЛСВ відповідних ТС інших мов, необхідно звести ці тлумачення в єдину статтю: основою буде стаття ТСУМ, де можна простежити вмотивованість найближчих одне до одного значень, доповнена ЛСВ словарної статті СУМ відповідно до правил мотивації. Отримана стаття являє собою доповнений узагальнений варіант (включає 7 значень) статей двох тлумачних словників та дозволяє провести зіставлення наведеного українського багатозначного слова із полісемантами інших мов.

*Батько*₁ – чоловік стосовно своїх дітей.

*Батько*₂ – вітчим.

*Батько*₃ – самець стосовно свого потомства.

*Батько*₄ – прародич.

*Батько*₅ – (перен.) засновник будь-якого вчення, галузі науки, мистецтва.

*Батько*₆ – звернення до чоловіка.