

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ПРОКОПСЬКА МАРІЯ БОГДАНІВНА

Допускається до захисту:
завідувач кафедри
германської філології
..... О. В. Чоботар
(підпис)
«_____» _____ 20____ р.

ОЦІННІ МЕТАФОРИЧНІ ПОЗНАЧЕННЯ РИС ХАРАКТЕРУ ЛЮДИНИ У
НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно),

перша – німецька

Освітня програма Німецька мова і переклад

Магістерська робота

Науковий керівник

Л. С. Данцл, канд. філол. наук, доцент
доцент кафедри германської філології

Оцінка: _____/_____/_____
(бали/за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)
Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця 2020

АНОТАЦІЯ

Прокопська М. Б. Оцінні метафоричні позначення рис характеру людини у німецькій та українській мовах. Спеціальність 035 Філологія. Спеціалізація 035.043 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька. Освітня програма Німецька мова і переклад. Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2020. – 115 с.

Магістерську роботу присвячено вивченню оцінних метафоричних позначення рис характеру людини на рівні їх структури, функції та семантики, з психологічної точки зору, а також розглядаються гендерні стереотипи та їхній прояв на рівні метафори.

Матеріал дослідження містить німецькі та українські метафоричні позначення. Обсяг вибірки становить 616 лексичних одиниць.

Наведено перелік типів метафор класифікованих за лексико-семантичними, функціональними та структурними характеристиками. Увага зосереджена на оціночній метафорі. Наведені статистичні дані лексичного матеріалу, класифікованого на тематичні блоки.

При аналізі метафоричних позначень було встановлено, що вони можуть мати позитивну, негативну конотацію та змішаний тип, до якого були віднесені ті лексичні одиниці, конотацію яких складно визначити без контексту.

Розкривається поняття стереотипу, його вплив на мовленнєву поведінку особистості, на уявлення про чоловічі та жіночі риси характеру. Наведено список якостей притаманних чоловікам та жінкам, а також приклади метафоричних оцінних позначень. Охарактеризовано людську стать як одну з основних характеристик особистості, що розглядається в соціумі, культурі і мові.

Ключові слова: метафора, характер, конотація, тематичний блок, семантика, стереотип.

SUMMARY

Prokopska M. B. Evaluative metaphorical denotations of human character features in German and Ukrainian languages. Speciality 035 «Philology». Specialisation 035.043 «Germanic Languages and Literatures (including translation), first language – German». Educational programme «German Language and Translation». Vasyl' Stus Donetsk National University, 2020. – 115 p.

The master's research paper is devoted to the study of evaluative metaphorical denotations of human character features at the level of their structure, function and semantics, from a psychological point of view, as well as to the gender stereotypes and their manifestation at the level of metaphor.

The research material contains German and Ukrainian metaphorical denotations. The sample size comprises 616 lexical units.

The list of types of metaphors classified by lexical-semantic, functional and structural characteristics is provided. Attention is focused on the evaluative metaphor. The statistical data of the lexical material classified into thematic blocks are given.

It was discovered by analysing the metaphorical denotations that they can have a positive, negative connotation and a mixed type, which included those lexical units whose connotation is difficult to determine without context.

The concept of stereotype, its influence on the speech behavior of the individual, on the idea of male and female character traits is revealed. A list of qualities inherent in men and women, as well as examples of metaphorical evaluations is presented.. Human sex is characterized as one of the main characteristics of the individual, considered in society, culture and language.

Key words: metaphor, character, connotation, thematic block, semantics, stereotype.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6-9
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	
КАТЕГОРІЇ ОЦІНКИ ТА МЕТАФОРИ.....	10
1.1. Поняття категорії оцінки та метафори у лінгвістиці.....	10-14
1.2. Структура категорії оцінки.....	14-15
1.3. Засоби вираження категорії оцінки у мові	15-16
1.4. Метафоричне перенесення у позначеннях рис характеру	
людини.....	16-18
1.5. Особливості функціонування лексем з оцінним семантичним	
компонентом у мові	18-19
1.6. Психолінгвістичний підхід до вивчення метафори.....	20-32
Висновки до розділу 1.....	33-35
РОЗДІЛ 2 ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ОЦІННИХ МЕТАФОРИЧНИХ	
ПОЗНАЧЕНЬ РИС ХАРАКТЕРУ ЛЮДИНИ.....	36
2.1. Класифікація метафоричних позначень.....	36-43
2.2. Функціональні та лексико-семантичні особливості метафоричних	
позначень рис характеру людини в українській та німецькій мовах.....	44-50
2.3. Структурні особливості метафоричних позначень рис характеру	
людини у німецькій мові.....	50-55
2.4. Психологічний аспект оцінних метафоричних позначень.....	56-63
Висновки до розділу 2.....	63-65
РОЗДІЛ 3 ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ: СТЕРЕОТИПИ ОБРАЗУ ЧОЛОВІКА	
ТА ЖІНКИ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУР.....	66
3.1. Стереотипи образу українських та німецьких чоловіка та	
жінки.....	66-70
3.2. Гендерні стереотипи образу українських жінок і чоловіків.....	70-78
3.3. Гендерні стереотипи образу німецьких жінок і чоловіків.....	78-82
3.4. Метафора у міжкультурній комунікації.....	83-88

Висновки до розділу 3.....	88-92
ВИСНОВКИ.....	93-98
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	99-108
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	108
ДОДАТОК.....	109-115



ВСТУП

На даному етапі мовна категорія оцінки, що є предметом наукового інтересу філософів і логіків, продовжує не меншою мірою привертати увагу лінгвістів. Інтерес до оцінки з боку представників різних галузей знань обумовлений важливістю оцінки як однієї зі сторін пізнавальної діяльності людини. Інтеграція лінгвістики з такими фундаментальними науками як філософія, логіка, психологія привела до сприйняття мови як способу буття свідомості.

З'ясування сутності оцінного моменту в мові надзвичайно складне в першу чергу тому, що складні самі об'єкти, позначені мовними знаками в оцінній сфері: це об'єкти, що відображають внутрішній світ людини, світ його почуттів, переживань, певні норми поведінки в суспільстві.

Характерною особливістю вираження оцінки є можливість підсилення або ослаблення ознаки «добре» чи ознаки «погано».

Фактично людина пізнає довколишній світ через оцінку і практично всі предмети можуть стати об'єктами оцінки. Оцінка визнається однією з найважливіших сторін інтелектуальної діяльності людини та, безсумнівно, знаходить своє відображення в мові. Вперше коло проблем, пов'язаних з вивченням оцінки, було визначене Арістотелем. Надалі ці запитання отримали пояснення з точки зору різних дослідницьких підходів.

Поняття оцінки, що походить від слів «ціна», «цінність», визначає особливості взаємодії людини та навколишнього світу. Метафоричні позначення є одним із засобів вираження оцінки.

Питанням виникнення і функціонування метафоричних позначень рис характеру людини зокрема. Даною проблемою займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені-лінгвісти як Н. Д. Арутюнова, С. В. Агеев (описали проблему з точки зору реалізації метафорою прагматичних функцій), Дж. Лакофф, М. Джонсон, Е. МакКормак (розглядали метафору з точки зору когнітивних аспектів), А. Вежбицька, Ю. Д. Апресян (розглядали процес метафоризації в

семантичному полі, вивчили підходи до трактування лексики, виявлення симптоматичних виразів для створення структури тлумачення метафор, вивчили усвідомлення культур за допомогою ключових слів), О. С. Кузоятова, Є. В. Ковалевська, О. Г. Ананченко (вивчали метафору в медійному дискурсі), Е. В. Юрков (розглянув метафору в аспекті лінгвокультурології, вивчив прояви лінгвокультурологічних аспектів метафоризації як національно-мовної свідомості когнітивного процесу пізнання дійсності, встановив систематизацію моделей метафоризації, які розкривають особливості антропоцентричного механізму дійсності).

Виходячи з цього в роботі робиться спроба розглянути комплексну проблему метафори як оцінного позначення у всіх її взаємозв'язках і наслідках.

Проблема дослідження: оцінні метафоричні позначення рис характеру людини та їхнє вираження в мові.

Актуальність: слова та вирази, що є метафоричними позначеннями, активно вживаються у повсякденні, є перспективними у вивченні. Матеріалів та досліджень про метафоричні позначення у сучасній лінгвістиці на сьогодні зібрано доволі багато, але в німецькій та українській мовах недостатньо досліджені оцінні метафоричні позначення рис характеру людини, тому це явище викликає значну зацікавленість у дослідників.

Об'єкт дослідження: в роботі обрано метафоричні позначення рис характеру людини у українській та німецькій мовах.

Предмет дослідження: особливості семантики і функціонування зазначених мовних одиниць в українській та німецькій мовах.

Мета: дослідження оцінних метафоричних позначень рис характеру людини в українській та німецькій мовах на основі лексем отриманих засобом збору фаткичного матеріалу.

Для досягнення цієї мети передбачалося розв'язати наступні **практичні завдання:**

- 1) охарактеризувати категорію оцінку та метафору;

- 2) описати процес формування висловлювань з оцінним компонентом;
- 3) визначити та проаналізувати лексико-семантичні, функціональні та структурні особливості метафоричних позначень рис характеру людини в українській та німецькій мовах;
- 4) проаналізувати оцінні метафоричні позначення рис характеру людини з психологічної точки зору;
- 5) розглянути тему гендерних стереотипів та їхній вплив на вибір оцінної метафоричної лексики при комунікації.

Теоретичною основою курсової роботи є ретельний добір та опрацювання якомога більшої кількості джерел присвячених цій темі.

Інформаційну базу дослідження склали слова та вирази, що відображають оцінку, зібрані з тлумачного словника.

Специфіка структурно-семантичного аналізу слів та виразів оцінки визначила вибір **методів** дослідження: семантичний аналіз, компонентний аналіз, описовий метод, кількісний метод.

Практичним матеріалом дослідження є 308 слів, які відображають оцінку та є оцінними метафоричними позначеннями рис характеру людини, що були відібрані з Великого тлумачного словника сучасної української мови (укладений В. Т. Буселом), 2005 та перекладені на німецьку мову за допомогою німецько-українського словника Lingea та Das Wörterbuch Duden-Online.

Загальний обсяг практичного матеріалу складає **308** лексем німецької мови та **308** лексем української мови з оцінним метафоричним компонентом.

Практична цінність результатів роботи визначається можливістю їх використання в подальшому дослідженні цієї теми. Зважаючи на те, що на сьогодні метафора особливості її утворення, функціонування та вживання викликають велику зацікавленість серед науковців. Не менш цікавою є тема вивчення метафоричних позначень з психологічної точки зору, адже саме

дослідження когнітивних процесів створення метафор не достатньо розкриті на даному етапі.

Структура роботи. Представлена робота складається зі Вступу, трьох розділів, Заключних висновків, Списку використаної літератури та Додатку.

Вступ до роботи містить описову частину, що визначає мету дослідження, її актуальність, предмет, об'єкт, завдання, матеріали та методи дослідження.

В **першому** розділі досліджуються теоретичні особливості з проблематики питання оцінки та метафори, а також розшлянуті дослідження лексем з оцінним метафоричним значенням на межі XX-XXI ст., а саме процесів її розпізнавання, розуміння, утворення в залежності від середовища, уявлень та мисленнєвої здатності індивіда.

Другий розділ присвячений практичному дослідженню структурно-семантичного функціонування лексем з оцінним метафоричним значенням в українській та німецькій мовах.

У **третьому** розділі мова йде про гендерний аспект лексем з оцінним метафоричним значенням, а саме про гендерні стереотипи німецького та українського населення, та про особливості міжкультурної комунікації.

Наприкінці роботи викладені **загальні висновки** до теоретичної та практичної частин даної роботи.

Додаток містить перелік лексем (308) у німецькій мові та перелік лексем (308) в українській мові.

Загальний обсяг роботи становить 115 сторінок. Список літератури містить 110 найменувань джерел (з них 29 джерел іноземних авторів та 3 лексикографічних джерела). В додатку представлено 308 лексичних одиниць у німецькій та 308 лексичних одиниць в українській мовах.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ОЦІНКИ ТА МЕТАФОРИ

1.1 Поняття категорії оцінки та метафори у лінгвістиці

Оцінка є результатом такого процесу як оцінювання. Оцінювальний аспект у мові є одним з багатьох, у якому віддзеркалюється взаємодія дійсності та людини.

У лінгвістиці останніх десятиліть відбулася зміна пріоритетів. У зв'язку з антропоцентричним характером сучасних лінгвістичних досліджень оцінка, що як правило розглядається як категорія логіки, постає як фактор, що формує семантику і прагматику мовних одиниць. Як вказує В. Аврамова, «оціночна інтерпретація онтологічних категорій ... відводить оцінці статус універсальної категорії, що пронизує всі сфери людського буття» [2, с. 10]. Очевидно, що об'єктом оцінки можуть бути якості, вчинки і стани людей, властивості предметів, процеси та ситуації і т.п. Невід'ємним надбанням оцінки є сама людина. Все, що знаходиться поза цими рамками, не підлягає оцінці. Оціночне висловлювання прагне вплинути на адресата, а через нього і на хід практичного життя [36]. Оцінність в сучасній лінгвістиці розглядається як властивість мовної / мовленнєвої одиниці, пов'язане з встановленням ціннісного ставлення (оцінки) суб'єкта мовлення до об'єкта. Концепт оцінки, «...будучи «інтуїтивно зрозумілим», важко піддається визначенню, яке могло б задовольнити якщо не всіх, то хоча б більшість дослідників» [35, с. 69]. Про це свідчать, наприклад, такі різні визначення мовної оцінки: 1) «судження мовця, його ставлення – схвалення або несхвалення, бажання, заохочення і т.п. – як одна з основних частин стилістичної конотації» [14, с. 5]; 2) «акт людської свідомості, що полягає в порівнянні предметів, зіставленні їх властивостей, визначенні ролі в життєдіяльності суб'єкта, і його результати, що закріплюються у свідомості і мові у вигляді позитивного, негативного чи нейтрального ставлення» [36, с. 223];

3) «передача суб'єктивного плану мови» [35, с. 312]; 4) «ставлення мовця, його схвалення або несхвалення як компонент лексичного значення слова, сенсу висловлювання, змісту тексту» [16, с. 214]; 5) «сукупність різнорівневих мовних одиниць, об'єднаних оцінною семантикою, що виражають позитивне чи негативне ставлення автора до змісту мовлення» [34, с. 139]; 6) «позитивна чи негативна характеристика предмета або явища, яка дається йому на основі його певних ознак» [38, с. 127].

У сучасній лінгвістиці особлива увага приділяється тому факту, що зміст оцінок і способи їх вираження багато в чому залежать від приналежності тексту до тієї чи іншої функціонального різновиду. Так, оцінність є основним стилетворним фактором публіцистичних матеріалів, де вона, за спостереженнями дослідників, проявляється у відборі і класифікації фактів і явищ дійсності, в їх описі під певним кутом зору, в специфічних лінгвістичних засобах.

Одним із найцікавіших для дослідників засобом вираження категорії оцінки є метафора. Протягом багатьох років метафора привертала до себе увагу: від Аристотеля і до Руссо. Їй присвячена величезна кількість праць. Не тільки вчені, а й поети, художники, літератори мають власну думку про неї. На цей час вивчення метафори значно розширюється і захоплює різні галузі знання, такі як: філософія, психологія, літературознавство, логіка і т.д.

За останній час головний акцент метафори перемістився з філології в сфери, які звернені до інтелекту і пізнання. «В метафоре стали виділяти ключ к пониманию основ мышления и процессов создания не только национально-специфического видения мира, но и его универсального образа» [13, с. 371].

«Метафора – оборот речи, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основе какой-н. аналогии, сходства, сравнения» [52, с. 300].

Термін належить давньогрецького філософу і вченому Аристотелю, але у його розумінні метафора нічим не відрізнялася від гіперболи, порівняння та

синекдохи. У всіх цих засобах використовується прийом перебільшення, перенесення з одного значення на інше, отже, метафора.

Порівняння, або метафора дає право адресанту використовувати свої уявлення про об'єкт, оцінити його з точки зору позитивних і негативних якостей.

Незважаючи на те, що при постійному використанні метафори співвідношення між суб'єктами стирається, і метафорична конструкція стає стандартним виразом з переносним значенням, метафора все ж має величезну силу впливу і має здатність до постійного відродження. При зміні контексту стандартна метафора може набувати оригінальне семантичне звучання, передаючи значення, які до цього не мали формального втілення в мові [29, с. 128-135].

Як вважає Н. Д. Арутюнова, вивчення метафори набуває все більшої інтенсивності та захоплює різні галузі знання. Наслідком взаємодії різних напрямків наукової думки стало формування когнітивної науки [10, с. 38-402].

А якщо вивчити метафору з погляду когнітивної лінгвістики, то виходить, що метафора є способом пізнання і пояснення світу. Навіть процеси мислення у людини метафоричні: «Понятийная система человека упорядочивается и определяется метафорически. Метафоры как языковые выражения становятся возможны именно потому, что существуют в понятийной системе человека» [40, с. 390].

Зміни значення слова детально описані у лінгвістичній літературі. Розрізняють три види зміни значення слова:

- 1) Розширення значення '*Bedeutungserweiterung*'
- 2) Звуження значення '*Bedeutungsverengung*'
- 3) Перенесення значення '*Übertragung der Bedeutung*'

Перенесення значення є найбільш частим і поділяється на такі складові:

- 1) Перенесення найменувань за подібністю зовнішніх або внутрішніх ознак – метафора '*die Metapher*'

2) Перенесення найменувань за подібністю функцій '*Übertragung nach der Funktion*'

3) Перенесення найменувань по суміжності – метонімія '*die Metonymie*' [63, с. 161].

Виділяють два типи метафор: мовну і художню.

Г. Н. Складєвська у своїй роботі «Метафора в системі мови» намагається дати відмінності мовної та художньої метафор. Мовна метафора, стихійна, закладена в самій природі мови і досліджується в лінгвістиці як комплексна проблема. Мовна метафора не виявляє образного елемента і без шкоди для змісту висловлювання може бути замінена своїм семантичним еквівалентом. У художній метафорі це неможливо зробити, не уточнивши самого висловлювання. З погляду лексичного статусу, також спостерігаються відмінності. Якщо мовна метафора являє собою самостійну лексичну одиницю, відносно вільно вступаючи в семантичні зв'язки, то художня метафора не володіє такою самостійністю, адже вона завжди неподільна з контекстом [58, с. 30-35].

Мовну та художню метафори можна розглядати або як єдиний об'єкт, або якщо відмінність між ними досить велика, то, як самостійні об'єкти.

Метафоризація обумовлена спробою людського мислення пізнавати нові явища за допомогою порівняння їх з уже відомими раніше. Оціночна функція, яка також властива метафорі, дає нам право зрозуміти, на основі яких ознак сталося перенесення значення.

Щодо структурних особливостей метафори, то тут слід зазначити, що метафора може бути виражатися за допомогою метафор-слів, метафор-словосполучень, метафор-речень і текстових метафор. Ж. К. Каландарова у своєму дослідженні пропонує структурну класифікацію метафор. На її думку, перше на що слід звернути увагу це наявність або відсутність опорного слова (замкнута метафора – метафора порівняння, або метафора-загадка – інакомовність). Далі вона зупиняється на граматичній оформленості опорного

слова (наприклад, генетивна метафора). Також до особливостей структури метафори входять частиномовна приналежність слова (ад'єктивна, дієслівна та субстантивна метафора) та розгорнутість метафори (проста, складна та розгорнута метафори).

1.2 Структура категорії оцінки

Розглядаючи оцінку з точки зору мови, всі її компоненти можна розділити на обов'язкові та факультативні. Загальну структуру оцінки можна відобразити як формулу, «що накладається на висловлювання і не збігається ні з його логіко-семантичною побудовою, ні з синтаксичною» [23, с. 5].

Всю оціночну модальність можна звести до формули $A \text{ } r \text{ } B$, де A це суб'єкт оцінки, B її об'єкт, а r оцінне ставлення, яке має значення «добре / погано». Тобто, головними елементами оцінки є її суб'єкт, об'єкт, сам оціночний елемент (характер оцінки), а також основа оцінки, тобто те, з точки зору чого проводиться оцінка.

Компоненти оцінки співвідносяться з компонентами мовної семантики оцінки, що відображає структуру оціночного судження.

Під суб'єктом певної оцінки розуміється особа, яка надає цінності деякому предмету шляхом висловлення даної оцінки.

Предметами оцінки прийнято вважати ті об'єкти, яким приписуються цінності, або об'єкти, чиї цінності зіставляються.

Специфічний характер предмету, якому приписується певна цінність, полягає в співвідношенні денотативного і концептуального значення. Перший пов'язаний з різноманіттям предметів, які б мотивували оцінку, другий — з поняттями, що характеризують властивості предметів, які б мотивували оцінку.

Говорячи про характер оцінки, необхідно відзначити, що він відрізняється двоступеневим змістом. На першому шаблі всі оцінки можуть бути розділені на дві групи. В першу з них входять абсолютні оцінки, в формулюваннях яких використовуються такі терміни, як «хороший», «поганий»,

«добро», «зло», «байдуже». У другу – порівняльні оцінки, висловлені за допомогою таких термінів, як «краще», «гірше», «рівноцінно».

На другому щаблі оцінки обох видів висловлюють позитивне або негативне ставлення суб'єкта до об'єкта, пов'язаного як з позицією об'єкта на шкалі оцінок (зона позитивного / негативного / байдужого), так і з емоціями, відчуттями і концептуальним світом суб'єкта.

Слово «оцінка» вживається зазвичай для позначення встановлення ціннісного ставлення між суб'єктом і об'єктом.

Четвертим компонентом оцінки є її основа – категорія логіко-психологічна, що проявляє себе перш за все у відношенні суб'єкта до норми і стандарту, до користі, до етики і моралі.

Палітра цих індивідуальних і соціальних оцінок надзвичайно широка. Вона залежить від припинення різного роду залежностей: відповідності-невідповідності вимогам суб'єкта; добрий-злий; можливостей практичного використання; здатності викликати позитивні або негативні емоції; відповідності-невідповідності бажанням.

1.3 Засоби вираження категорії оцінки у мові

Для вираження ціннісного ставлення суб'єкта до об'єкта оцінки потрібні різні мовні засоби, «граматика» яких залежить і від семантичних ознак — позитивної або негативної оцінки і від комунікативно-прагматичних аспектів висловлювання.

Найбільш представницьким рівнем, що представляє оціночну семантику, є лексичний. Основними засобами номінації всередині нього виступають прикметники, серед яких за ступенем вживаності виділяються хороший / поганий з їх синонімічні ряди, а також всі прикметники, що виражають оцінне значення.

Класифікація оціночних прикметників може бути побудована на принципі різних підстав оцінки та відповідної шкали з власною точкою відліку.

Такими підставами можуть бути естетичні – прекрасний / потворний; утилітарні – придатний / непридатний; сенсорні – смачний / несмачний; емоційні – приємний / неприємний і ін. Перераховані і подібні якісні прикметники відрізняються високим ступенем абстрактності, тому будь-який об’єктивно властивий предмету ознака суб’єктивно може пересуватися по шкалі оцінок, в залежності від думки суб’єкта.

Багатозначність оціночних прикметників, багатство лексико-семантичних варіантів їх семантичної структури дозволяє їм максимально охоплювати сферу предметних і непередметних реалій для оціночної функції вираження.

Прикметники є, безумовно, одними з найбільш уживаних і нейтральних засобів вираження семантики оцінки.

Під час дослідження було виявлено, що оціночні метафори на позначення рис характеру людини також можуть утворюватися за допомогою прикметників. Наприклад: *ein leibhafter Teufel* ‘чортяка’; *ein schlapper Hund* ‘слабкодуха людина’; *gemeiner Ohrwurm* ‘обмовник’.

1.4 Метафоричне перенесення у позначеннях рис характеру людини

Метафора є виразом повсякденної концептуальної реальності. Вона служить засобом отримання знань про світ у цілому за допомогою різноманітних символів та образів. Мова має антропоцентричну спрямованість, тому метафори відображають модель усього світу.

Художню картину світу можна відчувати у свідомості людини, як фрагменту буття. Образ світу, який складається в процесі осягнення цього різноманіття, накладає свій відбиток на мову.

Людина як суб’єкт, який здатний до самопізнання, є вершиною розвитку процесу пізнання. За останні час вивчення людини, не тільки з медичної, але також з лінгвістичної точки зору, стає все більш і більш поширеним.

Антропоцентризм лежить у основі мови і мислення і чітко проявляється у лексиці.

З точки зору психологічного значення метафори слід зазначити, що «метафорическое употребление слова, разрушая его логическое содержание, пробуждает эмоциональные ассоциации, определенным образом направленные» [72, с. 36]. Емоційні слова мають метафоричне походження, і сама виразність метафори викликається відчуттям того лексичного середовища, звідки слово запозичене.

У мовній структурі існує величезна кількість метафор по відношенню до людини. «Образ человека» реконструирован исключительно на основании языковых данных. Мы в максимальной мере стремились к тому, чтобы это была именно «языковая» (а, например, не литературная, не общесемиотическая или общекультурная, не философская) картина человека» [6, с. 37].

Г. Н. Складарська у своїй роботі підкреслює, що принцип найменування людини іменами інших об'єктів зветься антропоцентричним. Для характеристики людини вибір схожого об'єкта необмежений. При цьому характеристики людини містять не тільки вказівку на подібність, але й оцінку, пов'язану з емоційним ставленням до визначеного об'єкта [58].

У випадках, де мовець намагається підкреслити характер людини або з деяких причин пряме пояснення неможливо він використовує різні манівці, найчастіше для цього служить метафора, де мовець порівнює явище, характер адресата з схожим на нього іншим явищем, яке знайоме адресату. Цікавим є порівняння німецьких і українських метафор. Більшість з них утворено від імен тварин, птахів, плазунів, комах і т.д. для позначення або підкреслення якостей, властивостей людини. Наприклад: *der Duckmäuser, die Giftkröte, der Hasenfuß, der Prahlhans, der Streithahn*.

Для позначення людини у німецькій мові часто використовуються назви частин тіла тварин в грубому і вульгарному значенні. Наприклад: *der Großmaul, das Lästermaul, der Maulheld*. Для німецької розмовної мови характерно також

використання назви овочів, фруктів для позначення голови, обличчя і т.д. людини. Наприклад: *die Kürbis*, *die Birne* – у значенні голова; *das Kartoffel*, *das Gurke* для позначення носа.

Крім того необхідно приділити увагу гендерній метафорі. За словами А. С. Янкубаєвої гендерна діхтомія спостерігається на всіх мовних рівнях. У своєму дослідженні вона говорить про метафори (це може бути, як і образна лексика, так і окремі зооморфізми), які є типовими тільки для чоловіків або жінок. Для гендерного розгляду метафор актуальним є пізнання чоловіків або жінок через реалії дійсності (наприклад: тварини, предмети, професія і т.д.). Не варто забувати про існування також універсальних метафор, які використовуються для опису чоловіків і жінок. В даному випадку гендерний аспект метафори реалізується через контекст. Таким чином, в метафоричній лексиці німецької мови проявляються як універсальні, так і специфічні гендерні описи та характеристики [77, с. 14-15].

Метафора поширена у всіх частинах мови, призначених для впливу на емоції і уяву інших людей. Ораторське мистецтву і публіцистика широко використовуює метафору.

Досліджуючи метафори можна зробити висновок про психологічні, так і соціальні явища, а також людські якості, котрі схвалюються і засуджуються, яким приділяється більше уваги, а яким, навпаки, менше.

1.5 Особливості функціонування лексем з оцінним семантичним компонентом у мові

Прагматичні і комунікативні функції оцінки можуть бути виражені метафорами.

Майже всі прояви життя людини – його народження і смерть, особливості характеру, віку, зовнішності, розумової діяльності, професійні якості і т. д. – знаходять відображення у метафоричних позначеннях будь-якої мови. Спираючись в основному на власні уявлення про людський розум, народ

теж створив свої оцінки цього явища. І, безумовно, все це знайшло відображення в мові: з'явилася велика кількість лексичних, фразеологічних і метафоричних одиниць, що виражають розумові здібності людини. Яскравість і сила вираження роблять значення зворотів невідомими, а їх структурно-граматичні властивості переважно незмінними.

Семантика оцінки може бути представлена одиницями синтаксичного рівня – реченням і його мовної реалізацією – висловлюванням.

Система синтаксичних моделей, які представляють висловлювання з оцінною семантикою, надзвичайно різноманітна, в основі цього явища лежить не тільки лексико-семантична специфіка оцінного значення, а й взаємовідношення системи з середовищем. Таку взаємодію можна спостерігати виходячи з контексту, ситуації спілкування і соціальної обумовленості вживання.

Семантична категорія оцінки зараховується до однієї з семантичних універсалій в мові, так як вона пронизує собою буквально всю мову. У зв'язку з тим, що кожне слово в мові пов'язане з тим чи іншим ступенем, з тим чи іншим видом оцінної конотації або з потенційною її можливістю, що реалізується в різноманітних конкретних ситуаціях, категорія оцінки є, так би мовити, «розлитою» по всьому словниковому складу мови [41, с. 9].

В даний час, визнаючи за оцінкою статус самостійної мовної категорії, дослідники по-різному визначають природу даної категорії, її структуру, розмежування видів оцінки, систематизацію засобів вираження. І дійсно, навіть в самому визначенні категорії нез'ясованими в достатній мірі залишаються питання взаємовідношення цієї категорії з модальністю, експресивністю, емоційністю, прагматичним потенціалом, інакше кажучи, продовжують залишатися по-особливому актуальна проблема її відмежування від граничних, тобто суміжних категорій і визначення інвентарю власне оцінних значень.

1.6 Психолінгвістичний підхід до вивчення метафори

Лінгвістика, як і інші науки, не стоїть на місці і сьогодні підходи до розв'язання багатьох питань відрізняються від тих, які були актуальними вчора. Сучасні уявлення психолінгвістики і когнітивної лінгвістики суттєво відрізняються від традиційного розуміння метафори як лексичного феномена. Феномен метафори осмислюється набагато ширше. Новий рівень розвитку науки дозволяє спостерігати глибокі процеси в свідомості людини, які стоять за метафорою. Нове розуміння метафори тісно пов'язане з іменами А. Річардса, М. Блека, Дж. Лакофф, М. Джонсона та ін. Погляд на метафору як на когнітивний механізм дозволяє використовувати її потенціал в системі навчання і виховання. «В основі метафори лежить запозичення і взаємодія ідей» [55, с. 47], тобто саме мислення має метафоричний характер. Навчити метафорі, значить, навчити мислити, знаходити між об'єктами подібне і відмінне, оскільки метафора «відбирає, виділяє і організовує одні, цілком певні характеристики» і «усуває інші» [17, с. 167]. Дж. Лакофф розглядає метафору як концептуальне явище, що відбиває процес пізнання світу. Суть цього явища полягає в перенесенні з області-джерела в область-ціль, яке здійснюється за подібністю або за аналогією [100]. Область-джерело завжди відома через безпосередній фізичний досвід і зазвичай є інтуїтивно зрозумілішою, ніж область-ціль.

Як універсальне лінгвістичне явище, метафора є важливим засобом когнітивної діяльності людини. Це одночасно і спосіб створення нових найменувань для найрізноманітніших явищ навколишньої дійсності, і результат цього процесу. Метафора збагачує словниковий склад будь-якої мови, оскільки обумовлює виникнення у слова нового, образного значення. Метафора виражає переносне значення, в основі якого лежить якась схожість, причому ця подібність між денотатами може виявлятися не тільки на підставі загальних у них зовнішніх ознак, але і на підставі виконуваних ними подібних функцій. Метафора, тим самим, пов'язує переносне значення слова з його вихідним значенням.

Завдяки здатності зводити воедино поняття з різних областей, сфер людської діяльності, метафора входить в основу багатьох фундаментальних наукових теорій і використовується в термінологічному апараті цілого ряду навчальних дисциплін. Це пояснює принципову роль метафори в процесі пізнання, в якому вона несе найважливіше смислове навантаження і використовується на всіх рівнях – від глибинного, де використовуються фундаментальні, базові метафоричні переноси, до поверхневого, де метафори застосовуються з ілюстративною метою, щоб роз'яснити сенс певних дефініцій.

Г. Н. Складєвська вважає, що відігравати провідну роль метафорі в пізнанні дозволяє укладена в ній можливість осягнення реальності, оскільки в основі цього процесу лежать найглибші взаємини людини з навколишнім світом. Тобто метафоричний перенос – це альтернативна логіка формування знань, а значить, вона є самостійним пізнавальним ресурсом, який, з одного боку, виступає як конститууюча основа не тільки окремих наукових теорій, а й науки в цілому; а з іншого боку, визначає нові напрямки в процесі пізнання людиною самої себе і навколишнього світу [58, с. 6-7].

В даний час дослідники вивчають метафору як спосіб організації когнітивної діяльності людини в цілому, а зокрема – як спосіб наукового пізнання, заснований на безпосередньому зв'язку загальнолітературної мови і мови науки, і як засіб конструювання думки і розширення словникового складу мови.

Метафора і її роль в процесі комунікації стали предметом уваги вже таких найбільших мислителів минулого, як Аристотель, Ж.-Ж. Руссо та Г. В. Ф. Гегель. Метафора є невід'ємним компонентом мови, її можна виявити не тільки в художньому стилі мови, де вона є тропом, тобто засобом виразності, а й в будь-якому іншому функціональному стилі, оскільки існує чимало виразів, що трактуються не лише буквально. Проте, було б нелогічно заявляти, що вивчення метафори спирається тільки на сформовану в лінгвістиці традицію. Це явище знаходить широке поширення і охоплює в наші дні найрізноманітніші сфери

людської діяльності і галузі знання – філософію, логіку, педагогіку, психологію, літературознавство, естетику, мистецтвознавство, семіотику, риторику і ін. [4, с. 5; 51, с. 187].

Будучи складним поняттям, метафора відображає різні аспекти її функціонування в процесі інтеракції. Метафора не може розглядатися вузько – тільки як об'єкт лінгвістичних досліджень. Метафора – це психологічний феномен, який безпосередньо пов'язаний з пізнанням і мисленням будь-якого учасника комунікації [57, с. 113].

У психолінгвістиці і в когнітивній лінгвістиці метафору трактують як «основну когнітивну операцію, як спосіб пізнання, структурування і пояснення світу» [26, с. 18]. Психолінгвістичний підхід загострює увагу на предметності метафори, розглядаючи її в контексті «специфічних закономірностей не тільки мови, але пам'яті і мислення» [61, с. 524].

В останні десятиріччя, коли кордони вивчення метафори значно розширилися у зв'язку з усвідомленням цього феномену як ментально-вербального конструкту і метафоризації як взаємопов'язаних процесів породження і сприйняття образного сенсу, з'явилася значна кількість психолінгвістичних досліджень, присвячених цій проблемі (М. Балота, Т. Белт, В. Бріттон, Р. Гіббс, Р. Стернберг, В. Вільямс, В. Харді, К. І. Алексєєв, А. А. Залевська, Н. В. Рафікова, М. В. Самойлова та ін.), що вимагає наукового осмислення досягнень в розвитку психолінгвістичної теорії метафори.

У психолінгвістиці метафора довгий час розглядалася тільки як експериментальний матеріал (К. Бюлер, Л. С. Виготський та ін.). Лише з середини 1970-х рр., коли активізувалися спроби теоретичного обґрунтування найважливіших питань метафорології – про сутність метафори, механізми її утворення і розуміння, статус в мові і ролі в мовленнєвій комунікації, вона стала самостійним об'єктом психолінгвістичних досліджень (Дж. Серль, Г. Кларк, П. Люсі, Ю. К. Корнілов, О. К. Тихомиров та ін.). Пізніше

були розроблені і подані перші моделі розпізнавання слів і їх значень, в тому числі метафор (Д. Макклелланд, Д. Елман і ін.).

У психолінгвістичних дослідженнях 1990-х рр. проблема розуміння метафори як і раніше залишається актуальною. Необхідно відзначити, що в сучасній психолінгвістиці існують різні точки зору на розуміння: воно розглядається як процес і як результат цього процесу. Розуміння як процес являє собою акт мислення (Г. С. Костюк, Л. П. Доблаєв і ін.), розуміння як результат – певне знання, яке входить до уже існуючої системи знань або співвідноситься з нею (Ю. Н. Кулюткін, М. А. Розов та ін.). Розуміння мовлення – це процес вилучення сенсу, що знаходиться за зовнішньою формою висловлювань, який вимагає знання лінгвістичних закономірностей побудови мовлення, і результат цього процесу. Сприйняття форми мовлення практично неусвідомлюване, тому, як правило, здійснюється перехід безпосередньо до семантики. При сприйнятті фраз реципієнт може відчувати певне утруднення, якщо є неоднозначність їх тлумачення. Сприймаючи мовлення, людина співвідносить сказане з дійсністю, зі своїми знаннями і досвідом. Метафоризація як сприйняття сенсу (розуміння метафори) являє собою процес, що полягає у впізнаванні вже відомого (у випадку з мовними метафорами) або інтерпретації раніше невідомого змісту.

К. І. Алексєєв, вважаючи, що розуміння не є результатом процесу мислення, оскільки воно досягається за один момент, зазначає: «У найпростішому випадку єдиного і правильного рішення можна говорити про остаточне розумінні; в більш складному випадку, наприклад при розумінні художніх творів (у тому числі і метафор), про остаточне розумінні говорити не можна, бо процес їх розуміння може тривати нескінченно. У випадку, коли мова йде про метафору, не існує єдиного і правильного її розуміння; можна говорити лише про більш-менш адекватне, вдале розуміння» [4, с. 83]. Автор, аналізуючи стійке уявлення про адекватність значення (сенсу) метафори та її парафрази, яке традиційно піддається критиці, вважає, що специфіка метафори проявляється не при її розумінні, оскільки результат розуміння метафори і її парафрази

однаковий, а при її розпізнаванні. Однак при цьому, як стверджує дослідник, можуть відбуватися якісь втрати "не в області змісту, а в області «організації» цього матеріалу», тобто в мовній формі метафори. Таким чином, дослідник бачить деяке протиріччя між змістом і формою метафори, що призводить до певних труднощів при її сприйнятті.

Проблемі сутності метафори, співвідношенню її смислового змісту і форми присвячена і робота М. В. Самойлової. Так, вона зазначає: «Не применшуючи значення лінгвістичного визначення метафори як певного мовного звороту, певної жорсткої форми, доводиться, однак, визнати, що це визначення має невисоку продуктивність для розуміння генезису метафори з психологічної точки зору» [57]. «Психолога цікавить в метафорі не просто її форма, її особлива, відмінна від простого слова внутрішня побудова, але в першу чергу самі умови виникнення і функціонування метафори» [57]. Сутність метафори, на думку автора, визначається не зовнішньою будовою, оскільки вона може мати вигляд слова, виразу, тексту, символу, а взаємодією внутрішнього і зовнішнього (змісту і форми) компонентів. «По суті метафора є ситуативною, предметно або суб'єктивно пов'язаною трансформацією змісту нашої думки в мовну форму і розкриває свій потенціал там, де не діють закони спрощено-предметного «конкретного» вираження думки. У цій протидії між мовною формою і змістом думки народжується, існує і перероджується сенс метафори. Метафору можна визначити як форму, яка несе свій прихований сенс, що не відповідає її прямим значенням» [57]. Отже, метафора, що розуміється автором досить широко (від слова до тексту), визначається як виражене протиріччя між змістом образної думки і мовною формою, що склалося в свідомості носіїв мови.

Р. Гіббс [92], описуючи особливості сприйняття і розуміння метафор, зазначає, що при метафоричному орієнтуванні на перетині двох когнітивних областей в довготривалій пам'яті найбільш яскравими виявляються особливості вихідної області, що має прямий вплив на розуміння метафор. У той же час він підкреслює, що виявляються різні рівні розуміння переносних значень, оскільки

людина не завжди опирається на глибинне концептуальне знання, особливо при сприйнятті лексиколізованих метафор, хоча безсумнівно використовує його, щоб зрозуміти, чому йдеться так, а не інакше. Автор закликає не обмежуватися виключно ментальними процесами, які відбуваються в перші миті розуміння, а вивчати різні його аспекти, і стверджує, що не може бути єдиної теорії розуміння образної мови, оскільки будь-який вид образної думки дає підстави для різних типів мовних виразів.

У психолінгвістичних дослідженнях цього періоду в зв'язку з продовженням пошуку універсальної моделі розуміння багатозначних слів, в тому числі метафоричних значень, пропонуються різні класифікації вже розроблених моделей. Одні вчені (Р. Стернберг, В. Вільямс) поділяють моделі розпізнавання слів і значень на «пасивні» та «активні» [105]. Інші дослідники (М. Балота, Е. Лівлі) класифікують існуючі моделі в залежності від того, що покладено в їх основу: 1) послідовний перебір одиниць, в яких слова вилучаються з пам'яті за допомогою процесу пошуку (пошукові моделі); 2) паралельна активізація відповідних мовних одиниць, згідно з якою активізується відразу кілька можливих впізнаваних слів і їх значень (активаційні моделі); 3) поєднання обох характеристик, яке полягає в тому, що спочатку активізуються кілька впізнаваних лексичних або семантичних одиниць, а потім процес пошуку застосовується для визначення потрібної одиниці (гібридні моделі).

У деяких роботах (Дж. Кесс, Г. Сімпсон та ін.) міститься аналіз проведених досліджень в галузі розпізнавання слів і їх значень. Ці дослідники відзначають, що лексична багатозначність, включаючи метафоричні і метонімічні значення в структурі полісемії, все частіше привертає увагу психолінгвістів, однак при цьому вказують на суперечливість експериментальних даних і теоретичних висновків різних авторів. Сам Г. Сімпсон вважає, що в процесі сприйняття мовлення активізуються всі значення слова, але в різному ступені в залежності від частотності слова і від контексту, в якому воно вживається. Більш того, йому видається, що жоден

експеримент не зможе однозначно вирішити цю проблему, а постановка питання про те, чи є функціонування лексики автономним або інтерактивним, неправомірна, оскільки отримані експериментальні дані наводять на думку, що істина десь посередині. На думку вченого, основну увагу необхідно звертати на особливості контексту і на специфіку конкретних завдань, що стоять перед реципієнтом.

У роботі Н. В. Рафікової розглядається проблема впливу контексту на розуміння багатозначних слів при одночасному врахуванні «параметра частотності того чи іншого значення полісемантичного слова з поділом значень на домінантне і субординантне» [54, с. 36]. На підставі проведеного огляду моделей розуміння слів з неоднозначною семантикою вона зазначає, що питання про реальність тієї чи іншої теорії розуміння тексту багато в чому залежить від вирішення питання, чи можливий вибіркового доступ до значення слова. Дослідження в цій галузі, як вважає автор, дають суперечливі результати: в більшості випадків підтверджується реальність активації всіх значень слова на початкових етапах доступу до поля його значень, проте є і докази реальності вибіркового доступу до значення слова. Вона наочно демонструє, що методики проведення експерименту для вивчення ранніх етапів доступу до слова, які використовуються дослідниками, насправді висвічують більш пізні етапи розуміння, – саме цим обумовлені емпіричні дані, що підтримують гіпотезу вибіркового доступу до слова. Таким чином, етап одночасної активації декількох значень залишається прихованим.

В середині 1990-х рр. важливою проблемою психолінгвістичних досліджень стало розмежування метафоризації як процесів змістосприйняття і змістоутворення, а також встановлення моделі породження метафори. З психологічної точки зору процес породження мовлення полягає в тому, що особа, яка говорить, переводить за певними правилами свій мислиннєвий задум в мовленнєві одиниці конкретної мови. При цьому вона оперує смисловими одиницями, зумовленими комунікативним задумом. Внутрішнє мовлення

людини, як правило, предикативне, згорнуте і образне, лише вибір граматичної конструкції і підбір лексичних одиниць роблять думки доступними для оточуючих. Отже, породження мовлення є діяльністю людини з вербалізації образів її свідомості.

Метафоризація як утворення сенсу (породження метафори) – це ментальний процес, результат якого відображається в мові і комунікативній поведінці людини. При виникненні метафори відбувається одночасна активація областей мозку, що відповідають за наочні і абстрактні образи. Так, в роботі С. В. Агеева пропонується розроблений ним алгоритм створення нової метафори: сприйняття людиною об'єкта або явища > активізація певними мовними формами процесу пошуку асоційованих з ними певних знань або уявлень про стереотипні події та ситуації > поміщення змісту висловлювання в уже існуючу ситуативну модель > інтерпретація з урахуванням раніше набутих знань [3]. Отже, сприйняття нової інформації і метафоричне її осмислення зводиться насамперед до спроби знайти в пам'яті ситуацію, найбільш подібну до нової.

У дослідженнях О. О. Залевської показано, як евристичний потенціал метафори як засіб пізнання реалізується через взаємодію наступних процесів: впізнавання, орієнтованого на активний пошук в сприйманому новому вже відомого, зрозумілого; асоціювання, що забезпечує такий пошук і приводить до актуалізації зв'язків між продуктами переробки перцептивного, когнітивного і емоційно-оцінного досвіду; констатації факту встановленого зв'язку; опори на вивідні знання різних видів [30, с. 278]. Вона зазначає, що традиційні уявлення про те, що метафора навмисно використовується суб'єктом для створення ефекту образності, для передачі його оцінки того чи іншого об'єкта, для впливу на реципієнта і т. п., перекирили початкову предметність метафори як підстави, на якій базуються всі її образотворчі і функціональні можливості. Саме ця характеристика метафори, на думку дослідниці, забезпечує взаєморозуміння між комунікантами навіть у випадках, коли вона виступає як вкрай індивідуальний

продукт суб'єктивного сприйняття і відображення світу творчою особистістю. «Первинною є постійна мимовільна опора індивіда на його попередній досвід при сприйнятті нового і при свіжому погляді на раніше відоме, постійне прагнення перш за все ідентифікувати, зрозуміти, а вже потім закріпити в мові і передати іншим те, що в якийсь момент кинулося в очі і порушило деякі чуттєво-когнітивно-афективні враження і переживання. Зіставлення з попереднім досвідом відбувається за багатьма параметрами, однак у фокусі уваги індивіда може виявитися якась одна особливість об'єкта. Оскільки інші якості об'єкта при цьому залишаються «в тіні», створюються умови для формування своєрідного метафоричного «флюсу», подальше «роздування» якого відбувається за рахунок специфічної категоризації за зразком» [30, с. 281]. Таким чином, як справедливо зазначає автор, незважаючи на те, що процеси породження і розуміння метафори можуть не збігатися, що обумовлено індивідуальним досвідом комунікантів, сприйняття метафоричного сенсу в цілому здійснюється цілком адекватно.

Цікавими є психолінгвістичні спостереження над формуванням і використанням метафор в наукових дослідженнях (Б. Бріттон, Р. Стернберг та ін.). Так, Р. Стернберг і В. Вільямс [105] зробили детальний аналіз метафор, які застосовуються в наукових текстах при описі інтелекту людини. Підкреслюючи, що ці метафори створені в рамках тієї чи іншої теорії, автори відзначають, що при описі складного об'єкта не може бути якоїсь однієї «правильної» метафори: кожна з них акцентує увагу на певному аспекті досліджуваного об'єкта. Автори розділили використовувані в дослідженнях інтелекту метафори на три групи: 1) метафори, що ґрунтуються на внутрішньому світі індивіда і описують ментальні процеси, структури репрезентації і зміст того, чим оперує інтелект (географічні, комп'ютерні та біологічні метафори); 2) метафори, пов'язані з зовнішнім по відношенню до індивіда світом (антропологічні і соціологічні метафори); 3) метафори, що ґрунтуються на одночасному врахуванні і того, що є специфічним для внутрішнього світу, і того, що виходить від оточення людини, і по-різному поєднують різноманітні метафори. У дослідженні Б. Бріттона і А. Грессера

описуються наукові метафори, які використовуються в психології при моделюванні процесів розуміння тексту.

Широкого розповсюдження набули психолінгвістичні публікації, присвячені вивченню ролі комп'ютерної метафори в описі тих чи інших психічних процесів (Дж. Кесс (1993), М. Баумгартнер (1995), В. В. Петров (1996), Р. М. Фрумкіна (1996) , В. А. Цепцов (1996), О. О. Залевська (1999) і ін.), що обумовлено активізацією досліджень в області створення штучного інтелекту. «Комп'ютерна метафора опанувала розум психолінгвістів, спонукаючи їх аналізувати мовний / мовленнєвий механізм людини і процеси, що відбуваються в ньому, з огляду на уявлення про можливості та обмеження, специфічні для відповідних структур і процесів при визнанні аналогії між роботою мозку (як «процесора») і роботою комп'ютера з усіма наслідками, що випливають звідси. До числа типової для даного підходу термінології відносяться «переробка мови», «множинний доступ» або «селективний доступ» до слова» [31, с. 23]. Так, в роботі Дж. Кессі аналізується метафора «модульний підхід», яка використовується при описі мовного / мовленнєвого механізму людини. Як зазначає автор, в основі цієї метафори лежить аналогія між переробкою мови людиною і переробкою мови комп'ютером. В цілому потрібно зазначити, що автори подібних публікацій все частіше звертаються до ідей нейрології і до моделей пізнавальних процесів, що базуються на аналогії мозку і комп'ютера, їх пристрої і принципів роботи.

У 2000-ні р.р. психолінгвістичні дослідження метафори набули стійкої когнітивної та етнокультурної орієнтації, а метафора стала розглядатися як продукт переробки досвіду індивіда. «Усвідомлення того факту, що метафора це первинно ментальний, а не мовний феномен, все частіше ініціює звернення вчених до психолінгвістичної складової при аналізі феномена метафори, що розглядає людину, занурену в «живу стихію» мови» [32, с. 48]. Багато сучасних досліджень спрямовані на вивчення ролі метафори в мовленнєвій діяльності, її психологічних та нейропсихологічних аспектів (Р. Гіббс, Н. Вілсон (2002),

О. В. Улибіна (2006), Т. В. Ахутіна (2009) та ін.), специфіки метафори в ментальному лексиконі (О. О. Залевська (2005), О. С. Зубкова (2006, 2008, 2011) та ін.). Особливе місце в парадигмі сучасної психолінгвістики займає концепція слова як одиниці лексикону О. О. Залевської, з позиції якої слово розглядається як надбання людини, що функціонує в індивідуальному лексиконі [31, с. 29]. Це дає можливість ширше трактувати природу метафори, її знаковість і предметність. О. С. Зубкова зазначає, що «за допомогою метафор відбувається зіставлення «готових» значень при розшифруванні культурного коду і спричинених ними асоціативних уявлень, а також позамовних сутностей, що здаються несумісними на перший погляд» [32, с. 62]. О. В. Улибіна підкреслює, що «розуміння метафоричної природи створюється в процесі діяльності образу світу дозволяє говорити про комунікативний характер взаємодії особистості і культури» [71, с. 213]. Таким чином, в цих психолінгвістичних дослідженнях метафора зображається як результат метафорогенної діяльності людини, в якій відбивається його соціальний і індивідуальний досвід як представника певної етнокультури.

Індивідуальний досвід практичного володіння способами і операціями, можливими в людській спільноті при взаємодії з тими чи іншими об'єктами або явищами в принципі може бути виражений словом або словосполученням. Предметне значення втілюється в слові шляхом багаторазового вживання в подібних ситуаціях, закріплюється в найбільш типових поєднаних конструкціях. Тому метафора, як і будь-яке слово, перетворившись в стійкий вираз на підставі «порівняння непорівнюваного», відображає істотні сторони дійсності, базуючись на інваріантних відносинах між раціональним і чуттєвим [33].

Людина «пропускає» через призму свого особистого досвіду, через своє особистісне сприйняття об'єкти і явища навколишнього світу і на основі ознак цих об'єктів створює значення метафори, встановивши зв'язки між предметами дійсності, які далеко розведені в реальному світі і з'єднані в мовному.

Таким чином, психолінгвістична концепція значення дозволяє нам говорити про те, що «життя» метафори в індивідуальному лексиконі повинні визначати різного роду чинники: предметність, перцептивно-когнітивно-афективні утворення (концепти), різного роду функціональні орієнтири, які стоять за словом у індивіда [31, с. 431-432]. У руслі цієї концепції метафора розглядається як надбання індивіда, що володіє «динамічним характером». Психолінгвістичний підхід до феномену метафори дозволяє акцентувати увагу на предметності метафори, що дозволяє заглянути у свідомість індивіда. Метафора розглядається на тлі специфічних закономірностей не тільки мови, але пам'яті і мислення. Зі взаємодії чуттєвого і раціонального випливає необхідність специфічної «чуттєвої основи» значення цього мовного явища.

Т. В. Чернігівська, Т. В. Ахутіна у своїх дослідженнях показали, що в процесі розуміння образних мовних одиниць (в тому числі і метафор) набагато більшу роль відіграє права півкуля мозку, ніж ліва [75; 15]. Згідно з концепцією А. Р. Лурія про системну динамічну локалізацію вищих психічних функцій [45], права півкуля підтримує дифузну семантичну активацію семантичного поля, що включає далекі і незвичайні семантичні зв'язки, вторинні значення слів. Вищевказані семантичні поля забезпечують інтерпретацію, багату на двозначності, що важливо при знаходженні смислового зв'язку далеких за значенням слів і при розумінні метафор. Розуміння починається зі слів, але його результатом є модель ментальної репрезентації того, хто говорить, до якої входять вербальні і невербальні складові.

Цікавий експеримент з верифікації твердження про підсвідомий характер базових концептуальних метафор провели Р. Гіббс і Н. Вілсон [93]. Основні сумніви у психолінгвістів виникали з приводу того, чи супроводжується актуалізація стертих метафор активними операціями над концептуальними доменами і чи не є подібні метафори своєрідними кліше, які пасивно засвоюються носіями мови. В ході експерименту було встановлені кореляції між моторикою випробовуваних і вживанням антропоморфних метафор. При цьому

кореляції варіювалися в залежності від національності випробовуваних (в експерименті брали участь носії різних мов). В ході дослідження автори дійшли до висновків, які підтверджують взаємовплив між активацією відповідають за моторику ділянок головного мозку і лінгвістичними висловлюваннями, пов'язаними з фізичним досвідом взаємодії з навколишнім світом.

Т. Белт [81], ґрунтуючись на результатах чотирьох спеціальних експериментів, продемонстрував, що метафори переконливі тільки у взаємодії з тими чи іншими характеристиками аудиторії – розстановкою пріоритетів в системі соціальних цінностей адресатів комунікації, а також індивідуальним емоційним ставленням до метафоричного виразу.

У дослідженні В. Харді [95] наводяться результати експерименту з перевірки твердження про залежності метафоризації як процесу змістоутворення та змістосприйняття від особливостей концептуалізації світу, прийнятої в певній соціокультурній спільноті. Він провів анкетування пересічних громадян з приводу їх ставлення до запропонованого законопроекту про встановлення англійської мови як єдиної офіційної мови. Отримані дані свідчили про те, що реакція не носіїв мови (іспаномовного населення) відобразилась у метафорах війни, водних потоків і т. п. Це дослідження дозволило автору показати важливу роль метафори в осмисленні соціально-політичних проблем пересічними громадянами і разом з тим продемонструвало, що метафоричне уявлення звичайних людей про дійсність багато в чому збігається з картиною світу, яку пропонують ЗМІ. З іншого боку, такий збіг, як вважає дослідник, може служити підтвердженням того, що метафори ЗМІ формують картину світу пересічних громадян. В цілому ж механізм цього збігу можна пояснити і тим, що творці соціально-політичних текстів є членами певного соціокультурного співтовариства і відповідно відображають у метафорах картину світу, яка традиційно склалася в ньому. Необхідно зазначити, що питання про методику опису метафоризації як процесів змістоутворення та змістосприйняття залишається відкритим.

Висновки до розділу 1

Мова виступає засобом відображення реального світу в світ ідей, відповідно, в її елементах поєднується інтелектуальна та оцінна форми пізнання світу, а оцінність в пізнанні відповідає оцінності в мові.

При аналізі теоретичної літератури було визначено, що оцінка вважається універсальною категорією, яка може виражати як позитивне, так і негативне ставлення мовця. Було встановлено, що до складу структури оцінки відносяться такі компоненти як суб'єкт оцінки, об'єкт оцінки, власне оцінка, предмет оцінки, оцінна шкала, оцінний стереотип, підґрунтя оцінки. Окрім того, оцінка у більшості випадків залежить від контексту та від рівня матеріальної та духовної культури суспільства та конкретної особи.

Беззаперечним фактом є те, що метафора несе в собі глибоке оцінне значення. Завдяки дослідженням метафор доведено, що вона у більшості випадків визначається як порівняння і може служити для відображення емоцій, викликати потрібну реакцію та враження у слухача.

Відзначимо, що метафора є однією з найважливіших складових лексичної системи мови, адже вона допомагає сформувати мовну картину світу, об'єднати різноманітні поняття в єдину картину.

В ході дослідження було виявлено, що в основі метафоричного перенесення можуть знаходитися як стереотипні ознаки, так і суб'єктивні ознаки, що відображають індивідуальні особливості сприйняття автора, його культурний і соціальний досвід. Таким чином можна підсумувати, що метафори за своєю природою є адаптивними, інакше кажучи вони в змозі пристосуватися до свого нового лінгвістичного оточення.

Стосовно особливостей метафоричних позначень людини в мові, то у цьому випадку слід говорити про антропоцентричне найменування (людина в середині світу), та про оцінку (адже метафора завжди несе в собі оцінку).

У роботі також було становлено, що метафору також вивчають з погляду когнітивної лінгвістики. З цієї точки зору вона є способом пізнання і пояснення світу. Навіть процеси мислення у людини метафоричні.

Після проведеного аналізу теоретичних джерел було з'ясовано, що метафоричні найменування носять змінене значення слова. Розрізняють три види зміни значення слова:

- 1) Розширення значення '*Bedeutungserweiterung*'
- 2) Звуження значення '*Bedeutungsverengung*'
- 3) Перенесення значення '*Übertragung der Bedeutung*'

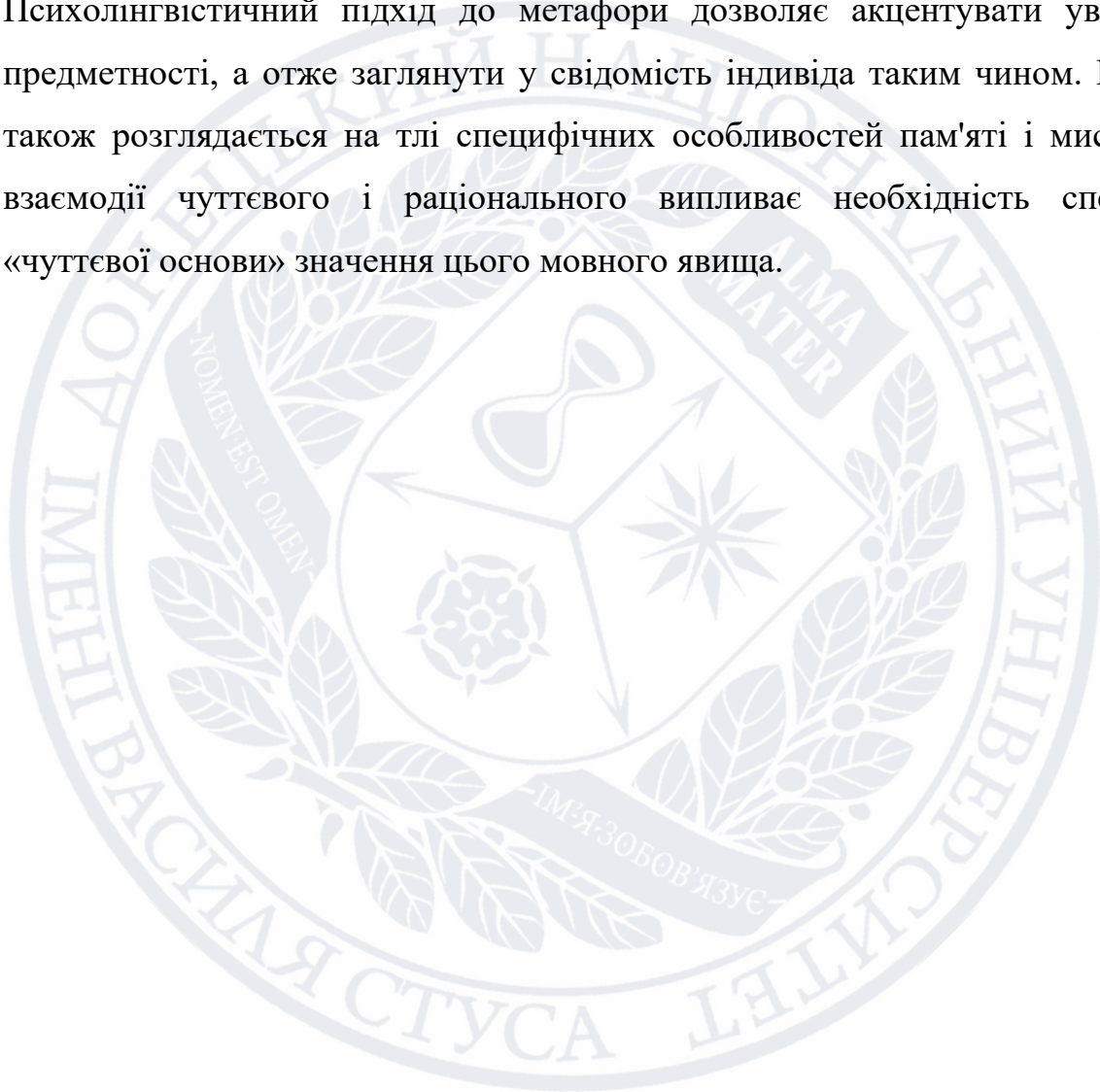
З психолінгвістичної точки зору проведений аналіз психолінгвістичних досліджень метафори на межі XX-XXI ст., які набули когнітивної і етнокультурної специфіки, свідчить про їх орієнтацію на успішне вирішення питань про сутність метафори, утворення і сприйняття метафоричного сенсу, створення моделей породження і розуміння метафори, її ролі в комунікативній діяльності людини.

Завдяки тому, що за останні десятиріччя кордони вивчення метафори значно розширилися у зв'язку з усвідомленням цього феномену як ментально-вербального конструкту і метафоризації як взаємопов'язаних процесів породження і сприйняття образного сенсу, з'явилася значна кількість психолінгвістичних досліджень, присвячених цій проблемі (М. Балота, Т. Белт, В. Бріттон, Р. Гіббс, Р. Стернберг, В. Вільямс, В. Харді, К. І. Алексєєв, А. А. Залевська, Н. В. Рафікова, М. В. Самойлова та ін.), що вимагає наукового осмислення досягнень в розвитку психолінгвістичної теорії метафори.

Вартими уваги є психолінгвістичні спостереження над формуванням і використанням метафор в наукових дослідженнях (Б. Бріттон, Р. Стернберг та ін.). Такі науковці як Р. Стернберг і В. Вільямс зробили детальний аналіз метафор, які застосовуються в наукових текстах при описі інтелекту людини. Підкреслюючи, що ці метафори створені в рамках тієї чи іншої теорії, автори відзначають, що при описі складного об'єкта не може бути якоїсь однієї

«правильної» метафори: кожна з них акцентує увагу на певному аспекті досліджуваного об'єкта. Тобто одна й та ж метафора може вживатись у різних випадках залежно від контексту та наміру мовця показати те чи інше ставлення

З точки зору психолінгвістичної концепції слід зауважити, що метафора вважається надбанням індивіда та володіє «динамічним характером». Психолінгвістичний підхід до метафори дозволяє акцентувати увагу на її предметності, а отже заглянути у свідомість індивіда таким чином. Метафора також розглядається на тлі специфічних особливостей пам'яті і мислення. Зі взаємодії чуттєвого і раціонального випливає необхідність специфічної «чуттєвої основи» значення цього мовного явища.



РОЗДІЛ 2

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ОЦІННИХ МЕТАФОРИЧНИХ ПОЗНАЧЕНЬ РИС ХАРАКТЕРУ ЛЮДИНИ

2.1 Класифікація метафоричних позначень

В галузі лінгвістики існує кілька підходів до питання про класифікацію метафор. Цим питанням займались Н. Д. Арутюнової, В. Г. Гака, Ю. І. Левіна, В. П. Москвіна та багато інших дослідників. Різні дослідники класифікували їх в певні типи, розробляли підходи і критерії, відповідно до яких розподіляли потім метафори за різними класами. Метафора – це складне лінгвістичне явище, що має низку структурних особливостей і специфічних рис змістової наповненості, а також яке виконує в мові певні функції. Але, як зауважив В. П. Москвін, «зводу параметрів, за якими може здійснюватися класифікація метафор, ми досі не маємо. Тому систематизація, а в цілому ряді випадків – і виявлення таких параметрів, тобто класифікація метафор з лінгвістичної точки зору, є дійсно невідкладними завданнями науки про мову» [47].

На думку дослідників, В. П. Москвін запропонував найбільш повну класифікацію метафор. Він успішно займався структурною, семантичною та функціональною класифікаціями метафор. За результатами досліджень ним було виявлено, що система параметрів класифікації метафоричних найменувань визначається такими умовами:

- своєрідність планів змісту та вираження;
- сильна залежність від контексту;
- функціональна специфіка метафоричного знаку [47, с. 112].

Відповідно до одного з напрямків семантичної класифікації метафори можна групувати за тематичною приналежністю допоміжного суб'єкта (іншими словами – відповідно до тематичного співвіднесення порівняння, що закладене в їхній основі). При цьому характер основного суб'єкта не береться до уваги.

Слід також звернути увагу на таке поняття як мотиваційна система. Це відкритий ряд різнорідних за значенням переносних найменувань, внутрішні форми яких відносяться до однієї тематичної сфери. У такі системи можна згрупувати метафори, в основі яких лежить порівняння з риболовлею, театром, також метафори медичні, військові, фінансові, політичні і т. д.:

- *Анімалістична* (або зооморфна) метафора (від лат. animal – «тварина») заснована на порівнянні з твариною. Таке порівняння може реалізовуватись способами словотвору, в результаті цього процесу з'являються авторські неологізми.

- *Антропоморфна* (або антропоцентрична) метафора (від грец. antropos – «людина» і morphe – «форма») передбачає порівняння предметів, рослин, тварин з людиною.

- *Просторова* метафора утворюється на аналогії з будь-яким виміром простору, з яким також можна порівняти час.

У випадку, якщо ми будемо класифікувати метафори беручи до уваги особливості форми, то це буде формальна або структурна класифікація метафор.

За рівневою приналежністю одиниці, які виступають носіями метафоричного образу можна виділити такі:

- словесні метафори;
- фразові метафори;
- текстові метафори.

Згідно Т. М. Матвєєвої, метафори можуть поділятися на класи в залежності від частин мови, на основі яких вони розвиваються. Вона виокремлює наступні типи:

- метафора іменна (субстантивна);
- метафора дієслівна;
- метафора ад'єктивна.

Т. М. Матвєєва стверджує, що найпоширенішим структурним типом метафори вважається генитивная метафора, яка є різновидом іменної. Цей клас є поєднанням двох іменників, в якому власне метафора зафіксована в головному слові, а залежне слово в родовому відмінку створює контекст, що дозволяє розшифрувати образ. Контекст дієслівної метафори створюється за допомогою співвіднесеного з ним іменника. Ад'єктивна метафора є, по суті, метафоричним епітетом [46, с. 58].

За кількістю одиниць-носіїв метафоричного образу метафори поділяються на:

- проста, план вираження якої представляється лише однією одиницею;
- розгорнута, носієм образу якої є декілька асоціативно пов'язаних лексичних одиниць [47, с. 135-136].

Як вважає В. Г. Гак, формальний аспект метафори виникає на рівні морфології (словотвору) і синтаксису (словосполучень). З цього стає очевидно, що метафора має безпосередній зв'язок з пізнавальною діяльністю індивіда. Результати цього пізнання світу відображаються в словах, словосполученнях. Люди в процесі спілкування висловлюють один одному свою думку не тільки за допомогою окремих звуків або звукосполучень, а й за допомогою слів, словосполучень, речень. Тобто, процес утворення метафор розпочинається на рівні слова, а далі переходить на рівень словосполучень та речень [25].

Якщо метафора розглядається в телеологічному аспекті (від грец. *telos* – «мета») то мова йде про класифікацію за метою, з якою вони використовуються в мові, тобто за функціональними особливостями. Загальновідомими є такі типи метафор:

- *номінативна* (використовується для найменування нових понять і явищ);
- *оціночна* (найчастіше вживання можна спостерігати при оцінюванні людських рис характеру або зовнішності);

- *декоративна* (служить засобом естетичного відображення дійсності і забарвлення мовлення);
- *пояснювальна* (педагогічна, дидактична) [47, с. 157].

Погляди вчених на функціональні можливості метафори різні. Фахівці, наприклад, В. К. Харченко, називають до п'ятнадцяти її функцій.

Наука про мову потребує систематизації мовних засобів вираження метафори. Можна вважати, що певні параметри класифікації виявляються в залежності від ярусу мови, до якого належить метафора.

І. В. Арнольд стверджує, що метафора чи порівняння, тобто окремі випадки вираження образності, можливі на різних рівнях.

Необхідно зауважити, що В. Н. Телія стверджує, що безсумнівно процес метафоризації займе в теорії мови ще більш помітне місце, ніж словотвір, оскільки метафора когнітивно обробляє не тільки номінативні одиниці мови – слова і словосполучення, а також будь-які осмислені відрізки тексту – починаючи від висловлювання і закінчуючи цілим текстом [66, с. 32].

Фактори, які впливають на класифікацію метафор визначаються своєрідним значенням змісту, залежністю від контексту і функціональною специфікою метафори, а також рівневим співвідношенням цих одиниць за ярусами мови. Аналіз метафор може проводитися не тільки за якимсь одним, а й за комбінаціями параметрів різного виду.

Не викликає сумніву той факт, що «it is possible to classify metaphors in a variety of ways. These include classifications according to the conventionality, function, nature, and level of generality of metaphor. A major way in which metaphors can be classified is their degree of conventionality. In other words, we can ask how well worn or how deeply entrenched a metaphor is in everyday use by ordinary people for everyday purposes» (Існує безліч способів класифікування метафор. До них відносяться класифікації за традиційністю, за функціями, за природою і застосуванням метафори. Основним способом розподілу метафор на класи є поділ за ступенем традиційності. Іншими словами, ми ставимо запитання,

наскільки часто метафора вживається звичайними людьми в повсякденній мові для вирішення щоденних проблем і в якій мірі вона вкоренилася в мові) [99, с. 29].

Не беручи до уваги поетичну спрямованість метафори в художньому тексті і звернувшись до мовних функцій метафор, Н. Д. Арутюнова виділила наступні типи метафор:

- номінативна метафора (передбачає заміну одного дескриптивного значення іншим, служить джерелом омонімії);
- образна метафора (з'являється в результаті переходу ідентифікуючого (дескриптивного) значення в предикативне, сприяє розвитку синонімічних засобів мови);
- когнітивна метафора (виникає внаслідок зсуву в сполучуваності признакових слів (внаслідок перенесення значення), створює полісемію);
- генералізуюча метафора - кінцевий результат когнітивної метафори (стирає в лексичному значенні слова межі між логічними порядками і стимулює виникнення логічної полісемії) [12, с. 79].

Необхідно відзначити, що Н. Д. Арутюнова, окрім вищезгаданої, запропонувала ще одну класифікацію метафор. Підставою для розподілу метафор на класи став спосіб впливу на адресата. Відповідно до цієї теорії, метафори поділяються на епіфори і діафори. Вчені вважають, що епіфори властива експресивна функція, іншими словами вони впливають на уяву. Що стосується діафори, то даному типу властива сугестивна функція, тобто посилення, спрямованість до інтуїції. «При когнітивній функції метафори поділяються на другорядні (побічні) і базисні (ключові). Перші визначають уявлення про конкретний об'єкт або часткової категорії об'єктів, другі (це завжди діафори) визначають спосіб мислення про світ (картину світу) або його фундаментальні частини» [12, с. 296].

У словнику О. С. Ахманової наведені такі види метафор:

- метафора послідовна (розширена, стійка), що складається із низки внутрішньо пов'язаних метафор, які взаємно один одного доповнюють;
- метафора поетична, що входить до числа експресивних засобів поетичного твору, і яка виступає як складна різнопланова семантична структура;
- метафора лексична (мертва, скам'яніла, звична, стерта), що стала частиною повсякденної мови, її первинне значення більше не сприймається [14, с. 236].

Крім вищенаведених типів, Девід Пантер виділяє ще один клас метафор: «an amalgamated metaphor is a metaphor which mixes different realms of discourse, sometimes accidentally, at other times for comic effect» (змішана метафора - це метафора, яка об'єднує різні галузі (сфери) дискурсу, іноді випадково, а іноді для створення комічного ефекту) [103, с. 146].

У сучасній лінгвістиці існує тенденція розділяти метафори на наступні класи: «Metaphors can be conceptual and linguistic. Conceptual metaphors involve two concepts and have the form A is B, where concept A is understood in terms of concept B. Linguistic metaphors, or metaphorical linguistic expressions, are linguistic manifestations of conceptual metaphors» (Метафори можуть бути концептуальними та лінгвістичними. Концептуальні метафори включають в себе два поняття, мають структуру А - це Б, в рамках якої поняття А виражено за допомогою поняття Б. Лінгвістичні метафори або метафоричні лінгвістичні вирази - це мовний прояв концептуальних метафор) [99, с. 39].

Джордж Лакофф та Марк Джонсон, вивчивши різні концепти, виділили метафори наступних типів:

- «orientational metaphors primarily relating to spatial organization» (орієнтаційні метафори, що в першу чергу відносяться до організації простору);
- «ontological metaphors which associate activities, emotions and ideas with entities and substances (most obviously, metaphors involving personification)» (онтологічні метафори, які є асоціаціями діяльності, емоцій та ідей з організмами і речовинами – більшість включають персоніфікацію);

- «structural metaphors» (структурні метафори) [100].

Говорячи про орієнтаційні метафори, лінгвісти звертають увагу на їхню фіксованість в нашому культурному досвіді. Такі метафори не формуються довільним чином. Метафора може слугувати засобом розуміння концепту тільки завдяки своїй емпіричній природі. Крім цього, в деяких випадках просторові відносини виявляються настільки важливою частиною концепту, що важко уявити собі якусь іншу метафору, яка могла б його структурувати.

«Подібно до того, як досвід просторової орієнтації людини породжує орієнтаційні метафори, досвід поводження з матеріальними об'єктами (особливо з нашим власним тілом) створює основу для виключно широкої різноманітності онтологічних метафор, тобто способів сприйняття подій, діяльності, емоцій, ідей і т.п., як матеріальних сутностей» [100].

«Витоки структурних метафор, так само як орієнтаційних та онтологічних, знаходяться в систематичних кореляціях між явищами, фіксованими в нашому досвіді» [100].

Займаючись вивченням питання про реалізацію структурних метафор, лінгвісти виділяють різні рівні їх існування в суспільній свідомості, «виходячи з того, що знаходить реалізацію в суспільній практиці: дискурсивний рівень метафор або їхні наслідки, які мають вигляд немовленнєвих дій» [44, с. 11]. Перший рівень реалізації включає випадки ототожнення сфери-цілі і сфери-джерела. Наприклад, політична боротьба або конкуренція в бізнесі сприймається як справжня війна і використання військових термінів у вищезазначених сферах веде до тих самих наслідків та дій, як і їхнє використання на фронті. Другий рівень реалізації передбачає уподібнення, а не ототожнення двох сфер. Це дискурсивний рівень існування метафор, їх використання в сфері-цілі не призводить до дій, типових для сфери-джерела. «Третім рівнем існування структурної метафори є вживання обумовлених нею номінацій як практично клішованих, що втратили свою метафоричність позначень ситуацій дійсності»

[44, с. 14]. Це рівень стертих метафор, вони присутні в нашій мові незалежно від теми розмови.

Вивчаючи різні класифікації метафори, слід згадати такий її різновид, як метонімія. Відповідно до словника лінгвістичних термінів Т. В. Матвєєвої, метонімія - це «троп, що полягає в переносному вживанні слова на основі суміжності явищ, що зіставляються» [46, с. 209]. Оскільки дефініції понять «метафора» і «метонімія» практично ідентичні, необхідно звернути увагу на відмінні риси цих термінів.

Звернувши увагу на функції, які дані поняття виконують в реченні, можна відзначити, що метонімія тяжіє до позиції суб'єкта, вона не може бути використана в предикаті, в той час як метафора, навпаки, у своїй первинній функції міцно пов'язана з позицією предиката. Подібний розподіл синтаксичних функцій пов'язаний з природою розглянутих термінів. «Метонімія звертає увагу на індивідуалізуючу межу, дозволяючи адресатові мовлення ідентифікувати об'єкт, виділити його зі сфери спостережуваного, відрізнити від інших предметів, що також присутні разом із ним, натомість метафора дає сутнісну характеристику об'єкта» [12, с. 28].

Іншою відмінністю метафори від метонімії є закономірності семантичної сполучуваності. Відомо, що метонімія виконує ідентифікаційну функцію, іншими словами, характеризує ціле за специфічною для нього частиною. Опираючись на це твердження, розумно та логічно вважати, що вона отримує визначення, які відносяться до цієї деталі, а не до цілого. Що стосується метафор, то вони прагнуть до семантичного розгортання, саме ця їхня властивість пояснює образність текстів, наповнених цим образотворчим засобом [12, с. 88].

В галузі лінгвістики існує безліч класифікацій метафори. Очевидно, що це пов'язано з частотністю вживання цього тропу в різних видах текстів та в повсякденному житті. Варто підкреслити, що представлені класифікації не суперечать, а доповнюють одна одну, сприяючи розкриттю особливостей поняття «метафора».

2.2 Функціональні та лексико-семантичні особливості метафоричних позначень рис характеру людини в українській та німецькій мовах

Метафору довгий час розглядали, перш за все, як засіб створення образності, стилістичний прийом, спосіб прикраси мови, як мовну форму. Аристотель визначає метафору як незвичайне ім'я, перенесене з роду на вид або з виду на вид або внаслідок подібності та аналогії [7]. З часів Аристотеля існував традиційний погляд на метафору як на спрощене порівняння. Пізніше стала популярною теорія метафори як заміщення, яка передбачала реалізацію метафори в слові, ізольованому в контексті шляхом використання переносного значення і в підстановці прямого терміну [27].

Метафора вже давно вийшла за рамки традиційного сприйняття як слова або виразу, яке використовується в переносному значенні. Сучасному розумінню метафори як виразного мовного засобу і процесу, в результаті якого виникають нові поняття та значення сприяв цілий ряд нових напрямів дослідження мовних явищ і одним з таких напрямів є функціональний підхід.

Функціональний підхід до аналізу мовних одиниць вважають результатом багатовікової колективної етнічної свідомості [37]. Відповідно до функціонального напрямку, метафору вважають особливим засобом, який використовують для того, щоб виявити характеристики одних об'єктів крізь призму інших [90]. У цьому сенсі функціональна теорія тісно пов'язана з когнітивною теорією метафори. Існує цілий ряд суміжних з функціональним напрямом досліджень: функціональне і когнітивне [85], функціонально-семантичне [21], семантико-когнітивне [28; 48], які припускають можливість подвійного вивчення будь-якого лінгвістичного явища і метафори, зокрема: в аспекті семасіології або в аспекті ономасіології або когнітивної лінгвістики.

За функціональними характеристиками метафори бувають таких типів:

1) Номінативна метафора, яка використовується для позначення об'єкта, що не має власного найменування. Даний вид метафор існує лише в момент

номінації. Здійснивши функцію номінації, вона втрачає внутрішню форму і «згасає». Така метафора широко використовується у сфері термінотворення в різних підмовах науки і техніки.

2) Декоративна (художня) метафора. Слугує засобом прикраси мови, основною сферою її вживання є художня мова.

3) Пояснювальна (педагогічна, дидактична) метафора. Характерна для наукової мови.

4) Оціночна метафора. Характерна для газетних і розмовних метафор. Експресивна метафора в публіцистиці покликана, перш за все, створювати емоційно-оцінний ефект. Метафоричні моделі публіцистики створюються переважно для того, щоб перенести оціночне ставлення від поняття-джерела до метафоричного значення. Вони також виконують маніпулятивну функцію, зокрема, в політичному дискурсі, де вони допомагають визначити ставлення до тієї чи іншої події, створюють певне уявлення про дійсність, необхідне політичному діячеві, яке часто спотворює об'єктивний стан речей, наприклад, намагаючись виправдати війну в Іраку, як зазначає Дж. Лакофф [100]. Саме цей тип метафори розглядається у нашому дослідженні.

На відміну від номінативної метафори, декоративна, оціночна, пояснювальна метафори довго зберігають образність, оскільки вони, по суті, створюються заради внутрішньої форми, яка в метафорах цього типу має певне функціональне навантаження. Внутрішня форма номінативної метафори такого навантаження не має і тому відразу ж відходить на другий план та забувається.

Щодо семантики, то це один з аспектів дослідження мови, який виділяє ставлення мовних одиниць до позначень, предметів, процесів та ін. На думку Н. Д. Арутюнової, в основі семантичних процесів лежить акт метафоричної творчості [10, с. 374-375].

Н. А. Тураніна гадає, що семантика метафори залежить від комунікативної ситуації і контексту. Лише у складі контексту зникає невизначеність метафори. Контекст це мінімальний об'єм тексту, який потрібен для розуміння змісту

метафори. У нашій роботі метафори розглядатимуться на конкретних, одиничних прикладах [69].

На основі лексичного матеріалу оцінних метафор на позначення рис характеру людини можна встановити взаємозв'язок між експресивністю і оцінюванням. Їх можна розділити на семантичні підгрупи з позитивним, негативним та змішаним значеннями:

1) Одиниці з позитивним оціночним значенням, наприклад: *der Glückspilz* 'щасливчик', *die Leuchte* 'голова', *der Spaßmacher* 'жартівник', *ein gutes Tier* 'добряк', *der Könnner* 'майстер', *der Löwe* 'лев', *die Schmusekatze* 'душка'.

2) Одиниці з негативним (пейоративність) оціночним значенням, складають більшу групу. Наприклад: *der Bärenhäuter* 'лежебок', *der Geizhals* 'скнара', *der Lausebengel* 'нероба', *der Miesepeter* 'буркотун', *der Plappermaul* 'торгаш', *der Schelm* 'халамидник', *der Töffel* 'роззява'.

2) Одиниці зі змішаним оціночним значенням, наприклад: *der Grünling* 'зеленець', *der Märchenonkel* 'вигадник', *der Heuschrecke* 'акула', *der Habenichts* 'бідак'.

Таблиця 2.1

**Конотація метафоричних одиниць
рис характеру людини у німецькій та українській мовах**

	Абсолютна кількість лексичних одиниць	Відносна кількість лексичних одиниць (%)
Негативна конотація	258	83,7
Позитивна конотація	32	10,4
Змішана конотація	18	5,8
	308	100

З наведеної вище таблиці очевидно, що найбільшим блоком є група слів з негативною конотацією. Це пов'язано з позамовними факторами, людина

спочатку сприймає негативні якості іншої людини, вважаючи при цьому, що позитивні її якості не настільки важливі. Ці одиниці несуть при собі велике експресивне навантаження. Їх завдання висловлювати ставлення до адресанта, а не називати його. Блок слів з позитивним характером налічує набагато меншу кількість лексем (32). У мові застосування позитивних метафоричних одиниць використовується скоріше для позначення самої людини, її характеру, виду діяльності, ніж для вираження ставлення мовця до нього. Слід відзначити той факт, що кордон між позитивним і негативним значенням не завжди є чітко вираженим, тому й формується група метафор зі змішаною конотацією.

Для вираження ставлення до якогось предмета у мові використовується конотація, яка має декілька видів. Тут ми зупинимося на метафоричних позначеннях рис характеру людини в німецькій та українській мовах з позитивною конотацією. Як вже було зазначено вище, у порівнянні з іншими характеристиками слова, негативна конотація переважає.

У мові застосування позитивних метафоричних одиниць використовується скоріше для позначення самої людини, її характеру, виду діяльності, ніж для вираження ставлення мовця до нього.

Таким чином, нами були виділені 308 лексичних одиниць в українській та знайдено відповідні еквіваленти у німецькій мовах, які є оцінними метафоричними позначеннями рис характеру людини. З 308 лексичних одиниць позитивну конотацію має лише 32 слова (наприклад: *das Lamm* 'добряк'; *das Engelchen* 'ангеляточко'; *der Wohltäter* 'милостивець'). Слід зазначити, що розподіл деяких лексичних одиниць на групи: позитивні і негативні іноді викликає труднощі, тому що одне і те ж слово може виступати в різних контекстах і таким чином трактуватися як з позитивної, так і з негативної точки зору, тому формується група змішаного типу (наприклад: *der Alleinunterhalter* 'вумівник'; *der Knurrkater* 'воркотун'; *armes Luder* 'гопонеха').

Дослідження показує, що людина використовує позитивні метафоричні позначення значно рідше. Це пояснюється психологічною стороною людської

особистості, тому що в першу чергу помічаються недоліки. Таким чином, можна говорити про те, що людина для метафоричного позначення рис характеру іншого об'єкта часто висловлює необ'єктивну думку і рідко вихваляє позитивні якості іншого.

Що стосується негативної конотації, то її наявність у системі метафоричних позначень пояснюється тим, що людині властиві як позитивні, так і негативні якості характеру.

Можна спостерігати, що негативна (пейоративна) оцінка в метафоричному позначенні рис характеру людини домінує. Ці слова численні і різноманітні. Як видно з наведених вище прикладів у негативній ролі виступають слова різних тематичних блоків. Це може бути і поведінка, діяльність, і комунікативні ознаки, і найменування самої людини. Характер негативної оцінки залежить в першу чергу від того, як традиційно бачиться об'єкт, які ознаки він має і за яким критерієм його назву перенесено на людину в негативній формі.

Слід зазначити, що виходячи з нашого дослідження не всі метафори мають у собі чітку оцінку. Інколи встановити негативну або позитивну конотацію метафори без контексту важко. Нами ці лексичні одиниці були визначені в категорію метафор зі змішаним значенням, оскільки їхнє значення може змінюватися.

Необхідно також приділити увагу тематичними групами позначень, які послужили надалі засобом перенесення. Були виділені наступні тематичні блоки:

- 1) Комунікативні ознаки: *der Brummbär* 'буркотун', *die Giftkröte* 'пліткарка', *die Labertasche* 'базика', *der Schnackmeister* 'говорун';
- 2) Поведінка: *der Geizhals* 'скнара', *der Möchtegern* 'вискочка', *der Schelm* 'нустун', *der Splitterrichter* 'пучена';
- 3) Діяльність: *der Plappermaul* 'моргау', *der Mauschler* 'махінатор', *der Faulenzer* 'ледар', *der Geschäftmacher* 'гешефтмахер (шахрай)';
- 4) Розумові здібності: *der Allesbesserwisser* 'всезнайко', *der Dummkopf* 'йолон', *der Mondkalb* 'легейда', *der Holzbacke* 'бовдур';

5) Зовнішня характеристика: *der Geck* 'франт', *der Lumpenmann* 'опудало', *der Schmutzfink* 'нечепура', *der Zobel* 'невмивака';

6) Інше: *der Bonz* 'цабе', *armes Luder* 'горонаха', *der Glückspilz* 'везунчик', *der Stern* 'зірка'.

Таблиця 2.2

**Тематична класифікація метафоричних позначень
рис характеру людини у німецькій та українській мовах**

Тематичний блок	Абсолютна кількість лексичних одиниць	Відносна кількість лексичних одиниць (%)
Поведінка	148	48
Діяльність	44	14,2
Зовнішня характеристика	42	13,6
Комунікативні ознаки	32	10,3
Розумові здібності	21	6,8
Інше	21	6,8
	308	100

Отже, метафоричні позначення рис характеру людини з семантичним компонентом «Поведінка», що налічують 148 метафоричних позначень, становить приблизно 48 % всієї вибірки, є найчисельнішою групою. Необхідно виділити наступні групи, які доволі сильно поступаються попередній. «Діяльність» - 44, близько 14,2 %, «Зовнішня характеристика» - 42 одиниць, що складає 13,6 %, «Комунікативні ознаки» - 32, близько 10,3 %, «Розумові здібності» - 21 одиниця або 6,8 % всієї вибірки. Група «Інше» (21 одиниць, 6,8 %), включає в себе одиниці, що не відносяться ні до однієї із запропонованих груп.

Таким чином, можна констатувати той факт, що при оцінці характеру людини, звертають увагу не тільки на риси характеру, а на специфічні ознаки її дій, де такі якості характеру повинні переважати; на розумові здібності, комунікативні ознаки, а також на зовнішні характеристики, які в більшості випадків дуже яскраво виражені.

Досить цікавою тематичною групою є група «Діяльність». Види діяльності людини різноманітні і специфічні. Під самою діяльністю розуміють активність людини, яка повинна бути спрямована на виробництво або зміну чого-небудь. Слід зазначити, що сама діяльність походить з ряду вчинків або актів, які спрямовані на певну мету. Залежно до самої мети і вчинків виділяють різноманітні види діяльності.

Цікавим є той факт, що у німецькій мові завжди приділялася увага ні стільки сфері діяльності, скільки самому діячу, тому в мові можна виділити групу слів, які пов'язують людину з будь-якою діяльністю (не завжди професійно) і тим самим називаючи його діячем у цій галузі. В німецькій мові існує величезний ряд таких найменувань, відмінною рисою яких є композита (складне слово, яке складається з двох складових) і суфікс *-er*, який служить для позначення самого діяча.

У проведеному нами дослідженні можна встановити наступне. З 44 лексичних одиниць групи «Діяльність» жодна не носить в собі позитивну конотацію, у всіх випадках мова йде лише про негативну конотацію (наприклад: *der Krämer* 'торбохват (шахрай)'; *der Faulenzer* 'ледар'; *der Landstreicher* 'зайдисвіт (волоцюга)').

Як показав вищенаведений аналіз, найчисельнішою тематичною групою є група «Поведінка», а отже можна підсумувати, що людина, яка дає оцінку тому іншій особі, в першу чергу звертає увагу саме на манеру поведінки і відповідно формує свою критичну думку, можливо, не завжди об'єктивну.

2.3 Структурні особливості метафоричних позначень рис характеру людини у німецькій мові

У цьому розділі ми переходимо до розгляду структурних особливостей метафор на позначення рис характеру людини у німецькій мові.

Для вивчення структурних особливостей для початку слід дати визначення терміну «морфологія». Морфологія – це розділ мовознавства, що вивчає

різноманітні аспекти будови слова з погляду залежності від його значення складових його морфем. Основним предметом морфології є дослідження системи морфологічних протиставлень, властивих даній мові, тобто системи її граматичних категорій і способів їх вираження, включаючи вчення про формоутворення. Для того, щоб зрозуміти як саме утворилися оцінні метафоричні позначення зібрані для цієї наукової роботи.

Як відомо, морфологічна деривація включає в себе особливості утворення нових слів шляхом приєднання до основи афікса (суфікс, префікс). У нашому дослідженні слід детальніше розглянути, які способи словотвору існують у сучасній лінгвістиці.

Отже, до словотвору відносяться:

- словоскладання / утворення складних слів (Zusammensetzung / Komposition);
- утворення похідних слів (Ableitung / Derivation);
- утворення складнопохідних слів (Zusammenbildung);
- утворення складноскорочених слів (Kurzwortbildung / Abkürzung);
- конверсія / перехід в іншу частину мови (Konversion / Wortartwechsel).

М. Д. Степанова, і І. І. Чернишова в роботі «Лексикология современного немецкого языка» розрізняють такі способи словотвору:

- 1) афіксальний –словотвір (префіксація і суфіксація);
- 2) словоскладання;
- 3) утворення складнопохідних слів (зрощень);
- 4) утворення складноскорочених і зрізаних слів.

У дослідженні ми візьмемо за основу саме цю класифікацію.

Словотвір дуже тісно стикається і з морфологією, і з синтаксисом. Одночасно він має і ряд специфічних рис, які відрізняють його в цілому від інших розділів лексикології та граматики [64, с. 64].

У ході дослідження було встановлено, що серед метафор, які позначають характер людини, нами виділена група, у якій переважає спосіб словоскладання,

наприклад: *der Schmutzfink* 'нечупара', *der Holzkopf* 'дурень', *der Pechvogel* 'невдаха'. Суттєвим моментом є наявність у складних словах двох або декількох коренів.

Наступна група утворюється шляхом суфіксації і префіксації.

1. Суфікс *-e*, де основа представлена інфінітивом – 2 лексичні одиниці. Наприклад: *die Leuchte* 'голова, світило';

2. Суфікс *-er*, де основа представлена дієслівною основою – 9 лексичних одиниць. Наприклад: *der Betrüger* 'брехун';

3. Суфікс *-ler*, який позначає представників будь-якої діяльності, і підкреслює певні якості – 13 лексичних одиниць. Наприклад: *der Bummel* 'гульвіса';

4. Префікс *auf-*: 1 лексична одиниця – *der Aufpasser* 'вухо (шпигун)';

5. Префікс *un-*: 2 лексичні одиниці. Наприклад: *der Unwissender* 'невіглас'.

Можна спостерігати, що число префіксів, які використовуються для характеристики людини невелике, а сама префіксація іменників розвинена значно слабше на відміну від суфіксації.

Складнопохідні слова або зрощення складаються з декількох коренів, але при цьому їх останній компонент становить субстантивованій інфінітив. Твірною основою цього слова слід вважати синтаксичне з'єднання. Наприклад: *der Besserwisser* 'розумник' [63, с. 70].

Таблиця 2.3

Способи словотвору в процесі метафоризації у німецькій мові

Словотвірна модель	Абсолютна кількість лексичних одиниць	Відносна кількість лексичних одиниць (%)	Приклади
Словоскладання	115	37,3	<i>der Brummochse</i> 'дурень', <i>die Hopfenstange</i> 'здоровило', <i>die Witzfigur</i> 'клоун', <i>der</i>

Продовження Табл. 2.3

1	2	3	4
			<i>der Bücherfreund</i> 'книголюб'
Зрощення	50	16,2	<i>der Brotesser</i> 'їдець', <i>der Draufgänger</i> 'зірвиголова', <i>der</i> <i>Erbsenzähler</i> 'загнибіда'
Афіксальний словотвір	27	8,7	<i>die Leuchte</i> 'голова, світло', <i>der</i> <i>Frömmeler</i> 'ханжа'
	308	100	

Словоскладання, тобто утворення нових іменників за рахунок з'єднання двох або більше слів, є одним з найдавніших і найпоширеніших видів словотворення.

У проведеному нами дослідженні в межах цього розділу було виділено 115 лексичних одиниць, які відносяться до словоскладання (наприклад: *der Pechvogel* 'невдаха'; *der Waschlappen* 'ганчірка', *der Plappermaul* 'ленетун'). В ролі першого компонента в цій підгрупі можуть бути основи дієслів, прикметники та іменники.

Таблиця 2.4

**Основні компоненти у процесі словоскладання метафоричних
позначень рис характеру людини**

Основні компоненти	Абсолютна кількість лексичних одиниць	Відносна кількість лексичних одиниць (%)	Приклади
Іменник + іменник	67	58,2	<i>der Pechvogel</i> 'невдаха', <i>der</i> <i>Holz Kopf</i> 'дурень', <i>der</i> <i>Teufelskerl</i> 'шибайголова, <i>der</i> <i>Federlappen</i> 'онудало'

Продовження Табл. 2.4

1	2	3	4
Дієслово + іменник	33	28,6	<i>Der Störenfried</i> 'баламут', <i>die Schmutzekatze</i> 'душка', <i>der Brüllaffe</i> 'крикун'
Прикметник + іменник	17	14,7	<i>der Dummkopf</i> 'йолоп', <i>der Großmaul</i> 'вихваляка'
	115	100	

На підставі даних цієї таблиці можна стверджувати, що найбільш частотною конструкцією у німецькій мові є «іменник + іменник»: 67 лексичних одиниць, наприклад: *der Giftmolch* 'гадюка'; *der Tagedieb* 'ледар'; *der Glückspilz* 'везунчик'. Конструкція «дієслово + іменник» налічує 33 лексичні одиниці, наприклад: *der Schlägertyp* 'здоровило'; *der Murrkopf* 'белькотун'; *der Waschlappen* 'ганчірка'. Найменш частотною є конструкція «прикметник + іменник»: 17 лексичних одиниць, наприклад: *der Faulpelz* 'лобур'; *der Wildfang* 'пробишака'; *der Jungspund* 'щень (молокосос)'. Слід зазначити, що конструкція «прикметник + іменник» частіше має негативне значення, тобто використовуються прикметники з негативною конотацією.

Часто при словоскладанні використовуються різні з'єднувальні елементи, наприклад:

- *e*: *der Tagedieb* 'ледар'; *der Lausejunge* 'гульвіса'; *der Marodebruder* 'негідник'; *der Modemensch* 'модник'; *der Grinsebacke* 'зубоскал' *die Schmutzekatze* 'душка'; *der Lausekerl* 'дженджик'; *der Modegeck* 'дженджик'; *der Lebemann* 'гультьяй'; *der Lebemann* 'дармовис' – 10 лексичних одиниць;
- *(e)n*: *der Ulenspiegel* 'пробийголова'; *der Lumpenmann* 'опудало'; *der Stubenhocker* 'домосід'; *der Bärenhäuter* 'лежебок' *der Störenfried* 'баламут'; *die Hopfenstange* 'здоровило' *der Eulenspiegel* 'забавник'; *der Märchenonkel* 'вигадник' – 8 лексичних одиниць;

- (e)s: *der Schafskopf* ‘мелень’; *das Teufelsweib* ‘стерво’; *der Teufelskerl* ‘шибайголова’; *der Glückspilz* ‘везунчик’ – 4 лексичні одиниці;

М. Д. Степанова пропонує наступні норми вживання сполучних елементів:

- (e)s- вживається після визначника з «важким» суфіксом або визначника – складного слова;

- (e)n- вживається після визначників – іменників слабого відмінювання [64, с. 116-117].

З вищенаведеного аналізу можна зазначити, що словоскладання завжди однакові за формою і складні за змістом. Метафори зі складними іменниками не тільки за своєю структурою відповідають позначенню приналежності або властивостей людини, але в результаті метонімічного перенесення з частини на ціле служать найменуваннями самої людини [64, с. 131].

Як уточнює М. Д. Степанова, складнопохідні слова або зрощення – це результат взаємодії двох способів словотворення: словоскладання і слововиводу [64, с. 127].

В даному випадку ми маємо справу зі складнопохідними іменниками, які представлені семантичними групами імен осіб та імен дії. Таким чином, диференційною рисою цих слів є суфікси *-er*, *-ler* для чоловічого роду та *-in*, *-erin* для жіночого.

У ході дослідження нами було виділено 50 лексичних одиниць, що є складнопохідними іменниками. Слід підкреслити, що більшість цих іменників співвідносно зі словосполученнями, центром яких є дієслово, наприклад: *der Draufgänger* ‘зірвиголова’; *der Spaßmacher* ‘жартівник’; *der Wortemacher* ‘балакало’; *der Wohltäter* ‘милостивець’; *der Alleinunterhalter* ‘вумівник’; *der Allesbesserwisser* ‘всезнайко’; *der Menschenschinder* ‘кровопивця’ тощо.

Зрощення пов’язані з різними типами складних і похідних слів, а також становлять своєрідні одиниці з особливим морфологічним складом і особливою семантичною вмотивованістю.

2.4 Психологічний аспект оцінних метафоричних позначень

Повертаючись до психолінгвістики та підходів психолінгвістичного вивчення метафор варто зазначити, що більшість людей сприймають її як поетичний або літературний засіб, основною функцією якого є прикрашення мови, та яке мало використовується для побутового спілкування, проте це не зовсім вірно. Метафори використовуються всюди: для пояснення матеріалу на уроці, вирішення конфлікту, ведення переговорів, на публічних виступах та під час психотерапії, де прекрасно допомагає зрозуміти характер людини або його вчинки та утримати увагу на найважливіших речах.

Психотерапевти звертаються до метафори, щоб допомогти клієнту усвідомити або пережити особисту проблему. Особливо на перших зустрічах, коли клієнт не вміє формулювати запит, розповідає «багато і ні про що». В такому випадку психотерапевт згадує або придумує історію зі свого життя і пропонує співрозмовнику продовжити її, висловити своє ставлення. Мета таких історій – ініціювати асоціації, які допоможуть психоаналітику зрозуміти проблему клієнта.

Іноді метафоричні висловлювання спонукають клієнта самостійно знайти рішення проблеми. Наприклад, йому пропонується взяти участь в придуманій історії. Клієнт асоціює себе по черзі з усіма учасниками сценки, навіть з неживими (деревом або стільцем). Занурення в кожную роль допомагає йому поглянути на проблему з боку, заглибитись у себе, зрозуміти, які його дії, слова, що безсумнівно знаходяться під впливом домінуючих рис його характеру, викликали цю проблему і врешті-решт відшукати рішення. Така психологічна «підводка» з асоціаціями вважається набагато дієвішою, ніж прямі поради.

Метафори – це також основний прийом психотерапії з дітьми або підлітками. Малюка трьох-п'яти років неможливо змусити висловитися про що-небудь. Іноді правду просто неможливо відрізнити від дитячих фантазій. Щоб розібратися в проблемі психолог пропонує пограти, помалювати або зайнятися ліпленням. Наприклад, щоб з'ясувати ставлення до батьків, братів чи сестер, до

певних ситуацій, які виникають в родинному середовищі та значною мірою впливають на формування його характеру, дитині пропонують намалювати їх або зліпити з пластиліну. Якщо одного з батьків дитина ліпить черв'яком, а іншого драконом, стає зрозуміло кого він боїться або недолюблює.

Буває, що життєву проблему вирішити логічним шляхом не виходить. Коли раціональна частина мозку втомлюється, на допомогу приходить казкотерапія, яка здатна захопити, розвеселити і вилікувати одночасно. Іноді вона допомагає вирішити здавалося б безвихідну ситуацію. Не дивно, адже казки, легенди і прислів'я здавна використовувалися для навчання людини за допомогою переносних значень. Потім вони стали інструментом дитячого навчання і плавно перейшли в психотерапію.

На сеансі казкотерапії терапевт пропонує клієнту придумати казку про себе і уважно слухає. Якщо на якомусь сюжеті оповідач затинається, висловлює тривогу, психотерапевт допомагає прояснити механізм збою. Якщо розповідь обривається на неприємну подію, психолог пропонує альтернативи рішення, допомагає клієнту обійти пастки і неприємні ситуації.

Очевидно, що метафора є чудовим засобом впливу на адресата мовлення, як в українській, так і у німецькій мовах. Вона може викликати в людини певні емоції, почуття які необхідні адресанту. Саме використання метафор залежить від багатьох факторів: від характеру людини, особистих якостей. Метафора допомагає зрозуміти внутрішню природу якогось явища, предмета, часто будучи вираженням індивідуально-авторського бачення світу. В абсолютно новому та неочікуваному контексті слово не лише набуває емоційного оцінного значення, але в той же час змінює своє першочергове значення на протилежне.

Вкрай важливим фактором, що впливає на вираження оцінки та відповідно використання оцінних метафор, є риси характеру, притаманні не лише людині, яку оцінюють, а й людині, яка дає цю оцінку. Згідно із працею «Характеристики» Теофраста, який вивчав та описав 31 тип людських характерів беручи за основу мораль характер «це сукупність відносно стійких індивідуально-своєрідних

властивостей особистості, які виявляються у поведінці, діяльності й ставленні до людей, колективу, до себе, речей, праці тощо» [19]. Натомість риса характеру «це звична, стійка, повторювана форма реагування, поведінки чи ставлення» [19].

Прийнято вважати, що структура характеру включає дві групи його компонентів, а саме позиційні й загальні. До першої групи компонентів відносять спрямованість, переконання, розумові риси, емоції, воля й темперамент. Натомість загальні компоненти інтегрують позиційні в різних варіаціях і співвідношеннях. До них відносять, як правило, повноту, цілісність, визначеність та силу характеру.

Спрямованість є головною складовою структури характеру особистості. Вона виявляється у вибіркового позитивному або негативному оцінному ставленні особистості до вчинків і діяльності людей і до самої себе. Залежно від домінуючих матеріальних або духовних потреб, ціннісних установок особистості, інтересів і вподобань життя одних людей наповнене корисною діяльністю, вони невтомно працюють та виконують громадський обов'язок. Рушієм їх вчинків є гуманність, оптимізм, контактність.

Переконання - це знання, ідеї, погляди, що є мотивами поведінки людини, стають рисами її характеру й визначають ставлення до дійсності, вчинки, поведінку. Переконання виявляються в принциповості, непідкупності, правдивості, вимогливості до себе.

Розумові риси характеру виявляються в розсудливості, спостережливості, поміркованості. Спостережливість і розсудливість сприяють швидкій орієнтації в обставинах. Нерозсудливі люди легко хапаються за будь-яку справу, діють під впливом імпульсу. Розумова інертність, навпаки, виявляється в пасивності, байдужості, повільності, коли потрібно прийняти рішення, або у поверховому ставленні до справи без урахування її важливості.

Емоції стають підґрунтям таких рис характеру, як гарячковість, запальність, надмірна або вдавана співчутливість, всепрощення або

брутальність, грубість, "товстошкірість", нечутливість до страждань інших, нездатність співчувати. Моральні, естетичні, пізнавальні, практичні почуття завдяки наявності в них емоцій можуть виявлятися або в екзальтованості, або в спокійному, поміркованому ставленні до явищ природи, мистецтва, вчинків людей.

Воля як складова структури характеру зумовлює його силу, непохитність. Отже, воля, як вважають, являє собою стрижневий компонент сформованого характеру. Сильна воля робить характер самостійним, стійким, непохитним, мужнім, людина з таким характером здатна досягати бажаної мети. Люди із слабкою волею — слабохарактерні. Навіть маючи багато знань і значний досвід, вони не здатні наполягати на справедливості і виявляють нерішучість, страх.

Темперамент як складова структури характеру є динамічною формою його вияву. Його вважають найбільш стійкою характеристикою особистості людини, яка майже не змінюється впродовж життя і виявляється у всіх сферах життєдіяльності, що виражає індивідуально-своєрідну динаміку психіки і поведінки, котра однаково виявляється в різноманітній діяльності незалежно від її змісту, мети і мотивів.

Повнота характеру - це всебічний розвиток головних його структурних компонентів - розумових, моральних, емоційно-вольових. Розсудливість такої людини завжди узгоджена з емоційною врівноваженістю та самовладанням.

Внутрішня єдність рис характеру визначає його *цілісність*. Вона виявляється в єдності слова й діла або її відсутності у вчинках.

Особливо важливою рисою характеру є його *визначеність*. Сила і незалежність особистості, що виявляються в її прагненнях і переконаннях, у боротьбі за досягнення поставленої мети свідчать про визначеність її характеру. Визначеність характеру людини як суб'єкта діяльності позначається на принциповості та сумлінності дій незалежно від важливості доручення. На людину з визначеним характером можна покладатися, доручаючи їй важливі справи, - вона виконає доручення відповідно до його мети, змісту справи та

способів виконання. Про людей з невизначеним характером важко сказати, добрі вони чи погані. Це люди безпринципні, без чітких позицій у політичному, трудовому житті, у побуті.

Сила характеру виявляється в енергійних діях, завзятті та активності діяльності, боротьбі за доведення справи до завершення, незважаючи на жодні перешкоди. Такі люди не бояться труднощів, уміють їх подолати. Це новатори в праці, ентузіасти, ініціатори.

Структура рис характеру виявляється залежно від того, як людина відноситься:

- до інших людей, коли вона проявляє увагу, принциповість, прихильність, комунікабельність, миролюбність, лагідність, дбайливість, тактовність, коректність або протилежні риси. Наприклад:

- *Шахрай, пройдисвіт* – нім. *Schlitzohr, n* (*Хитра, спритна й нечесна в учинках людина*);

- *Причеп* – нім. *Nörgelfritze, m* (*Надмірно прискіплива людина; людина, яка до всього чіпляється; занадто настирлива, в'їдлива людина*);

- *Підлабузник* – нім. *Jasager, m* (*Той, хто виявляє лицемірство, лестощі щодо кого-небудь; лицемірна людина*);

- до справ, коли вона проявляє сумлінність, допитливість, ініціативність, рішучість, ретельність, точність, серйозність, ентузіазм, зацікавленість або протилежні риси. Наприклад:

- *Бельбас* – нім. *Holzkopf, m* (*Вайлуватий і ледарюватий хлопець, парубок; ледар, вайло*);

- *Ледар* – нім. *Faulenzer, m* (*Людина, яка не любить працювати; ледачий*);

- *Шибайголова* – нім. *Draufgänger, m* (*Смілива, відчайдушна людина, яка нічого не боїться й ні перед чим не зупиняється; зірвиголова, бешкетник*);

• до речей, коли вона проявляє при цьому бережливість, економність, акуратність, почуття смаку або протилежні риси. Наприклад:

- Франт – нім. *Geck*, *m* (Той, хто модно й вишукано одягається; чепурун);
- Скнара – нім. *Erbsenzähler*, *m* (Надміру скупа, жадібна людина);
- Нечупара – нім. *Schmutzfinke*, *m* (Неохайна, нечепурна людина);

• до себе, коли вона проявляє егоїзм, впевненість у собі, самолюбство, почуття власної гідності чи протилежні риси. Наприклад:

- Шишка – нім. *Bonz*, *m* / *der große Zampano* (Поважна, впливова особа; цяця, цабе);
- Торгаш – нім. *Krämer*, *m* (Лицемірна, безпринципна людина, що торгує своєю честю, совістю, переконаннями, талантом);
- Розумник – нім. *Klugschnacker*, *m* (Той, хто вважає себе розумнішим за інших).

Таблиця 2.5

Класифікація метафоричних позначень за факторами, що впливають на структуру рис характеру

	Абсолютна кількість лексичних одиниць	Відносна кількість лексичних одиниць (%)	Приклади
До інших людей	78	25,3	<i>der Splitterrichter</i> 'причена', <i>das Lamm</i> 'добряк', <i>der Wohltäter</i> 'благодій'
До справ	51	16,5	<i>der Außenseiter</i> 'аутсайдер', <i>der Bärenhäuter</i> 'лежебок', <i>der Tagedieb</i> 'валяка'
До речей	16	5,2	<i>der Lumpenmann</i> 'опудало', <i>der Modemensch</i> 'модник',

Продовження Табл. 2.5

1	2	3	4
			<i>die Schmutzliese</i> 'замазура'
До себе	48	15,5	<i>der Bonz</i> 'цабе', <i>der Möchtegern</i> 'вискочка', <i>der Großmaul</i> 'вихваляка'
Інше	115	37,3	<i>das Schnuckelchen</i> 'горобеня', <i>der Tölpel</i> 'лантух', <i>der Jungspund</i> 'щеня'
	308	100	

Отже, група метафоричних позначень рис характеру людини, що позначають ставлення індивіда до інших людей, налічує 78 та становить 25,3% всієї вибірки. Вона є другою за чисельністю групою. Необхідно виділити наступні групи, які поступаються попередній. Метафори на позначення ставлення людини до справ – 51 лексична одиниця, близько 16,5%, ставлення людини до себе – 448 лексичних одиниць, що складає 15,5%, ставлення до речей – 16, близько 5,2%. Група «Інше» (115 одиниць, 37,3 %) є найчисельнішою та включає в себе одиниці, що не відносяться ні до однієї із запропонованих груп.

Орієнтуючись на наведену вище таблицю можна підсумувати, що людина на підсвідомому рівні більше звертає увагу на психологічні характеристики інших людей, що й чітко відображається у мові. Звичайно, беззаперечним є той факт, що оцінка власних досягнень, професійних успіхів та особистісних якостей посідає далеко не останнє місце у такій оцінній ієрархії, проте вона й не займає передове місце.

Отже, опираючись на співвіднесення структури рис характеру із оцінними метафоричними позначеннями можна дійти до висновку, що ці два явища тісно пов'язані одне з одним. З огляду на те, що кожній особистості безперечно притаманні різноманітні риси характеру, вона оцінює не лише саму себе у тому чи іншому аспекті, а й всі оточуючі також отримують оцінку своїх якостей,

принципів, цінностей та манери поведінки. Саме тому у метафорі втілюються яскраві, потужні оцінні компоненти, що несуть негативну чи позитивну конотацію, яку навряд чи можна так влучно висловити за допомогою інших засобів. Звичайно, дати оцінку можливо також використовуючи словосполучення чи речення, проте не завжди вони матимуть таку саму оцінну силу, яку носять в собі метафоричні позначення.

Висновки до розділу 2

Опираючись на проведені дослідження можна дійти до висновку, що метафора називає та надає характеристику об'єкту. Завдяки їй можна висловити невимовне. Окрім цього, з її допомогою індивід має змогу може зрозуміти змісти різної складності, для яких у мові немає інших, більш простих понять.

У ході дослідження було доведено, що метафора може мати як позитивне, так і негативне значення. За даними аналізу можна підсумувати, що позитивна оцінка не так часто трапляється у порівнянні з негативною. Кількість оцінних метафоричних позначень рис характеру людини у групі негативної конотації становить 258 лексичних одиниць, тобто 83,7 % відповідно. Група позитивної конотації налічує лише 32 лексичні одиниці та становить 10,4 % від всієї вибірки. Також нами була виділена ще одна група змішаної конотації, до якої увійшли ті, метафоричні позначення, які можуть мати як позитивне, так і негативне значення залежно від контексту, в якому вони вживаються. Вона налічує 18 лексичних одиниць, а саме 5,8 % від всієї вибірки. Це пояснюється тим, що індивід в першу чергу бере до уваги негативні характеристики людини та не зважає у достатній мірі на позитивні риси. Необхідно додати, що у мові значне місце посідає менталітет народу. З огляду на те, що людина не завжди об'єктивна при наданні оцінки, у її лексиці переважають одиниці з негативним значенням. Відзначимо, що розподіл лексичних одиниць за категоріями оцінювання є суперечливим, адже оцінне значення об'єкта залежить у більшості випадків від відносин між

мовцем і об'єктом, а також від контексту, який відіграє не менш важливу роль у цьому процесі.

Опираючись на вищенаведені факти ми можемо констатувати, що метафори мають не тільки позитивну і негативну характеристику, а й можуть класифікуватись за тематичними блоками. Найчисельнішими групами є ті, які пов'язані з поведінкою, діяльністю та зовнішніми характеристиками людини. Найбільшою тематичною групою є «Поведінка», яка налічує 148 метафоричних позначень людини, становить приблизно 48 % від всієї вибірки. Необхідно виділити наступні групи, які доволі сильно поступаються попередній. Наступною за кількістю є група «Діяльність» - 44, близько 14,2%, потім «Зовнішня характеристика» - 42 одиниці, що складає 13,6%, «Комунікативні ознаки» - 32, близько 10,3%, «Розумові здібності» - 21 одиниця або 6,8 % всієї вибірки. Група «Інше» (21 одиниць, 6,8 %), до якої входять лексичні одиниці, що не належать до жодної із вищенаведених груп.

У ході дослідження також було встановлено, що при утворенні складних метафор у німецькій мові використовуються наступні способи словотворення: словоскладання (37,3 %), афіксація (суфіксація і префіксація) (8,7 %) і зрощення (16,2 %). Відзначимо, що найчастіше використовується спосіб словоскладання, який є складним за своєю будовою. Водночас, афіксація слабо розвинена і має до того ж більш абстрактне значення. Тим не менш, суфіксація в нашому дослідженні є більш розвиненою, ніж префіксація. Це можна пояснити, величезним спектром суфіксів, які утворюють віддієслівні позначення осіб, у той час як префікси дають можливість тільки що-небудь заперечувати або використовуються для посилення значення. Крім того, було визначено, що в німецькій мові переважає утворення складнопохідних слів.

Розглядаючи метафоричні позначення з психологічної точки зору слід зауважити, що надзвичайно важливим фактором, який впливає на вираження оцінки та відповідно використання оцінних метафор, є риси характеру, притаманні не лише людині, яку оцінюють, а й людині, яка дає цю оцінку. Згідно

із дослідженням Теофраста, характер «це сукупність відносно стійких індивідуально-своєрідних властивостей особистості, які виявляються у поведінці, діяльності й ставленні до людей, колективу, до себе, речей, праці тощо». Натомість риса характеру «це звична, стійка, повторювана форма реагування, поведінки чи ставлення».

Прийнято вважати, що структура характеру включає дві групи його компонентів, а саме позиційні й загальні. До першої групи компонентів відносять спрямованість, переконання, розум, почуття, воля й темперамент. До другої групи належать позиційні компоненти в різних варіаціях і співвідношеннях. До них відносять, як правило, повноту, цілісність, визначеність та силу характеру. Структура рис характеру виявляється залежно від того, як людина відноситься до інших людей, до справ, до речей, до себе.

У ході дослідження нами були виділені метафоричні позначення, які були класифіковані за цими групами. Група метафоричних позначень рис характеру людини, яка характеризує ставлення людини до інших людей, налічує 78 та становить 25,3% від всієї вибірки. Метафори на позначення ставлення людини до справ – 51 лексична одиниця, близько 16,5%, ставлення людини до себе – 448 лексичних одиниць, що складає 15,5%, ставлення до речей – 16, близько 5,2%. Група «Інше» (115 одиниць, 37,3 %) є найчисельнішою та включає в себе одиниці, що не відносяться ні до однієї із запропонованих груп.

Слід зауважити, що співвіднесення структури рис характеру із оцінними метафоричними позначеннями тісно пов'язані одне з одним. З огляду на те, що кожній особистості безперечно притаманні різноманітні риси характеру, вона оцінює не лише саму себе у тому чи іншому аспекті, а й всі оточуючі також отримують оцінку своїх якостей, принципів, цінностей та манери поведінки.

РОЗДІЛ 3

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ: СТЕРЕОТИПИ ОБРАЗУ ЧОЛОВІКА ТА ЖІНКИ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

3.1 Стереотипи образу українських та німецьких чоловіка та жінки

В наш час, коли поступово стираються кордони між державами, особливо в сфері спілкування людей, впевнено підтверджується думка про те, що окрім володіння іноземними мовами потрібно володіти і певною компетентністю в знанні культури інших країн. Безпосереднє відношення до процесу оволодіння новою мовою / новою культурою в даних умовах має проблема використання стереотипів як явищ, що спрощують контакти, і вивчення їх національно-культурної специфіки.

Термін «стереотип» вперше використав американський журналіст У. Ліппман. На його думку, це впорядковані, схематичні, детерміновані культурою «картини світу» уявлення, які заощаджують його зусилля при сприйнятті складних соціальних об'єктів і захищають його ціннісні позиції і права [101].

З моменту введення Ліппманом терміну «стереотип» була запропонована величезна кількість його конкретних визначень. Фахівці кожної з дисциплін, що займаються вивченням стереотипу, прагнуть виділити в ньому ті характеристики, які, перш за все, відображають його роль в їх сфері дослідження. У зв'язку з цим мова йде про соціальні стереотипи, стереотипи спілкування, мовленнєві стереотипах і етнічні стереотипи.

Соціальний стереотип розглядають як «спрощене уявлення про індивіда, групу, процес чи інший соціальний об'єкт, що володіє високою стійкістю. Соціальний стереотип виражає звичне ставлення до певного об'єкту, яке склалося під впливом життєвих умов, соціального оточення і попереднього досвіду» [39].

Конкретизацією більш загального поняття «соціальний стереотип» є поняття «етнічний стереотип». «Етнічні стереотипи це відносно стійкі уявлення про моральні, розумові, фізичні якості, властиві представникам різних етнічних спільнот [42]. В основі етнічних стереотипів, як правило, зафіксовані оціночні думки про зазначені якості. Крім цього, в основі етнічних стереотипів можуть бути присутні також і положення дій по відношенню до людей певної національності» [42].

На думку В. А. Рижкова, в якості стереотипу може бути кваліфікована «одиниця мови, що викликає на психовербальному рівні в свідомості представників певної національно-культурної спільноти певний мінімум подібних асоціативних реакцій за низкою семантичних ознак оціночного характеру», а також «комунікативна одиниця певного етносу, здатна, за допомогою актуальною презентації соціальних потреб, чинити спонукальний типізований вплив на свідомість особистості, формуючи в ній відповідну мотивацію» [56].

Спираючись на вже існуючі визначення, стереотип розглядається як стандартна схема мислення, дій і відносини індивіда до навколишнього світу та інших його представників, наповнену різним вмістом в залежності від приналежності цього індивіда до певної соціальної, етнічної або культурної спільноти.

Національні (етнічні) стереотипи прийнято поділяти на автостереотипи і гетеростереотипи. Автостереотипи (образ «себе») – це думки, судження, оцінки про етнічну спільноту, притаманні її представникам. Як правило, автостереотипи містять комплекс позитивних оцінок. Гетеростереотипи (образ «чужого»), тобто сукупність оціночних суджень про інші народи, бувають і позитивні, і негативні, в залежності від досвіду взаємодії певних народів в ході історії [42].

На думку О. Рьош, гетеростереотипи мають тенденцію до поділу на «чорне - біле», тобто більш змістовні узагальнення, невиправдані спрощення і неприпустимі редукування виражені тут найбільш яскраво [104].

Автостереотипи, з точки зору О. Рьош, завжди більш диференційовані, ніж гетеростереотипи. У них частіше переважають позитивні ознаки. При негативній характеристиці своєї нації/етносу мовець, як правило, відносить себе до щасливого винятку [104].

Актуальність міжмовних і міжкультурних наукових пошуків очевидна і не потребує обґрунтування. Стереотипи або, принаймні, їх окремі компоненти можна досліджувати різними методами – від методу спостереження до проєктивних методик.

Побудова різних мовних моделей світу зовсім не приводить до створення особливих світів дійсності, а зводиться до різних способів відображення єдиного світу дійсності.

Таким чином, відображення реальної дійсності в мові можна умовно розділити на три рівні:

1. Опис реальної картини світу, яка лежить в основі всього людського світосприйняття.
2. Виявлення специфіки відображення певним етносом реальної картини світу, що пов'язано з організацією світобачення даного етносу.
3. Опис особливостей мовного вираження тієї специфіки відображення моделі світу, притаманної певному етносу, яка включає в себе як знання мовних одиниць та їх структурних організацій, так і вміння їх використання в нормативній для певної лінгвокультурної спільноти комунікативній поведінці [53].

Образ світу, який складається у людей різних національностей в процесі осягнення ними різноманіття світу, накладає відбиток на мову, а також визначає специфіку комунікативної поведінки мешканців тієї чи іншої країни.

У лінгвістичній науці поняття гендер, гендерний стереотип – це об'єкт міждисциплінарного знання, вивчення якого вимагає інтегративного підходу, що включає загальнонаукові підстави. Ці поняття належать до однієї з основних характеристик особистості, які обумовлюють психологічний і соціальний

розвиток людини. Стереотип як інструмент дослідження в лінгвістиці дозволяє інтерпретувати мовні явища, встановлювати паралелі між ними, порівнювати і знаходити спільні і індивідуальні закономірності, доповнювати і спростовувати наші знання про об'єкти або ситуації на матеріалі мовних даних [20].

Людська стать як одна з основних характеристик особистості, що розглядається в соціумі, культурі і мові, знаходиться в центрі уваги гендерних досліджень. Приналежність до тієї чи іншої статі визначає ставлення суспільства до чоловіків і жінок, поведінку мовної особистості, стереотипні уявлення про риси характеру чоловіків та жінок – це все, що переносить проблематику статі з біологічної сфери у сферу соціального життя і культури, яка дає можливість виявити загальне і особливе в конструюванні гендерлектів (це мова чоловічої та жіночої частини населення, особливості мовлення жінок і, відповідно, чоловіків, особливості вибору лексики та способу її вживання в рамках однієї національної, етнічної мови включаючи лексику, граматику і стиль).

Кожен носій мови одночасно є і носієм культури, тому мова здатна відображати національну ментальність носіїв. Всі особливості, уявлення про те, якими повинні бути чоловік і жінка, про їхні соціальні ролі зафіксовані в національній мовній картині світу, яка спроектована на всі рівні мовної системи.

З гендерними дослідженнями лінгвокультурологію зближує орієнтованість на людський фактор у мові і на мовний фактор в людині, що дозволяє розглянути не тільки механізми їх формування та трансляції, але й їхні універсальні і національно-культурні складові [66]. Останнє є можливим завдяки тому, що лінгвокультурологія базується на зіставленні різних мов і культур [24].

Цінності та уявлення, що стосуються ролі та місця жінки і чоловіка в суспільстві і пов'язані з ними гендерні стереотипи і соціальні установки, регулюються на глибинному ментальному рівні суспільної свідомості, що бере свій початок з далекого минулого, найбільш стабільному, який передається з покоління в покоління.

Дослідження іншої культури нерозривно пов'язане з пізнанням національних рис даного народу описуючи певні особливості нації, специфіку способу життя, мислення, манери поведінки, які свідчать про національний характер і про притаманний йому менталітет. Прийнято вважати, що певні умови життя і діяльності будь-якого етносу, її культура, мова, історія, економіка, політика і т. д. формують систему психологічних особливостей, властивих саме даному народу і усвідомлюваних як один з його ознак.

Порівнявши описи чоловіка і жінки у різних мовах, можна виявити чимало схожих стереотипів, наприклад, «жінка повинна бути красивою, доброю матір'ю, доброю господинею, слухняною дружиною» і «чоловік повинен бути не красивим, а розумним, сильним, сміливим».

Але в кожній мові образ чоловіка і образ жінки виражається по-різному, що дозволяє виявити особливості кожної культури. Кожна культура визначає деякі характерні риси, властиві тій чи іншій статі, що чинить відповідних вплив на формування гендерних стереотипів.

3.2 Гендерні стереотипи образу українських жінок і чоловіків

Гендерні стереотипи характерні для усіх культур, і сучасна українська культура – не виключення. Питання про стереотипні образи жінок наявні в українській культурі, чи можна поділити їх на позитивні та негативні досліджувала С. О. Філоненко. Щоб зрозуміти, якою бачать українську на сучасному етапі, вона спробувала виділити найбільш актуальні стереотипні образи, характерні для масової культури, що є надзвичайно потужним інструментом соціалізації, та який впливає на свідомість більшості. Вона відштовхнулася від типів гендерних рольових моделей – Берегині, Барбі, Ділової жінки і Феміністки, які раніше були виокремлені українською вченою та громадською діячкою Оксаною Кісь, доповнивши їх популярними сучасними стереотипними образами [50].

Жінка-Барбі. Цей стереотипний образ жіночої поведінки сильно пропагують у рекламі. Бачення світу представницею цього типу обмежується власним домом, салонами краси та нічними клубами. Вона повинна завжди добре виглядати, бути доглянутою, спортивною, стрункою та модною. Привабливість відіграє ключову роль для неї, тому що саме це допоможе їй якомога вигідніше продати себе чоловікові. Жінка-Барбі – це прикраса, іграшка та власність чоловіка.

Попелюшка. Цей образ – один з варіантів стереотипу жінки-Барбі, популяризований казками. Вона прекрасна, завжди життєрадісна та усміхнена, наділена виключно позитивними рисами характеру (працьовита, не заздрісна, до всіх привітна, добра, щира, турботлива, чуйна). Саме тому, що вона вважається ідеальною жінкою у неї є всі шанси отримати справжнього принца. Сучасна Попелюшка – це дівчина «з низів», для якої шлюб з чоловіком – це так званий соціальний ліфт, за допомогою якого вона покращує своє становище у суспільстві.

Гламурна дівчина. Цей тип репрезентує героїню глянцевого журналу, у якої в житті завжди все чудово. Вона носить одяг модних брендів, в неї ідеальні фігура, макіяж та зачіска, дороге авто, вона живе у повному матеріальному достатку і це все, що їй необхідно, аби бути щасливою.

Жінка-стерво. Така собі еволюція гламурної дівчини та Барбі – за бездоганним і нерідко милим зовнішнім виглядом приховується жорстока натура. Цей тип вважається агресивним та ладним на все, аби досягти своєї мети. Але слід зазначити, що така жінка не є феміністкою. Феміністки відкрито вимагають рівних прав та партнерства з чоловіками, а вона натомість виборює свої права підступно, використовує людей заради своєї вигоди.

Супержінка. Цей стереотип дуже часто зустрічається у західній культурі (жінки-супергероїні у коміксах Marvel та DC, наприклад), але в Україні майже не знайшов популярності. Образ жінки, яка володіє бойовими мистецтвами, має суперсили, працює на спецслужби, в українській масовій культурі не

представлений як такий. Але в літературі є елементи подібних стереотипів: зазвичай супержінку можна зустріти у романах, таргетованих на чоловічу аудиторію – жорстких детективах, нуарах, бойовиках.

Приклад подання стереотипічного образу супержінки – роман «Химери Дикого поля» Владислава Івченка.

Феміністка. В українській культурі жінка-феміністка часто зображується негативно. Цей образ може бути чоловічою фобією, бо чоловіки бояться, що феміністки займуть їхні посади на роботі, почнуть усім нав'язувати свої погляди. Також можна сказати, що на негативне сприйняття українцями образу феміністки вплинула діяльність Femen та її висвітлення у пресі. Не тільки чоловіки, але й жінки асоціюють феміністок з ними, а тому вважають, що феміністки аморальні, цинічні.

Берегиня. На тлі останніх подій в країні образ берегині став дуже розкрученим в медіа. Берегиня зараз – це не просто матір та дружина, це жінка, яка бере на себе соціальну відповідальність за усю націю, громаду. Цей образ зараз є дуже позитивним, усі визнають, що роль жінки-берегині у боротьбі за краще майбутнє України – ніяк не менша, ніж у чоловіка-воїна.

Тут перелічені основні стереотипні образи української жінки. Сучасна масова культура є безконечно варіативною в плані гендерних ролей, моделей і стереотипів. У ній дивовижно сплітаються традиційне й модерне, патріархальне та емансипаційне начала. Вона відбиває актуальні соціокультурні тенденції та виступає потужним інструментом впливу на свідомість людей, маніпулює нею. Тому до проявів сучасної культури (у тому числі і до стереотипів, які вона поширює) треба ставитися критично.

Варто зазначити, що у сучасній українській культурі здебільшого жінку сприймають як виконавицю двох суспільних ролей. Перша – це матір – жінка-берегиня, яка уособлює образ нації; друга – окраса – жінка, яка «прикрашає» чоловіка. Навіть жіноча праця сприймається як розважальна, доглядова.

Говорячи про стереотипи, які стосуються українських чоловіків, слід зазначити, що українське суспільство завжди було і досі є патріархальним. Тут можна чітко простежити ті ніші, ті місця, які виділені для ролей жінки та чоловіка.

Для чоловіка відводилася, і по сьогоднішній день це залишається актуальною, роль здобувача, захисника сім'ї, голови родини. Людина, яка займається, скажемо так, стратегічним курсом сім'ї. Поза межами сім'ї роль його також активна: він працює, приносить прибуток для сім'ї, взагалі може проявляти будь-які всі свої лідерські якості, вміння, навички, таланти і за межами сім'ї.

Українські чоловіки мало зважають на свою зовнішність та оточення й намагаються самоствердитися за рахунок жінок, водночас не поспішаючи брати на себе відповідальність. Це відбувається, зокрема, й через наслідування ними закладених у радянські часи суспільних моделей. Основними постачальниками моделей поведінки для майбутніх чоловіків є педагоги, родина, найближче соціальне оточення й медіа. Українській освіті властива тенденція браку чоловіків-учителів у загальноосвітніх школах. Цьому явищу є дуже прозаїчне пояснення: низька зарплата, а отже, непрестижність. Школа мала б приділяти більше уваги психологічному, культурному, духовному розвитку дітей, виховувати повагу в хлопчиків до жінки як такої, проте наразі таких кроків не спостерігається. Натомість цілком конкретні поведінкові моделі майбутнім чоловікам пропонує знову ж таки телебачення. Соціологи та соціальні психологи переконані, що у медійних жанрах та масовій культурі не закладено жодних позитивних чоловічих поведінкових схем, вони не пропагують відповідальності як такої.

Існує також низка стереотипних якостей, притаманних чоловікам та жінкам. Цей перелік характеристик вважається загальнопоширеним, властивий представникам близько 25 країн світу, в тому числі України та Німеччини [50].

Таблиця 3.1

Риси характеру, що асоціюються з чоловіками

Позитивні риси		Негативні риси	
Характеристика	Приклади	Характеристика	Приклади
Активний	—	Агресивний	<i>der Brüllaffe</i> 'гарикало'
Відважний	<i>der Löwe</i> 'лев'	Самовпевнений	<i>der König</i> 'король'
Здібний	<i>der As</i> 'ас'	Брутальний	—
Дотепний	<i>der Witzbold</i> 'гострослов/дотепник'	Нерозважливий	<i>ein lockerer Vogel</i> 'шаланут'
Врівноважений	—	Нестримний	—
Енергійний	—	Схильний командувати	<i>der Chef</i> 'командир'
Жартівливий	<i>der Eulenspiegel</i> 'забавник'	Схильний до ризику	<i>der Draufgänger</i> 'зірвиголова'
Незалежний	—	Хвалькуватий	<i>der Großmaul</i> 'вихваляка'
Серйозний	—	Самовдоволений	<i>der Geck</i> 'фам'
Сильний	<i>der Kraftmensch</i> 'кремінь'	Скупий	<i>der Geizhals</i> 'скнара'
Тямуций	<i>der Hamster</i> 'розумака'	Авантюристичний	<i>der Landstreicher</i> 'зайдишвім/авантюрист'
Рішучий	—	Неприятний	<i>das Walross</i> 'мурмило'
Ініціативний	—	Гамірливий	<i>der Schnackmeister</i> 'говорун'
З широкими інтересами	<i>der Bücherfreund</i> 'грамотій/книголюб'	Лінивий	<i>der Faulenzer</i> 'ледака'
Прогресивний	—	Владний	<i>ein schlauer Hecht</i> 'супостат'
Витривалий	—	Зарозумілий	<i>der Großtuer</i> 'гордій'
Раціональний	—	Впертий	<i>der Kamel</i> 'Осел'
Підприємливий	<i>die Heuschrecke</i> 'акула'	Жорстокий	<i>die Bestie</i> 'звір'

Для кожної з груп – група позитивних характеристик та група негативних характеристик – було підібрано по 18 стереотипних якостей, притаманних, як уже було зазначено вище, 25 країнам світу. Проаналізувавши дані з таблиці можна з певністю сказати, що метафоричних позначень, які підходять для опису чоловічих негативних рис характеру більше, аніж для позитивних рис. Це знову ж таки можна пояснити тим, що на підсвідомому рівні усі люди спочатку бачать негативні якості і аж після глибшого та ближчого знайомства починають розпізнавати позитивні, байдуже з якої країни вони родом.

З метою кращого розуміння кількісної різниці між метафоричними позначеннями з позитивною та негативною конотацією ці дані були оформлені у таблицю.

Таблиця 3.2

Риси характеру, що асоціюються з чоловіками у відсотковому співвідношенні

	Абсолютна кількість лексичних одиниць	Відносна кількість лексичних одиниць (%)
Позитивні характеристики	9	50
Негативні характеристики	16	88,8
	18	100

Як показав підрахунок, кількість одиниць на позначення чоловічих позитивних характеристик становить 9 лексичних одиниць, тобто 50 % відповідно. Що ж до одиниць на позначення чоловічих негативних характеристик, то ця група налічує 16 лексичних одиниць та аж 88,8 % відповідно. Різниця між ними становить 38,8 %, а отже можна зробити висновок, що у більш, ніж третині випадків, коли одна особа оцінює іншу особу чоловічої статі опираючись на стереотипи, то вона першочергово висловлюватиме негативну критику.

Таблиця 3.3

Риси характеру, що асоціюються з жінками

Позитивні риси		Негативні риси	
Характеристика	Приклади	Характеристика	Приклади
Співчутлива	–	Нещира	<i>der Frömmler</i> 'лукавиця'
Ніжна	<i>der Engel</i> 'ангел'	Вразлива	–
Скромна	–	Дратівлива	–
Терпляча	–	Метушлива	<i>umtriebiger Mensch</i> 'вертуха'
Обережна	–	Непосидюча	<i>der Zappelphilipp</i> 'непосида'
Приємна	<i>die Schmusekatze</i> 'душка'	Плаксива	–
Чарівна	<i>das Püppchen</i> 'ляля'	Хитра	<i>der Fuchs</i> 'лисиця'
З розвиненою уявою	<i>der Märchenonkel</i> 'вигадько'	Легковажна	<i>der Schelm</i> 'пустунка'
Допитлива	–	Збудлива	<i>die Xanthippe</i> 'фурія'
Сором'язлива	–	Прискіплива	<i>der Splitterrichter</i> 'причена'
Чуйна	–	Балакуча	<i>der Plappermaul</i> 'базіка'
Мрійлива	–	Боязка	<i>das Bährlamm</i> 'вівця'
Витончена	<i>die Königin</i> 'королева'	Несмілива	<i>der Bastschuh</i> 'лапоть'
Покірна	<i>das Lamm</i> 'добрячка'	Ненадійна	–
Поблажлива	<i>die Wohltäterin</i> 'милостивиця'	Образлива	–
Розуміюча	–	Нерозумна	<i>der Unwissender</i> 'невіглазка'
М'якосерда	–	Нечестолобна	–
Добра	<i>ein gutes Tier</i> 'добрячка'	Нерозсудлива	<i>der Flattergeist</i> 'вімпрогонка'

За таким самим принципом проаналізуємо жіночі стереотипні риси характеру. У цьому випадку для кожної з груп також було обрано по 18 якостей. Як бачимо, тут ситуація схожа з попередньою, адже метафоричних позначень, що будуть умісні для опису жіночих негативних рис характеру теж більше, ніж для позитивних рис. Розглянемо також кількісні дані.

Таблиця 3.4

Риси характеру, що асоціюються з жінками у відсотковому співвідношенні

	Абсолютна кількість лексичних одиниць	Відносна кількість лексичних одиниць (%)
Позитивні характеристики	8	44,4
Негативні характеристики	12	66,6
	18	100

За даними підрахунку, кількість одиниць на позначення жіночих позитивних характеристик становить 8 лексичних одиниць, тобто 44,4 % відповідно. Група на позначення жіночих негативних характеристик налічує 12 лексичних одиниць, тобто 66,6 % відповідно. Різниця між ними становить 22,2 %. У порівнянні із різницею чоловічих стереотипних рис це майже вдвічі менше, а отже можна підсумувати, що у випадку, коли оцінюється жінка, люди можуть проявляти більше лояльності та стриманості, хоча це не перешкоджає їм критично оцінювати з негативної точки зору. Вражає те, що ці стереотипні риси характеру були зібрані з багатьох країн світу і є для них спільними.

«Дослідники вважають, що така вражаюча кроскультурна схожість між гендерними стереотипами доводить не біологічну детермінованість відмінностей між жінками та чоловіками, а швидше є наслідком схожості соціального розподілу праці між гендерами, виникнення якого відбулося ще у давні часи, та який ставав різноманітнішим в ході історичного розвитку, але

більшою чи меншою мірою завжди зберігав за жінками відповідальність за виконання видів праці усередині сім'ї, а за чоловіками видів діяльності за її межами. Оскільки такий розподіл праці продовжує існувати й донині, хоча й значно змінений у певних більш розвинутих державах, то й дотепер відтворюються гендерно-рольові стереотипи» [50].

Отже, гендерні стереотипи – це явище надзвичайно стійке, яке обґрунтовується не тільки міцними зв'язками між соціальними і біологічними ролями жінок та чоловіків та відповідно рисами, які їм приписуються, а й особливостями опрацювання інформації, притаманному людській свідомості, в умовах того чи іншого народу з його специфічним менталітетом.

3.3 Гендерні стереотипи образу німецьких жінок і чоловіків

Впродовж довгого відтинку часу, внаслідок вкоріненою патріархальній традиції в Німеччині (як і в Україні), жіноча стаття була затиснута в традиційних межах трьох «К» - Kinder, Kirche, Küche (діти, церква, кухня). Поліпшення соціальних позицій жінок в суспільстві почалося у післявоєнні роки [48].

Розпочатий в країнах Заходу процес модернізації економіки призвів до розширення форм зайнятості для жіночої статі, зростання ролі освіти, поліпшення соціальної мобільності жінок. Таким чином, вивільнивши собі простір для особистої свободи, німецькі жінки знайшли можливість і здатність самостійно розпоряджатися своїм життєвим простором.

У зв'язку з існуванням впродовж майже пів століття двох різних Німеччин, в соціалістичній частині відбувалися ті ж процеси жіночої емансипації і фемінізації, що й в СРСР. З одного боку, жінка була змушена працювати на благо соціалістичної держави, а з іншого боку, вони вже розуміли, що старі норми трьох «К» тільки обмежують їхню свободу і не дають повноцінно розвиватися.

Після об'єднання двох Німеччин на початку 1990-х жіноча стаття почала освоювати політичне поле. Німецькі жінки поступово домоглися квотування в

політичних партіях та організаціях. Великих успіхів вони досягли в чинному уряді Ангели Меркель.

У цьому процесі необхідно відзначити як позитивні, так і негативні аспекти. З одного боку, свобода вибору, мобільність в житті німецької жінки зараз привели до того, що материнство і сім'я стали лише однією з кількох складових ідентичності жінки. Сучасні ринкові відносини диктують і вимагають жорсткого підпорядкування, мобільності і повної професійної самовіддачі. Таким чином, вони підточують сферу сімейних відносин, змушують розриватися між особистим та професійним життям. Німці все рідше одружуються, вважаючи за краще цивільне партнерство, яке іноді і не передбачає спільного проживання. У Німеччині такий рід діяльності, як догляд за дітьми традиційно вважався приватною справою, у більшій мірі надбанням сім'ї. Держава, бізнес і громадські організації майже завжди трималися на поважній відстані від цієї справи.

Довге перебування жінок у чоловічій владі призвело з початком постіндустріальної епохи до появи жорсткого, радикального фемінізму. У Німеччині розгорнулася справжня війна статей, яка привела до конфліктів між чоловіками і жінками в політичному та соціальному житті. Потрібно відзначити, що ініціатива йде не тільки з боку жінок, але тепер вже і з боку чоловіків. Вони не збираються заганяти жінок назад – в межі трьох "К". Навпаки, вони висувають ідею абсолютного рівноправ'я.

«Сьогодні ми спостерігаємо великий перехід західної цивілізації від ідеалу мачо, який є впевненим у собі, не рефлексує, є людиною справи й рішень, але виконує в соціумі лише обмежене коло чоловічих функцій, до андрогінного типу особистості, яка бачиться різнобічнішою: це перехід від патріархального до сучасного чоловіка» [48].

Андрогінність не слід співставляти із м'якотілістю чи нерішучістю. В умовах сучасного світу мова йде саме про сильнішу й більш підготовлену до життєвих випробувань особистість – чоловіка, який буде здатен будувати рівні стосунки з успішною та емансипованою жінкою. «Андрогінність – це коли до

маскулінності додається певна психологічна м'якість, тобто чоловічі якості (як-от фізична сила, здатність ухвалювати рішення) поєднуються з рисами, що їх патріархальне суспільство сприймає як жіночі (теплота, психологічна підтримка, тактовність у поведінці). До цього варто додати справедливий, рівноправний розподіл праці між чоловіком та жінкою» [48].

У суспільствах Західної та Центральної Європи, в тому числі й Німеччини такий «сучасний» тип домінує, він притаманний більшій частині чоловічого населення. Практикування гендерної рівності на Заході не заважає тамтешнім чоловікам ставитися до жінок із повагою. Причому йдеться не лише про звичайну незнайомку в громадському транспорті, а й про взаємини в родині. Переїняття на себе половини домашніх обов'язків, наприклад, приготування їжі або догляд за дитиною, не принижують їхньої «чоловічої гідності». Тут бачиму чутку відмінність із типовим образом українського чоловіка, адже вони не змогли на масовому рівні перейти синхронно з рештою Європи від патріархального устрою до нових форм соціального буття, що вкрай перешкоджає їм сприймати протилежну стать собі за рівну.

У більшості випадків в середовищі німецьких жінок, на відміну від жінок східної Європи, не вітається елегантний жіночий одяг, взуття на високих підборах, приталені вбрання з декольте і яскравий макіяж. Навпаки, такий одяг вважається атрибутом жінок, які за допомогою неприродних засобів планують скласти в суспільстві або на ринку праці конкуренцію чоловікам [48].

Відлунням феміністичної боротьби за рівноправність є нейтральне ставлення до жінки в суспільстві. Так, проявити джентльменські якості по відношенню до жінки (подати руку або поступитися місцем в транспорті, допомогти відкрити важкі двері, піднести важкі сумки до машини, розплатитися в ресторані, надати інші знаки уваги) у чоловіків практично немає ніякої можливості, оскільки натяк на ставлення жінки до слабкої статі, може бути розцінений як образа, але незважаючи на це чоловіки ставляться з повагою до жіночої статі.

В середині минулого століття феміністичні ідеї прорвалися не тільки в соціальну і економічну сферу німецького суспільства, а й в правову і законодавчу систему. В даний час, на початку XXI століття відбувається поступове звільнення чоловіків від деяких жорстких, гнітючих правових форм. Так, наприклад, раніше при розлученні чоловіків і жінок, чоловік в більшості випадків зобов'язувався виплачувати грошову допомогу на життя жінки, яка отримувала повну свободу дій. Вона могла мати цивільні відносини з новим чоловіком, не працювати і жити в своє задоволення. А чоловік не мав можливості (матеріальної), щоб створити нову сім'ю або виховувати нових дітей. В даний час, ця норма пом'якшена і якщо жінка перебуває в працездатному віці, тоді вона сама зобов'язана себе утримувати після розлучення.

Гендерні стереотипи в німецькій мові найтіснішим чином пов'язані з еволюційними процесами в суспільстві. Як відомо, проблеми взаємин мовних і соціальних структур невіддільні.

Так, в сучасній німецькій мові "професійна діяльність людини" є одним з найбільш важливих аспектів, що характеризують людину. Мова поповнюється особливо інтенсивно зважаючи на різноманіття і мінливість відносин, в які вступають чоловіки і жінки в процесі своєї життєдіяльності. Наукові і технічні зміни в сфері праці та професійних пріоритетів, які не стоять на місці і постійно рухаються вперед, поява нових сфер діяльності, стали сигналом до виникнення великої кількості нових професій диференційованих за статевою ознакою.

Істотні зміни, що відбулися в соціальному і професійному статусах жінок і їхнє самоствердження в таких "чоловічих" сферах професійної діяльності, як бізнес, митна, пожежна служба і політична діяльність зажадали відображення жіночої професійної діяльності в мовних структурах за допомогою створення відповідних нових визначень.

Нові найменування жіночих професій виконують важливу соціальну функцію в суспільстві. Вони здатні показати жіночу потенційну можливість

займатися нетрадиційними для них професійними заняттями, зруйнувати застарілі патріархальні стереотипи, подолати упередження і страхи.

Проте, у сучасній німецькій мові ще існують ознаки патріархальності. Якщо ми хочемо звернутися до заміжньої жінки, то ми повинні сказати: «Frau Schmidt» (жінка або дружина Шмідта - чоловіка). Ім'я жінки знеособлюється. Вона є дружиною чоловіка і тільки його прізвище існує. Тут немає звернення до неї по імені, а лише його прізвище звучить постійно при вітанні, прощанні, зверненні.

Також цікава проблема суфіксів в німецькій мові і їхня гендерна складова. Не політкоректним вважається те, якщо в публічних промовах, статті або офіційному документі, буде використовуватися тільки іменник чоловічого роду для позначення будь-якої соціальної групи. Все повинно бути збалансовано. Професору (der Professor) – чоловікові відповідає професорка (die Professorin) – жінка, лікарю (der Arzt) – лікарка (die Ärztin), шоферові (der Fahrer) – шоферка (die Fahrerin), канцлеру (der Kanzler) – канцлерка (die Kanzlerin). Тут доцільно провести паралель із мовними тенденціями в Україні, адже на сьогодні досить активно розгортається процес фемінізації іменників на позначення професій [48].

Гендерна тематика стає як ніколи актуальною для дослідників, бо в ході ХХ століття різко змінилося соціальне і культурне середовище, в межах якого складаються форми і стереотипи людських взаємин, трансформуються культурні смисли: те, що було очевидним, ставиться під сумнів, те, що раніше відкидалося, набуває статусу загальноприйнятої норми.

Таким чином, стереотипи, будучи важливими елементами культурного простору, складають помітну частку національної специфіки будь-якої мови та будь-якого суспільства. Вивчення національно-культурної специфіки стереотипів дозволить уникнути можливих міжкультурних конфліктів і зробити процес взаємин більш прийнятним для всіх.

3.4 Метафора у міжкультурній комунікації

Стереотипи певна річ значно впливають на комунікацію між людьми з однієї спільноти, проте на них також зважають та опираються і при процесі міжкультурної комунікації. Окрім стереотипів існує низка інших факторів, що впливають на процедуру перебігу спілкування людей з різних країн, а відповідно й людей з різним світобаченням та світосприйняттям.

Уявлення людини про світ унікальні, риси подібності можуть виникати в конкретній ситуації, їх неможливо передбачити заздалегідь. Характеристики подібності індивідуальні в тому сенсі, що вони породжуються на основі досвіду взаємодії людини з об'єктами навколишнього світу. Іншими словами, наша оцінка та нові метафори зокрема виникають на основі специфічного індивідуального досвіду [32].

Саме через таку специфічність та різні погляди на устрій світу, мораль та принципи у міжкультурній комунікації виникають конфлікти.

Під час міжкультурних зустрічей велика ймовірність того, що поведінка людей не буде відповідати нашим очікуванням. Ми часто інтерпретуємо таку поведінку як спробу посягнути на нашу систему цінностей і мораль. Вона викликає негативні емоції, які розхитують нашу Я-концепцію. Ці конфлікти виникають в міжкультурному спілкуванні людини не тільки з людьми, але також з іншими агентами культурної системи (такими, як громадський транспорт, пошта, торгівля, бізнес).

Конфлікт при міжкультурному спілкуванні неминучий. Оскільки учасники інтеракції не можуть послати або прийняти сигнали однозначним чином, як вони звикли це робити у внутрішньо культурних ситуаціях, епізод міжкультурної комунікації може викликати у нас фрустрацію або ж випробовувати наше терпіння. У подібних ситуаціях легко вийти з себе, і люди можуть швидко почати розчаруватися або втратити інтерес до подібних контактів через ті додаткові зусилля, яких вони вимагають. Навіть якщо учасники комунікації домагаються певного успіху в інтерпретуванні сигналів, трактування повідомлень може

виявитися частковим, двозначним або помилковим. Можливо, повідомлення не вдасться розшифрувати у відповідності з початковим наміром відправника, що веде до комунікативних суперечностей і проблем в подальшому спілкуванні.

Тому при міжкультурному спілкуванні слід ретельно добирати слова і не лише звичайні, буденні, а й зважати на правильне вживання метафоричних позначень. Застосовуючи у своєму мовленні ту чи іншу метафору людині необхідно чітко розуміти її значення та бути певним у тому, що цей вислів не образить співрозмовника. Наприклад, якщо розглядати комунікацію між корінним мешканцем Німеччини та представником іншої країни світу і якщо уявити, що не носій мови захоче вжити таку метафору як *der Teufelskerl* (укр. 'шибайголова'), навіть якщо вона буде вжита у жартівливій формі, то це не означає, що співрозмовник зрозуміє таке звертання.

Звичайно, така неоднозначність сприяє виникненню конфлікту. Люди можуть втратити терпіння через двозначності, а це веде до гніву, роздратування чи навіть люті. Однак навіть після того як невизначеність вдається частково розвіяти, конфлікт все рівно неминучий через відмінності в розумінні вербальної мови і невербальної поведінки у різних культур, а також в супутніх емоціях і цінностях, властивих тій чи іншій культурній системі. Результатом цього часто стають різні інтерпретації прихованого наміру учасниками інтеракції, що може іноді траплятись і при внутрішньо-культурному комунікації.

Також далеко не останню роль у процесі міжкультурної комунікації відіграють етнічні стереотипи.

Етнічний стереотип у цьому випадку можна визначити як «спрощений, схематизований, емоційно забарвлений і надзвичайно стійкий образ будь-якої етнічної групи або спільноти, з легкістю розповсюджуваний на всіх її представників».

Таким чином можна зробити висновок, що у таких літературних явищах як фольклор, епос, літописні пам'ятки глибоко та міцно вкорінилось походження етнічних стереотипів. Важливо відзначити, що вкрай багатий матеріал для

вивчення процесу формування етнічної самосвідомості народу і, як наслідок, етнічних стереотипів поведінки і сприйняття інших етносів дає вивчення особливостей народної мови і словотвору.

Кожен етнос в процесі своєї життєдіяльності на певній території в конкретних соціально-економічних та історичних умовах виробляє свій унікальний стереотип поведінки, який надає членам етносу загальноприйняті моделі поведінки в тих чи інших стандартних ситуаціях. В цьому контексті «стереотип» означає не стільки уявлення про інші етноси, скільки «стійкі, регулярно повторювані елементи способу життя, які хоча і мають відому соціальною значимістю, проте не носять» характеру події «і не усвідомлюються носіями поведінки як «вчинки» [61]. Етнічний стереотип поведінки – це набір типових програм, спрямований, перш за все, на «нейтралізацію тенденції до індивідуалізації поведінки, стримування зростання його варіативності, бо нічим не контрольований ріст різноманіття неминуче призвів би до розпаду суспільства» [5]. Таким чином, етнічні особливості поведінки виступають найважливішим етноконсолідуючим фактором і підставою для порівняння і зіставлення з іншими етносами. За словами Сергія Олександровича Арутюнова, «етнічні відмінності виявляються в тому, як люди одягаються, як вони їдять, в їх улюблених позах стояння або сидіння, хоча всі люди на землі і одягаються, і їдять, і сидять» [9]. У різних етнічних культурах одним і тим же діям може надаватися різний зміст, або один і той же зміст може знаходити різне вираження у вчинках. Стереотипні уявлення якраз і формуються при спробі інтерпретувати поведінку представника іншого етносу, яке зазвичай здійснюється з точки зору особливостей своєї власної культури.

У своєму дослідженні міжкультурної комунікації Л. М. Барна виділив шість основних перешкод, або «каменів спотикання» (англ. «stumbling blocks»), що заважають ефективній міжкультурній комунікації:

1. *Припущення подібностей.* Однією з причин непорозуміння при міжкультурній комунікації стає те, що люди наївно припускають, ніби всі вони

однакові або, принаймні, досить схожі для того, щоб легко спілкуватися один з одним. Зрозуміло, що всім людям властивий ряд базових подібностей в біологічних і соціальних потребах. Однак комунікація - це унікальна людська особливість, яку формують специфічні культури і суспільства. Дійсно, комунікація являє собою продукт культури. Крім того, вихідці з деяких культур роблять більше припущень щодо подібностей, ніж вихідці з інших, тобто ступінь припущення людьми того, що інші до них подібні, варіюється для різних культур. Таким чином, саме припущення подібностей виступає у ролі культурної змінної.

2. *Мовні відмінності.* Коли люди намагаються спілкуватися мовою, яку знають не досконало, вони часто вважають, що слово, фраза або речення мають одне і тільки одне значення – те, яке вони мають намір передати. Робити таке припущення – означає ігнорувати всі інші можливі джерела сигналів і повідомлень, включаючи невербальну експресію, інтонацію голосу, позу, жести і дії. Оскільки люди чіпляються за поодинокі, прості інтерпретації того, що, по суті, є складним процесом, тому в комунікації і будуть виникати проблеми з порозумінням.

3. *Помилкові невербальні інтерпретації.* В будь-якій культурі невербальна поведінка складає більшу частину комунікативних повідомлень. Але дуже важко повністю розуміти невербальну мову культури, яка не є вашою власною, рідною. Неправильна інтерпретація невербальної поведінки може легко призвести до конфліктів або конфронтацій, які порушують комунікативний процес.

4. *Упередження та стереотипи.* Як говорилося раніше, стереотипи і упередження щодо людей це природні і неминучі психологічні процеси, які впливають на всі наші сприйняття та комунікативні контакти. Зайва опора на стереотипи може перешкодити нам об'єктивно оцінити інших людей та їхні повідомлення і знайти підказки, які допоможуть проінтерпретувати ці повідомлення в тому ключі, в якому нам мали намір їх передати. Стереотипи

підтримуються безліччю психологічних процесів (включаючи виборчу увагу), які можуть негативно впливати на комунікацію.

5. *Прагнення оцінювати.* Культурні цінності також впливають на наше ставлення до інших людей і навколишнього світу. Різні цінності можуть викликати негативні оцінки, які стають ще одним каменем спотикання на шляху до ефективної міжкультурної комунікації.

6. *Підвищена тривога або напруга.* Епізоди міжкультурної комунікації часто пов'язані з більшою тривогою і стресом, ніж знайомі ситуації внутрішньо-культурному комунікації.

Потрапляючи в іншу національно-культурне і мовне середовище, людина потрапляє в інший світ цінностей і правил, а також норм спілкування, які необхідно знати і враховувати для повноцінного спілкування з представниками інших лінгвокультур.

Саме на основі правил простіше збудувати систему «граматики» самобутності народу [79].

Термін «правило» в даному контексті використовується в широкому сенсі. Пошук таких правил неминуче призводить до спроби зрозуміти й охарактеризувати культуру народу, тобто сукупність моделей поведінки, традицій, способу життя, ідей, вірувань і цінностей тієї чи іншої соціальної групи.

Найбільш яскраво національні особливості світобачення і світорозуміння емпіричної дійсності проявляються в системі образів-еталонів, які сформовані в повсякденному культурі і відображені в стійких порівняннях. В українській мові такими еталонами можуть бути метафоричні порівняння, як от «дурний як баран», «хитрий як лисиця» і т. д.

Мовний соціум спочатку приписує тим чи іншим тваринам певні властивості, які виявляються в них з точки зору повсякденно-культурного досвіду і притаманні також людині. Потім порівняння, що стали

загальноприйнятими, еталонізуються і уособлюють «нелюдські» зразки людських властивостей, які говорять не про світ, а про «окультурений» світогляд.

Одним із прикладів реалізації в метафоричних значеннях цих імпліцитних традиційних для німецької мовної свідомості зразків-еталонів є метафора *der Affe*. Значення цієї одиниці – «дурна, нерозумна людина, недотепа» – вміщує в собі уявлення про мавпу, яке прижилося в національному менталітеті, наділеною такою якістю, як дурість.

Таким чином, абсолютно будь-яке слово має своє лексичне значення, закріплене в свідомості виглядом або явищем. Метафора допомагає висловити приховане образне порівняння, тобто взаємодіяти двом поняттям про різні речі всередині одного виразу.

Мова, будучи засобом спілкування, не тільки дозволяє повідомляти і зберігати інформацію про будь-які явища реального та ірреального світу, але і відображає всі зміни, що відбуваються у свідомості людей.

Національні особливості проявляються не тільки в способі життя людей, в їх матеріальній і духовній культурі, а й у мові, в тому числі, і в лексиці – у метафоричних образах.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі розглядався стереотип як явище, яке значною мірою впливає на сприйняття одне одного, сприйняття довколишнього світу, формування цінностей. Стереотип розглядається як стандартна схема мислення, дій і відносини індивіда до навколишнього світу та інших його представників, наповнену різним вмістом в залежності від приналежності цього індивіда до певної соціальної, етнічної або культурної спільноти.

Термін «стереотип» вперше використав американський журналіст У. Ліппман. З моменту введення ним цього терміну була запропонована величезна кількість його конкретних визначень. Фахівці кожної з дисциплін, що займаються вивченням стереотипу, прагнуть виділити в ньому ті

характеристики, які, перш за все, відображають його роль в їх сфері дослідження. У зв'язку з цим мова йде про соціальні стереотипи, стереотипи спілкування, мовленнєві стереотипи і етнічні стереотипи.

Образ світу, який складається у людей різних національностей в процесі осягнення ними різноманіття світу, накладає відбиток на мову, а також визначає специфіку комунікативної поведінки мешканців тієї чи іншої країни.

У лінгвістичній науці поняття гендер, гендерний стереотип – це об'єкт міждисциплінарного знання, вивчення якого вимагає інтегративного підходу, що включає загальнонаукові підстави. Ці поняття належать до однієї з основних характеристик особистості, які обумовлюють психологічний і соціальний розвиток людини.

Слід пам'ятати про те, що в кожній мові образ чоловіка і образ жінки виражається по-різному, що дозволяє виявити особливості кожної культури. Кожна культура визначає деякі характерні риси, властиві тій чи іншій статі, що чинить відповідних вплив на формування гендерних стереотипів. Проте є низка стереотипних рис характеру притаманних одразу багатьом культурам, країнам світу.

У ході дослідження було встановлено, що на сучасному етапі існує декілька стереотипних образів характерних для масової культури в тому числі і для українського суспільства. Отже, українська дослідниця С. О. Філоненко виокремила 7 стереотипних образів сучасної української жінки, а саме *жінка-Барбі, попелюшка, гламурна дівчина, жінка-стерво, супержінка, феміністка та берегиня*.

Розглядаючи стереотипи, які стосуються українських чоловіків, слід зазначити, що українське суспільство завжди було і досі є патріархальним. Для чоловіка відводилася, і по сьогоднішній день це залишається актуальною, роль здобувача, захисника сім'ї, голови родини. Поза межами сім'ї він також проявляє активність: він працює, приносить прибуток для сім'ї, взагалі може показувати будь-які всі свої лідерські якості, вміння, навички, таланти і за межами сім'ї.

Переходячи до розгляду німецьких жіночих стереотипів варто перш за все зауважити, що вони пройшли важкий шлях, щоб досягти того суспільного стану, який вони мають зараз. Спочатку німецька жінка повинна була думати лише про догляд за домом, дітьми та чоловіком. Проте фемінізм вплинув на німецьке суспільство таким чином, що на сьогодні німецькі жінки незалежні, вони мають високий статус у суспільстві та посідають керівні посади. У більшості випадків в середовищі німецьких жінок, на відміну від жінок східної Європи, не вітається елегантний жіночий одяг, взуття на високих підборах, приталені вбрання з декольте і яскравий макіяж. Навпаки, такий одяг вважається атрибутом жінок, які за допомогою неприродних засобів планують скласти в суспільстві або на ринку праці конкуренцію чоловікам.

Що ж стосується німецьких чоловіків, то в процесі дослідження було визначено, що на сучасному етапі вибудувались нові стереотипні риси для сильної половини людства. Якщо раніше у Німеччині панував патріархат і чоловік був головою у всьому та забезпечував родину, то зараз все більших обертів набирає таке явище як андрогінність, яку не слід співставляти із м'якотілістю чи нерішучістю. В умовах сучасного світу мова йде саме про сильнішу й більш підготовлену до життєвих випробувань особистість – чоловіка, який буде здатен будувати рівні стосунки з успішною та емансипованою жінкою. Андрогінність – це коли до маскулінності додається певна психологічна м'якість, тобто чоловічі якості (як-от фізична сила, здатність ухвалювати рішення) поєднуються з рисами, що їх патріархальне суспільство сприймає як жіночі (теплота, психологічна підтримка, тактовність у поведінці).

При пошуку інформації про стереотипні якості було виявлено, що існує також низка стереотипних характеристик, притаманних чоловікам та жінкам. Цей перелік вважається загальнопоширеним, властивий представникам близько 25 країн світу, в тому числі України та Німеччини.

Проаналізувавши ці спільні риси та підібравши відповідні приклади із практичного матеріалу можна з певністю сказати, що метафоричних позначень,

які підходять для опису чоловічих та жіночих негативних рис характеру більше, аніж для позитивних рис. Це пояснюється тим, що на підсвідомому рівні люди спочатку бачать негативні якості і лише у випадку ближчої комунікації починають розпізнавати позитивні, байдуже з якої країни вони родом.

За даними підрахунків, кількість одиниць на позначення чоловічих позитивних характеристик становить 9 лексичних одиниць, тобто 50 % відповідно, а на позначення негативних характеристик – 16 лексичних одиниць, тобто 88,8 %. Різниця становить 38,8 %, що дозволяє припустити, що у більш, ніж третині випадків, коли одна особа оцінює іншу особу чоловічої статі опираючись на стереотипи, вона першочергово висловлюватиме негативну критику.

Стосовно кількості одиниць на позначення жіночих характеристик результати були наступні: група позитивних рис налічує 8 лексичних одиниць, тобто 44,4 %. Група на позначення жіночих негативних характеристик налічує 12 лексичних одиниць, тобто 66,6 %. Різниця між ними становить 22,2 %, а отже у порівнянні із чоловіками це майже вдвічі менше. Тобто можна підсумувати, що у випадку, коли оцінюється жінка, люди можуть проявляти більше лояльності та стриманості, хоча це не перешкоджає їм критично оцінювати з негативної точки зору. Вражає те, що ці стереотипні риси характеру були зібрані з багатьох країн світу і є для них спільними.

У розділі також коротко описується вплив стереотипів на процес міжкультурної комунікації. Уявлення людини про світ унікальні, риси подібності можуть виникати в конкретній ситуації, їх неможливо передбачити заздалегідь. Наша оцінка та нові метафори зокрема виникають на основі специфічного індивідуального досвіду.

Саме через таку специфічність та різні погляди на устрій світу, мораль та принципи у міжкультурній комунікації виникають конфлікти.

У такому випадку необхідно зазначити, що при міжкультурному спілкуванні співрозмовникам слід ретельно добирати слова і не лише звичайні,

буденні, а й зважати на правильне вживання метафоричних позначень. Застосовуючи у своєму мовленні ту чи іншу метафору людині необхідно чітко розуміти її значення та бути певним у тому, що цей вислів не образить співрозмовника. Наприклад, якщо розглядати комунікацію між корінним мешканцем Німеччини та представником іншої країни світу і якщо уявити, що не носій мови захоче вжити таку метафору як *der Teufelskerl* (укр. ‘шибайголова’), навіть якщо вона буде вжита у жартівливій формі, то це не означає, що співрозмовник зрозуміє таке звертання.

Звичайно, така неоднозначність сприяє виникненню конфлікту. Люди можуть втратити терпіння через двозначності, а це веде до гніву, роздратування чи навіть люті, а отже важливо не переходити цю тонку грань, щоб уникнути неприємних та конфліктних ситуацій.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі були проаналізовані та описані такі лінгвістичні поняття як оцінка та метафора. Було встановлено, що метафори наповнені глибоким оцінним значенням. Завдяки дослідженням метафор доведено, що вона у більшості випадків визначається як порівняння і може служити для відображення емоцій, викликати потрібну реакцію та враження у слухача.

Н. Д. Арутюнова вважає, що вивчення метафори стає все більш інтенсивним, захоплює різні галузі знання. Наслідком взаємодії різних напрямків наукової думки стало формування когнітивної науки. А якщо вивчити метафору з погляду когнітивної лінгвістики, то виходить, що метафора є способом пізнання і пояснення світу.

В процесі дослідження було виявлено, що метафоризація обумовлена спробою людського мислення пізнавати нові явища за допомогою порівняння їх з уже відомими раніше. Оціночна функція, яка також властива метафорі, дає нам право зрозуміти, на основі яких ознак сталося перенесення значення.

Також опираючись на думку Г. Н. Складєвської, можна стверджувати, що принцип найменування людини іменами інших об'єктів зветься антропоцентричним. Характеристики людини містять не тільки вказівку на подібність, але й оцінку, пов'язану з емоційним ставленням до визначеного об'єкта.

Вивчаючи теоретичні засади метафори було виявлено, що у випадках, де мовець намагається підкреслити характер людини або з деяких причин пряме пояснення неможливо він використовує різні манівці, найчастіше для цього служить саме метафора, де мовець порівнює явище, характер адресата з схожим на нього іншим явищем, яке знайоме адресату. Цікавим є порівняння німецьких метафор. Більшість з них утворено від імен тварин, птахів, плазунів, комах і т. д. для позначення або підкреслення якостей, властивостей людини. Наприклад: *der Duckmäuser, die Giftkröte, der Hasenfuß, der Prahlhans, der Streithahn*.

Для позначення людини у німецькій мові часто використовуються назви частин тіла тварин в грубому і вульгарному значенні. Наприклад: *der Großmaul*, *das Lästermaul*, *der Maulheld*. Для німецької розмовної мови характерно також використання назви овочів, фруктів для позначення голови, обличчя і т. д. людини. Наприклад: *die Kürbis*, *die Birne* – у значенні голова; *das Kartoffel*, *das Gurke* для позначення носа.

Крім того необхідно приділити увагу гендерній метафорі. За словами А. С. Янкубаєвої гендерна діхтомія спостерігається на всіх мовних рівнях. Вона розглядає метафори (це може бути, як і образна лексика, так і окремі зооморфізми), які є типовими тільки для чоловіків або жінок. Для гендерного розгляду метафор актуальним є пізнання чоловіків або жінок через реалії дійсності (наприклад: тварини, предмети, професія і т. д.). Не варто забувати про існування також універсальних метафор, які використовуються для опису чоловіків і жінок. В даному випадку гендерний аспект метафори реалізується через контекст.

Як універсальне лінгвістичне явище, метафора є важливим засобом когнітивної діяльності людини. Варто зауважити, що в останні десятиріччя з'явилася значна кількість психолінгвістичних досліджень, присвячених цій проблемі (М. Балота, Т. Белт, В. Бріттон, Р. Гіббс, Р. Стернберг, В. Вільямс, В. Харді, К. І. Алексєєв, А. А. Залевська, Н. В. Рафікова, М. В. Самойлова та ін.), що вимагає наукового осмислення досягнень в розвитку психолінгвістичної теорії метафори.

Такі дослідники як наприклад Р. Стернберг і В. Вільямс зробили детальний аналіз метафор, які застосовуються в наукових текстах при описі інтелекту людини. Підкреслюючи, що ці метафори створені в рамках тієї чи іншої теорії, автори відзначають, що при описі складного об'єкта не може бути якоїсь однієї «правильної» метафори: кожна з них акцентує увагу на певному аспекті досліджуваного об'єкта. Автори розділили використовувані в дослідженнях інтелекту метафори на три групи:

1) метафори, що ґрунтуються на внутрішньому світі індивіда і описують ментальні процеси, структури репрезентації і зміст того, чим оперує інтелект (географічні, комп'ютерні та біологічні метафори);

2) метафори, пов'язані з зовнішнім по відношенню до індивіда світом (антропологічні і соціологічні метафори);

3) метафори, що ґрунтуються на одночасному врахуванні і того, що є специфічним для внутрішнього світу, і того, що виходить від оточення людини, і по-різному поєднують різноманітні метафори.

Аналізуючи функціональні особливості метафор ми опирались на класифікацію Джона Лакоффа. Він запропонував такі їх типи:

1) Номінативна метафора, яка використовується для позначення об'єкта, що не має власного найменування. Даний вид метафор існує лише в момент номінації. Здійснивши функцію номінації, вона втрачає внутрішню форму і «згасає». Така метафора широко використовується у сфері термінотворення в різних підмовах науки і техніки.

2) Декоративна (художня) метафора. Слугує засобом прикраси мови, основною сферою її вживання є художня мова.

3) Пояснювальна (педагогічна, дидактична) метафора. Характерна для наукової мови.

4) Оціночна метафора. Характерна для газетних і розмовних метафор. Експресивна метафора в публіцистиці покликана, перш за все, створювати емоційно-оцінний ефект. Метафоричні моделі публіцистики створюються переважно для того, щоб перенести оціночне ставлення від поняття-джерела до метафоричного значення. Вони також виконують маніпулятивну функцію, зокрема, в політичному дискурсі, де вони допомагають визначити ставлення до тієї чи іншої події, створюють певне уявлення про дійсність, необхідне політичному діячеві, яке часто спотворює об'єктивний стан речей.

У нашому дослідженні ми опиралися саме на останній тип метафор – оціночний. В ході дослідження вдалося встановити, що метафора може нести в собі і позитивне, і негативне значення.

Таким чином, нами були виділені 308 лексичних одиниць в українській та знайдено відповідні еквіваленти у німецькій мовах, які є оцінними метафоричними позначеннями рис характеру людини. З 308 лексичних одиниць позитивну конотацію має лише 32 слова (наприклад: *das Lamm* ‘добряк’; *das Engelchen* ‘ангеляточко’; *der Wohltäter* ‘милостивець’). Необхідно зауважити про те, що розподіл деяких метафоричних одиниць між групою позитивної і негативної конотації іноді спричиняє складності, тому що одна і та сама лексична одиниця може вживатись в різних контекстах і таким чином трактуватися як з позитивної, так і з негативної точки зору, тому формується група змішаного типу (наприклад: *der Alleinunterhalter* ‘вумівник’; *der Knurrkater* ‘воркотун’; *armes Luder* ‘горонаха’).

Також оцінні метафоричні позначення рис характеру людини було поділено за тематичними групами. Були виділені наступні тематичні блоки:

- 1) Комунікативні ознаки: *der Brummbär* ‘буркотун’, *die Giftkröte* ‘пліткарка’, *die Labertasche* ‘базика’, *der Schnackmeister* ‘говорун’;
- 2) Поведінка: *der Geizhals* ‘скнара’, *der Möchtegern* ‘вискочка’, *der Schelm* ‘нустун’, *der Splitterrichter* ‘причена’;
- 3) Діяльність: *der Plappermaul* ‘торгаш’, *der Mauschler* ‘махінатор’, *der Faulenzer* ‘ледар’, *der Geschäftmacher* ‘гешефтмахер (шахрай)’;
- 4) Розумові здібності: *der Allesbesserwisser* ‘всезнайко’, *der Dummkopf* ‘йолоп’, *der Mondkalb* ‘легейда’, *der Holzbacke* ‘бовдур’;
- 5) Зовнішня характеристика: *der Geck* ‘франт’, *der Lumpentann* ‘опудало’, *der Schmutzfink* ‘нечепура’, *der Zobel* ‘невмивака’;
- 6) Інше: *der Bonz* ‘цабе’, *armes Luder* ‘горонаха’, *der Glückspilz* ‘везунчик’, *der Stern* ‘зірка’.

Після проведених підрахунків ми отримали наступні дані. Група метафоричних позначень рис характеру людини з семантичним компонентом «Поведінка», що налічує 148 лексичних одиниць, становить приблизно 48 % всієї вибірки, є найчисельнішою групою. Необхідно виділити наступні групи, які доволі сильно поступаються попередній. «Діяльність» - 44, близько 14,2 %, «Зовнішня характеристика» - 42 одиниць, що складає 13,6 %, «Комунікативні ознаки» - 32, близько 10,3 %, «Розумові здібності» - 21 одиниця або 6,8 % всієї вибірки. Група «Інше» (21 одиниць, 6,8 %), включає в себе одиниці, що не відносяться ні до однієї із запропонованих груп.

Також була проведена структурна класифікація оцінних метафоричних позначень.

В роботі були проаналізовані способи словотвору. Варто зауважити, що при утворенні складних метафор найбільш поширеними є словоскладання (37,3 %), афіксація (суфіксація і префіксація) (8,7 %) і зрощення (16,2 %).

Розглядаючи метафоричні позначення з психологічної точки зору слід зауважити, що надзвичайно важливим фактором, який впливає на вираження оцінки та відповідно використання оцінних метафор, є риси характеру, притаманні не лише людині, яку оцінюють, а й людині, яка дає цю оцінку. У нашому дослідженні ми орієнтувались на дослідження Теофраста, який стверджує, що характер «це сукупність відносно стійких індивідуально-своєрідних властивостей особистості, які виявляються у поведінці, діяльності й ставленні до людей, колективу, до себе, речей, праці тощо». Натомість риса характеру «це звична, стійка, повторювана форма реагування, поведінки чи ставлення».

Було виявлено, що структура рис характеру виявляється залежно від того, як людина відноситься до інших людей, до справ, до речей, до себе.

У ході дослідження нами були виділені метафоричні позначення, які були класифіковані саме за цими групами. Група метафоричних позначень рис характеру людини, яка характеризує ставлення людини до інших людей, налічує

78 та становить 25,3% від всієї вибірки. Метафори на позначення ставлення людини до справ – 51 лексична одиниця, близько 16,5%, ставлення людини до себе – 448 лексичних одиниць, що складає 15,5%, ставлення до речей – 16, близько 5,2%. Група «Інше» (115 одиниць, 37,3 %) є найчисельнішою, до неї входять метафори, що не увійшли ні до однієї із перерахованих груп.

У останньому розділі були проаналізовані загальноприйняті стереотипні характеристики жінок та чоловіків, притаманні жителям 25 країн світу. Проаналізувавши ці спільні риси та підібравши відповідні приклади із практичного матеріалу можна з певністю сказати, що метафоричних позначень, які підходять для опису чоловічих та жіночих негативних рис характеру більше, аніж для позитивних рис. За даними підрахунків, кількість одиниць на позначення чоловічих позитивних характеристик становить 9 лексичних одиниць (50 %), а на позначення негативних характеристик – 16 лексичних одиниць, (88,8 %). Стосовно кількості одиниць на позначення жіночих характеристик результати були наступні: група позитивних рис налічує 8 лексичних одиниць (44,4 %). Група негативних характеристик налічує 12 лексичних одиниць (66,6 %). Це пояснюється тим, що на підсвідомому рівні люди спочатку бачать негативні якості і лише у випадку ближчої комунікації починають розпізнавати позитивні, байдуже з якої країни вони родом.

Також у роботі було розглянуто чинники, які впливають на процес міжкультурної комунікації. Нами було виділено дослідження міжкультурної комунікації Л. М. Барни, який виокремив шість основних перешкод, або «каменів спотикання» (англ. «stumbling blocks»), що заважають ефективній міжкультурній комунікації. До них належать припущення подібностей, мовні відмінності, помилкові невербальні інтерпретації, упередження та стереотипи, прагнення оцінювати, підвищена тривога або напруга.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абдулганеева И. И. Словообразовательные форманты интенсификации в художественном языке М. А. Шолохова и способы их передачи на немецкий язык / И. И. Абдулганеева // Филология и лингвистика: проблемы и перспективы: материалы II Междунар. Науч. Конф. – Челябинск: Два комсомольца, 2013. – С. 92-94.
2. Аврамова В. М. Концептосфера оценочности в национальной картине мира / В. М. Аврамова // Проблемы когнитивного и функционального описания русского и болгарского языков. – Шумен: Университетское изд-во «Епископ Константин Преславски», 2003. – С. 17-31.
3. Агеев С. В. О роли фреймов знаний в интерпретации метафорических выражений / С. В. Агеев. [Электронный ресурс]. URL: http://www.amursu.ru/8101/vestnik/7/6_7_99.html-1999.
4. Алексеев К. И. Метафора как объект исследования в философии и психологии / К. И. Алексеев // Вопросы психологии. – 1996. – № 2. – С. 73-85.
5. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю. Д. Апресян. – М.: 1995. – С. 37-67.
6. Арешенкова О.Ю. Типи оцінок та мовні засоби їх вираження в рекламних текстах. // Філологічні студії. – Харків: Університетський журнал, 2012. – С. 44-48.
7. Аристотель. Поэтика: соч.: в 4 т. / Аристотель. – М.: Мысль, 1984. – Т. 4. – 700 с.
8. Артемова Л. В. Оцінно-емотивна домінанта експресивності сучасних іспанських аналітичних статей (на матеріалі періодичних видань “El Rans”, “El Mundo”, “ABC”): Дис. на здобуття ступ. канд. філолог. Наук: 10.02.05. / Л. В. Артемова. – Київ, 2006. – 424 с.
9. Арутюнов С. А. Народы и культуры. Развитие и взаимодействие / С. А. Арутюнова. – М.: Наука, 1989. — 247 с.
10. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова. // Язык и

мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 370-385.

11. Арутюнова Н. Д. Метафора в языке чувств / Н. Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 385-402.

12. Арутюнова Н. Д. Теория метафоры: сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.; вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М.А. Журиной. / Н. Д. Арутюнова. – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.

13. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. / Н. Д. Арутюнова – М.: Наука, 1988. – 341 с.

14. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.

15. Ахутина Т.В. Роль правого полушария в построении текста // Психолингвистика в XXI веке: результаты, проблемы, перспективы. XVI международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. Тезисы докладов. Москва, 15-17 июня 2009 г. / Т.В. Ахутина – М.: Издательство «Эйдос», 2009. – С. 5-26.

16. Балли Ш. Французская стилистика. / Ш. Балли. – М.: УРСС, 2003. – 394с.

17. Блэк М. Метафора // Теория метафоры. – М., 1990. – С.153-172.

18. Будаев Э.В. Становление когнитивной теории метафоры // Лингвокультурология. Вып. 1. – Екатеринбург, 2007. – С. 16-32.

19. Варій М. Й. Загальна психологія.: підр. [для студ. вищ. навч. закл.] / М. Й. Варій – [3-тє вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 1007 с.

20. Вилинбахова Е. Л. Стереотип в лингвистике: объект или инструмент исследования? // Сборник научных статей по материалам Первой конференции-школы "Проблемы языка: взгляд молодых ученых". – М., 2012. — С. 19-28.

21. Вовк В. Н. Языковая метафора в художественной речи: природа вторичной номинации / В. Н. Вовк. – К.: Наукова думка, 1986. – 142 с.

22. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М.: Наука, 1985. – 347 с.

23. Вольф Е. М. Варьирование в оценочных структурах / Е. М. Вольф // Семантическое и формальное варьирование. – М.: Аспект пресс, 1979. – С. 273- 294.
24. Воробьев В. В. Лингвокультурология (теория и методы) / В. В. Воробьев – М.: Изд-во Росс. ун-та Дружбы народов, 1997. – с. 298.
25. Гак В. Г. Метафора: универсальное и специфическое / В. Г. Гак // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 11–26.
26. Глазунова О. И. Логика метафорических преобразований / О. И. Глазунова. – СПб.: Питер, 2000. – 190 с.
27. Єщенко Т. А. Метафора в українській поезії 90-х років ХХ ст.: дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.01 – українська мова / Т. А. Єщенко. – Донецьк: Донецький нац. ун-т, 2001. – 337 с.
28. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: Типы фреймов / С. А. Жаботинская. – Вестник Черкасского университета, 1999. – Вып. 11. – С. 3-20.
29. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ / М. Р. Желтухина – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
30. Залевская А. А. Введение в психолингвистику / А. А. Залевская. – М.: Изд-во РГГУ, 1999. – 382 с.
31. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды / А. А. Залевская. – М.: Гнозис, 2005. – 543 с.
32. Зубкова О. С. Метафора в ментальном лексиконе / О. С. Зубкова. – Saarbrücken, 2011. – 232 с.
33. Зубкова О. С. Профессиональный дискурс как сфера функционирования метафоры (экспериментальное исследование) / О. С. Зубкова // Вестник ЛГУ имени А. С. Пушкина. Научный журнал. Серия Филология. – №3. – 2009. - С. 261 – 270.
34. Иванов Л. Ю. Текст научной дискуссии: Дейксис и оценка. / Л. Ю.

Иванов – М.: «НИП 2Р», 2003. – 208 с.

35. Ивин А. А. Основания логики оценок. / А. А. Ивин – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1970. – 102 с.

36. Казарцева О. М. Культура речевого общения: теория и практика обучения: Учеб. Пособие. / О. М. Казарцева – М.: Флинта, 1998. – 496 с.

37. Каракевич Р. О. Функціональний підхід до аналізу фразеологічних одиниць у мовному аспекті / Р. О. Каракевич // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка. – Кам'янець-Подільський: «Аксіома», 2013. – Вип. 32. – С. 186-189.

38. Карпенко Є. Д. Мовна оцінка в сучасних ЗМІ / Є. Д. Карпенко // Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. – С.34.

39. Кондратьев М. Ю. Социальный стереотип. Социальная психология. Словарь. [Электронный ресурс]. URL: www.slovari.yandex.ru/dict/psychlex4/article/PS4/ps4-0312.htm.

40. Коноваленко Л. И. Семантико-синтаксические средства выражения оценочной модальности в русском и английском языках: автореф. дис. канд. филол. наук / Л. И. Коноваленко. – Краснодар, 1997. – 23 с.

41. Космеда Т. А. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. Монографія. – Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2000. – 349 с.

42. Кузнецов, И. М. Этнический стереотип. Социальная психология. Словарь. [Электронный ресурс]. URL: www.slovari.yandex.ru/dict/psychlex4/article/PS4/ps4-0313.htm.

43. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры: Сборник. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387-416.

44. Лассан Э. Р. О жизни метафор, которыми мы живем / Э. Р. Лассан // Современная политическая лингвистика: проблемы, концепции, перспективы: сб. науч. тр. – Волгоград, 2009. – С. 57-61.

45. Лурия А. Р. Лекции по общей психологии / А. Р. Лурия. – СПб.:

Питер, 2007. – 320 с.

46. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 562 с.

47. Москвин В. П. Русская метафора: Очерк семиотической теории / В. П. Москвин. – М.: Едиториал УРСС, 2006. – 184 с.

48. Надолинская Л. Н. Гендерные стереотипы в Германии / Л. Н. Надолинская. – Вестник Таганрогского института имени А. П. Чехова, 2011. – С. 239-142.

49. Ніконова В. Г. Трагедійна картина світу в поезії Шекспіра: [моногр.] / В. Г. Ніконова. – Дніпропетровськ: Вид-во Дніпропетровськ. ун-ту економіки та права, 2007. – 364 с.

50. Оксамитна С. Гендерне квотування в Україні: громадська думка та досвід застосування / С. Оксамитна. – Наукові записки НаУКМА, 2016. – Т. 187. Соціологічні науки. – С. 39-47.

51. Опарина Е. О. Исследование метафоры в последней трети XX в / Е. О. Опарина // Лингвистические исследования в конце XX века: Сб. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 186-204.

52. Прищепчук С. А. Структурно-семантические и функциональные особенности категории оценки в аспекте ее реализации при переводе политического дискурса / С. А. Прищепчук // Сб. науч. Тр. СевКавГТУ. Сер. Гуманитарные науки. — С.: СевКавГТУ, 2008. — С. 6-10.

53. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю. Е. Прохоров – М.: Изд. ЛКИ, 1996. – 357 с.

54. Рафикова Н. В. Психолінгвістическіе дослідження процесів розуміння тексту / Н. В. Рафікова. – Тверь, 1999. – 210 с.

55. Ричардс А. Философия риторики / А. Ричардс // Теория метафоры. – М., 1990. – С.44-67.

56. Рыжков В. А. Особенности стереотипизации, необходимо

сопровождаящей социализацию индивида в рамках определенной национальнокультурной общности. Языковое сознание: стереотипы и творчество / В. А. Рыжков – М.: ИЯЗ, 1988. – С. 4-16.

57. Самойлова М. В. Онтогенез метафоры. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psychology.ru/lomonosov/tesises/io.htm.1999>.

58. Складаревская, Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Складаревская. – СПб.: Наука, 1993. – 153 с.

59. Сковородников А. П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского литературного языка. / А. П. Сковородников. – Томск: Аспект, 1984. – 255 с.

60. Солодилова И. А., Шепеля И. В. Оценочность и эмотивность в семантике слова / И. А. Солодилова, И. В. Шепеля // Вестник Оренбургского государственного университета, 2015. – № 11 – С. 98-112.

61. Сорокоумова Е. А., Фадеев Д. С. Метафора как культурный и психологический феномен / Е. А. Сорокоумова, Д. С. Фадеев // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2014. – № 8–1. – С. 113-115.

62. Сташкевич І. А. Компаративна характеристика засобів вираження об'єктивності / суб'єктивності аксіологічної категорії мови / І. А. Сташкевич // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Наука та концепції». – Вид. Європейський центр науки. – №5. – Київ. – 2018. – С.68-72.

63. Степанова М. Д. Словообразование современного немецкого языка / М. Д. Степанова. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1953. – 375 с.

64. Степанова М. Д., Чернышева И. И. Лексикология современного немецкого языка / М. Д. Степанова, И. И. Чернышева. – М.: Высшая школа, 1962. – 294 с.

65. Талько С. В. Лінгвоаксіологічна семантика антропоцентричних метафор та порівнянь у лексико-семантичному просторі зоонімів в українській і

англійській мовах / С. В. Талько. – Вісник КНЛУ. Серія «Філологія». – 2016. - № 1. – С. 121-133.

66. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Школа Языка русской культуры, 1996. – 222 с.

67. Темнова Е. В. Функционально-прагматическая роль метафоры в публицистическом дискурсе (на материале английского языка) / Е. В. Темнова. – Москва, МГУ, 2004. – 215 с.

68. Томашевский Б. В. Метафора / Б. В. Томашевский // Теория литературы. Поэтика: Учебное пособие. – М.: Аспект пресс, 1999. – С. 34-36.

69. Туранина Н. А. Образная модель мира в поэтическом дискурсе В. Маяковского (на материале авторских словарей тропов). [Электронный ресурс]. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mova_2013_20_4.

70. Уилрайт Ф. Метафора и реальность / Ф. Уилрайт // Теория метафоры. Сборник. – М.: Прогресс, 1990. — С.82–109.

71. Улыбина Е. В. Метафора и деятельность: предмет потребности как метафора / Е. В. Улыбина; под ред // Психологическая теория деятельности: вчера, сегодня, завтра. – М.: Смысл, 2006. – С. 205-214.

72. Федоровцева А. В. Лексико-грамматические средства выражения оценки в русском и английском языках: сопоставительное исследование / А. В. Федоровцева. – Нижний Новгород: Нижний Новгород, 2017. – С. 27-28.

73. Фомина З. Е. Эмоционально-оценочная лексика в русском и немецком языках / З. Е. Фомина // Очерки по русско-немецкой контрастивной лингвистике (лексика, синтаксис). – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1995. – С. 4–28.

74. Чебоксаров Н. Н., Чебоксарова И. А. Народы. Расы. Культуры / Н. Н. Чебоксаров, И. А Чебоксарова. – 2-е изд., доп. – М.: Наука, 1985. – 272 с.

75. Черниговская Т. В. Мозг и язык: полтора века исследований / Т. В. Черниговская // Теоретические проблемы языкознания: Сборник статей к 140-летию кафедры общего языкознания Филологического факультета Санкт-

Петербургского государственного университета. – СПб.: Филологический факультет, 2004. – С. 16 -34.

76. Ян Ли. Метафора в когнитивной лингвистике // Вестник Башкирского университета. – № 2. – Т. 22. – С. 523–526.

77. Янкубаева А. С. Гендерный фактор в функционировании метафоры (на материале немецкого языка) / А. С. Янкубаева // Вестник молодых ученых. – Горно-Алтайск, 2008. – № 1. – С. 14-18.

78. Bakan, D. The Duality of Human Existence: An Essay on Psychology and Religion. [Электронный ресурс]. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1967-02200-000>.

79. Barna L. M. Stumbling blocks in intercultural communication. In L. A. Samovar & R. E. Porter (Eds.), Intercultural communication (eighth ed.) / L.M. Barna. – Belmont CA: Wadsworth, 1997. – P. 12-13.

80. Beckmann S. Die Grammatik der Metapher. Eine gebrauchstheoretische Untersuchung des metaphorischen Sprechens / S. Beckmann. – Tübingen: Niemeyer, 2001. – 241 S.

81. Belt T. Metaphor and political persuasion / T. Belt. – Los Angeles, 2003. – 192 p.

82. Britton B. Models of understanding text / B. Britton, A. Graesser. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1996. – 186 p.

83. Buchholz M. B. Metapher / M.B. Buchholz. – Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1993. – 329 S.

84. Burger H. Phraseologie: eine Einführung am Beispiel des Deutschen / H. Burger. – Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010. – 237 S.

85. Cameron L. A. Discourse Dynamics Framework for Metaphor. Theories of Metaphor in Discourse. Contemporary Theories of Metaphor / L. A. Cameron. – New York, 2010. – P. 77-96.

86. Donalies E. Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick Überblick / E. Donalies. – Tübingen: Narr Francke Attempto, 2005. – 192 S.

87. Eckard R. Metaphertheorien / R. Eckard. – Berlin: Walter de Gruyter, 2005. – 305 S.
88. Fehse B. Die Metapher im Kontext alltäglicher und lyrischer Sprache. Eine vergleichende Untersuchung / B. Fehse. – Essen: Universität Duisburg, 2001. – 125 S.
89. Feng X. Konzeptuelle Metaphern und Textkohärenz / X. Feng. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2003. – 299 S.
90. Fesmire S. What is Cognitive About Cognitive Linguistics? Metaphor and Symbolic Activity / S. Fesmire. – 1994. – Vol. 9. – № 2. – P. 149–154.
91. Fomina S. Emotional wertende Lexik der deutschen Gegenwartssprache / S. Fomina. – Woronesh: Istoki, 1999. – 208 S.
92. Gamm G. Die Macht der Metapher. Im Labyrinth der modernen Welt / G. Gamm. – Stuttgart: J. B. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung, 1992. – 175 S.
93. Gibbs R. Bodily action and metaphorical meaning / R. Gibbs, N. Wilson. – Style, 2002. – Vol. 36. – № 3. – P. 533–554.
94. Gibbs R. When is Metaphor? The idea of understanding in the theories of metaphor / R. Gibbs. – London, 1992. – 212 p.
95. Hardy V. Metaphoric Myth in the Representation of Hispanics: A Thesis for the degree of Master of Arts / V. Hardy. – Washington: Georgetown University, 2003. – 116 p.
96. Haverkamp A. Theorie der Metapher / A. Haverkamp. – Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1983. – 272 S.
97. Itkonen K. Einführung in Theorie und Praxis der deutschen Wortbildungsanalyse / K. Itkonen. – Jyväskylä: Jyväskylän Yliopiston Monistuskeskus, 1983. – 221 S.
98. Koenig A. M., Eagly, A. H. Evidence for the social role theory of stereotype content: observations of groups' roles shape stereotypes. [Электронный ресурс]. URL: <https://psycnet.apa.org/buy/2014-34128-001>.
99. Kövecses Z. Metaphor: Practical introduction / Z. Kövecses. – N.Y., 2010.

– P. 43-55.

100. Lakoff G. Metaphor and War. The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. [Електронний ресурс]. URL: <https://goo.gl/KHUD91>.

101. Lippman W. Public Opinion / W. Lippman. – New York: Hartcourt, Brace and Co., 1922. – 65 p.

102. Mihaela V., Liviu D. The use of metaphors in teaching students of economics. [Електронний ресурс]. URL: <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2008/v1-international-business-and-european-integration/118>.

103. Punter D. Metaphor / D. Punter. – N.Y., 2007. – P. 79-150.

104. Rösch O. Mit Stereotypen leben? Wie Deutsche und Russen sich heute sehen. In: Interkulturelle Kommunikation in Geschäftsbeziehungen zwischen Russen und Deutschen / O. Rösch – Berlin: News and Media, 2002. – 153 S.

105. Sternberg R. How to develop student creativity / R. Sternberg, W. Williams. – Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development, 1996. – 198 p.

106. Stoellger Ph. Metapher und Lebenswelt / Ph. Stoellger. – Tübingen: Mohr Siebeck, 2000. – 583 S.

107. Wood W., Eagly A. H. Biosocial construction of sex differences and similarities in behavior. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780123942814000027>.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

108. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) [уклад. В. Т. Бусел] — К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. — 1728 с.

109. Німецько-український словник Lingea [Електронний ресурс]. URL: www.dict.com.

110. Das Wörterbuch Duden-Online [Електронний ресурс]. URL: www.duden.de.

ДОДАТОК

**Перелік оцінних метафоричних позначень рис характеру людини в
українській та німецькій мовах**

Українська мова	Німецька мова
1. Агнець	1. Lamm, n
2. Адвокат	2. Anwalt, m
3. Актор/-ка	3. Schauspieler, m/ Schauspielerin, f
4. Акула (перен. Про великих ділків)	4. Heuschrecke, f
5. Амбал (розм. Здоровило)	5. Schlägertyp, m
6. Ангел/ангелятко/ангеляточко	6. Engel, m / Engelchen, n
7. Артист (Митець)	7. Schauspieler, m
8. Ас	8. As, m
9. Аутсайдер	9. Außenseiter, m
10. Базіка/базікало/потякало/пустомеля	10. Labertasche, f
11. Байда (Гульвіса)	11. Lausejunge, m
12. Балакало/балаклій (Балакун, пустомеля)	12. Wortemacher, m/ Schwätzer, m
13. Балакун/-ха (Базіка)	13. Plappermaul, m
14. Баламут (1. Бешкетник. 2. Спокусник, зальотник)	14. Störenfried, m
15. Балда (Недотепа)	15. Holzkopf, m/ Latsche, f
16. Баляндрасник/-иця (Балакун)	16. Dauerredner, m
17. Бамбула (Тюхтій)	17. Trampeltier, n
18. Баран	18. Hanswurst, m/ Hammel, m
19. Бевзень/бевзь (Вайло, йолоп, бовдур)	19. Dummkopf, m
20. Безлюдько (Відлюдько)	20. Eigenbrötler, m
21. Безштанько	21. Lumpensack, m
22. Бельбас (Ледар, вайло, мамула)	22. Affenschwanz, m
23. Белькотун/белькотуха	23. Murkopf, m
24. Бецман (Здоровило, вайло, ледащо)	24. Stiesel, m
25. Бешкетник	25. Zappeler, m
26. Бідак/бідачка/бідняк/біднячка/бідняга/бідар/бідарка	26. Habenichts, m
27. Бідолаха/бідолага/бідолашечка/бідолашка (Бідняга)	27. Stackelmensch, m
28. Білоручка (Нероба)	28. faule Kröte
29. Благодій/благодійник/-иця/ласкавець/милостивець	29. Wohltäter, m / Wohltäterin, f
30. Блазень/блазень/блазник (Дурень, телепень)	30. Firlefanzer, m
31. Блудяга (Волоцюга, бродяга)	31. Rumtreiber, m
32. Блюдолиз (Підлабузник)	32. Schmeichelkatze, f
33. Бовкун	33. Dauerredner, m
34. Брехач/ка/брехун/ка	34. Betrüger, m
35. Брязкало (Базіка, базікало)	35. Plappermaul, m
36. Буквоїд/-ка	36. Wortklauber, m
37. Бунтівник/бунтар	37. Meutere, m
38. Буркотун/буркун/буркотуха	38. Brummbär, m/ Miesepeter, m
39. Бурмило (Тюхтій, вайло)	39. Tolpatsch, m
	40. Tolpatsch, m
	41. Tagedieb, m
	42. Menschenschinder, m
	43. Bär, m
	44. Glückspilz, m

40. Вайло (Тюхтій)	45. Hafengewaltige, m
41. Валяка (Ледар)	46. Primadonna, f
42. Вампір (Кровопивця)	47. Schreier, m
43. Ведмідь	48. Kokette, f
44. Везунчик (Щасливчик)	49. umtriebiger Mensch
45. Вельможа	50. Märchenonkel, m
46. Вередун/-ха/вередник	51. Wassermarder, m
47. Верескун/верескуха	52. Möchtegern, m
48. Вертихвіст/-ка (Вітрогін)	53. Alleinunterhalter, m
49. Вертун/-ха	54. Großmaul, m
50. Вигадник/-иця/вигадько	55. Bählaamm, n
51. Видра	56. Griesgram, m
52. Вискочка	57. Hexe, f
53. Витівник/химерник (Вигадник)	58. Esel, m
54. Вихваляка	59. Flattergeist, m
55. Вівця	60. Greis, m
56. Відлюдник/-иця	61. Wolf, m (Seewolf, m)
57. Відьма	62. Haderlump, m
58. Віслюк	63. Knurrkater, m
59. Вітрогін/вітрогон/-ка (Жевжик)	64. Glotzer m
60. Віхоть	65. Meutere, m
61. Вовк (<i>Морський вовк.</i>)	66. Allesbesserwisser, m
62. Волоцюга (Бродяга, пройдисвіт)	67. Aufpasser, m
63. Воркотун/-туха/воркотя/воркун	68. Spürnase, f
64. Ворона (Гава, роззява)	69. Giftmolch, m
65. Ворохобник (Бунтівник)	70. Lärmmacher, m
66. Всезнайко/багатознайко	71. Schmachtlappen, m
67. Вуха (Шпигун)	72. Brüllaffe, m
68. В'юн (Пролаза)	73. Harpyie, f
69. Гадюка	74. Gesheftmacher, m
70. Галайко (Крикун)	75. Schnackmeister, m
71. Ганчірка	76. Leuchte, f
72. Гарикало (Крикун, буркун)	77. Hadersack, m
73. Гарпія	78. Habenichts, m
74. Гешефтмахер (Спекулянт, шахрай)	79. Hungerleider, m
75. Говорун/говоруха (Балакун)	80. Tändeler, n
76. Голова	81. Großtuer, m
77. Голодранець/-ка/голодраб, голодрабець/-ка	82. Schreihals, m
78. Голоштанько/голоштанник/голоштанець	83. Schnuckelchen, n
79. Голяк/голюк (Злидар)	84. armes Luder
80. Гольтіпака/гультіпака (Голодранець)	85. Witzbold, m
81. Гордій/гордяк/гордівник/-иця	86. Bücherfreund, m
82. Горлань/горлай/горлач/горлопан (Крикун)	87. Bummler, m
83. Горобеня	88. Lebemann, m
84. Горопаха (Бідолаха)	89. Dümmling, m
85. Гострослов (Дотепник)	90. Lebemann, m
86. Грамотій/-ка (Книголюб)	91. Zecke, f
87. Гульвіса/вислюга	92. Degenerierte, f
	93. Schickimicki, m
	94. Modegeck, m

88. Гультай/-ка, гультайще (Гульвіса, нероба, ледар)	95. Lausekerl, m
89. Гава (Роззява)	96. Plapprer, m
90. Дармовис/дармовіс (Гультай)	97. Wilde, n
91. Дармоїд/-ка	98. Diplomat, m
92. Дегенерат (Виродок)	99. Lamm, n/ ein gutes Tier
93. Денді (Франт)	100. Dummkopf, m
94. Дженджик/дженджируха	101. Speichellecker, m
95. Джигун/джигунець/джигунчик (Баламут, дженджик)	102. Witzbold, m
96. Дзвонар (Базіка, плетун)	103. Drache, m
97. Дикун	104. Plauder, m/ Plauderin, f
98. Дипломат	105. Schlafratz, m
99. Добряк/добряга/добряка	106. Plauderin, f
100. Довбня/довбняк (Бевзь, йолоп)	107. Sturschädel, m
101. Догідник	108. ein dummes Huhn
102. Дотепник/-иця	109. Brummochse, m
103. Дракон	110. Kohlkopf, m
104. Дріботун/-ха	111. Witzling, m/Lacherin, f
105. Дрімайло	112. Schmusekatze, f
106. Дроботуха (Говорунка, балакуха)	113. Spaßvogel, m
107. Дубоголовий	114. Geck, m
108. Дурень/дурепи/дурило/дурнило	115. Leuteschinder, m
109. Дурисвіт/-ка/дурилюд/дурилюдок	116. Geizkragen, m
110. Дурноляп	117. Schmutzfuß, m
111. Дурносміх/-шка	118. Eulenspiegel, m
112. Душа/душка	119. Raufbold, m
113. Жартівник/-ця/жартун/-ка	120. abergläubiger Mensch
114. Жевжик (Фат, ферт, фертик)	121. Wirrkopf, m
115. Живоїд/живодер/живоглот/живолуп/жироїд	122. Neidhammel, m/Neiderin, f
116. Жмикрут	123. Herumtreiber, m
117. Жук	124. Erbsenzähler, m
118. Забавник/-ця	125. Streithahn, m
119. Забіяка	126. Raufbold, m
120. Забобонник	127. Latsche, f
121. Забудько	128. Landstreicher, m
122. Завида/завидник/-ця/завидько	129. Scharfmacher, m
123. Заволока (Зайда, заброда)	130. Taugenichts, m
124. Загнибіда (Скнара)	131. Schmutzliese, f
125. Задерій (Бешкетник)	132. Einsiedler, m
126. Задирака/задира/задерика (Забіяка)	133. Zobel, m
127. Задрипанець/-ка	134. Zecke, f
128. Зайдисвіт (Волоцюга, авантюрист)	135. Händelmacher, m
129. Заколотник/-ця (Баламут, підбурювач)	136. Pfennigfuchser, m
130. Закрутиголова	137. Bestie, f
131. Замазура/замазуха/замурза	138. Hopfenstange, f
132. Затворник/затвірник	139. Grünling, m
133. Зателепа/зателепанка (Нечепура)	140. Draufgänger, m
	141. Stern, m
	142. Goldmund, m
	143. Pauper, m
	144. Natter, f

134. Захребетник/-иця (Дармоїд)	145. Kenner, m
135. Зачепа (Задирака)	146. Grinsebacke, m
136. Збивач (Скнара, скупій)	147. Wisent, m
137. Звір/звірюка/звірюга	148. Streber, m
138. Здоровило/здоровань/здоровко/здоров 'як	149. Brotesser, m
139. Зеленець	150. Idol, n
140. Зірвиголова (Шибайголова, бешкетник)	151. Stinktief, n
141. Зірка	152. Störenfried, m
142. Златоуст (Балакун)	153. ein schlauer Hecht
143. Злидар/-ка/злидень (Бідняк)	154. Zauderer, m
144. Змій	155. Primadonna, f
145. Знайко (Знавець)	156. Henker, m (Folterer, m)
146. Зубоскал/-ка (Скалозуб, скализуб)	157. Winsler, m
147. Зубр	158. Wal, m
148. Зубрило/зубрій/зубряка	159. Witzfigur, f
149. Їдець	160. Bücherwurm, m
150. Ідол/-ка	161. Bücherfreund, m
151. Іржа (Надокучлива людина)	162. Kostverächter, m
152. Каламутник (Баламут)	163. Chef, m
153. Каналія (Шельма, пройдисвіт, шахрай)	164. Heuchler, m
154. Канительник(Зволікальник)	165. Kostverächter, m
155. Капризун/капризуха/капризуля (Вередун)	166. Witzling, m
156. Кат (Мучитель, недолюдок)	167. Königin, f
157. Кисляк	168. König, m
158. Кит	169. Butz, m
159. Клоун	170. Meutere, m
160. Книгогриз (Буквоїд)	171. Kathederheld, m
161. Книголюб/книжник	172. Kraftmensch, m
162. Коверзун/-ха (Вередун)	173. Lautsprecher, m
163. Командир	174. Rattenfänger, m
164. Комедіант (Удавальник, лицемір)	175. Hochstapler, m
165. Комиза (Вередун)	176. Fratz, m
166. Комік	177. Nabelküsser, m
167. Королева	178. Kulak, m
168. Король	179. Stopfen, m
169. Коротай/коротун (Куцан)	180. Tölpel, m
170. Крамольник (Бунтівник, бунтар, заколотник)	181. Bastschuh, m
171. Красномовець (Оратор)	182. Genußmensch, m
172. Кремень	183. Naschmaul, n
173. Крикун (Горлань, базіка)	184. Löwe, m
174. Крутиголова	185. Mondkalb, n
175. Крутій/-ка, крутихвіст/-ка (Шахрай; лицемір)	186. faule Kröte
176. Крутько (Вертун)	187. Faulenzer, m
177. Курдупель (Коротун, куций)	188. Bärenhäuter, m
	189. Plappermaul, m
	190. Plappermaul, m
	191. Plappermaul, m
	192. Plappermaul, m
	193. Fuchs, m
	194. Böswillige, f

178. Куркуль	195. Hülle, f
179. Куцан/куцанчик/куцак	196. Faulpelz, m
180. Лантух	197. Plappermaul, n
181. Лапоть	198. Frömmeler, m
182. Ласолюб/ласолюбєць/ласогуб	199. Püppchen, n
183. Ласун/-ка, ласунець, ласунчик/ласуха/ласько	200. Faselliese, f
184. Лев	201. Hätschelchen, n
185. Легейда (Недотепа)	202. Roßtäuscher, m
186. Ледацюга/ледар/-ка	203. Könnert, m
187. Ледака (1. Ледар. 2. Жевжик, шалапут)	204. Kurze, m
188. Лежебок/лежебока/лежень	205. Raufbold, m
189. Лепета (Базіка)	206. Muttersöhnchen, n
190. Лепетень/лепетиця (Базіка, балакун, талалай)	207. Tolpatsch, m
191. Лепетун/лепетуха (Говорун)	208. Wortemacher, m
192. Лепетя (Базіка, патякало)	209. Kanone, f
193. Лис/лисиця	210. Mauschler, m
194. Лиходій/-ка, лиховод, лихороб	211. Schlawiner, m
195. Личина	212. Modemensch, m/Modedame, f
196. Лобур/лобурисько/лобуряка (Лоботряс)	213. Rotznase, f
197. Лопотун/-ха	214. Griesgram, m
198. Лукавець/лукавиця	215. Monster, n
199. Лялька/ляля	216. Racks, m
200. Ляскуха (Цокотуха)	217. Brummkater, m
201. Мазун/-ка, мазунець, мазуха(Пестун)	218. Walross, n
202. Мазурик (Злодій, шахрай)	219. Halunke, m
203. Майстер	220. Holzbacke, m
204. Малявка	221. Giftkröte, f
205. Мамай (Бешкетник, забіяка)	222. Pechvogel, m
206. Мамій	223. Unwissender, m
207. Мамула (Вайло, тюхтій, телепень)	224. Zobel, m
208. Марнодум/марнодумець	225. Schurke, m/Schurkin, f
209. Мастак	226. Versager, m
210. Махінатор	227. Trampeltier, n
211. Махляр/-ка (Шахрай)	228. Nichtskönnert, m
212. Модник/-иця	229. Griesgram, m
213. Молокосос	230. Zappelphilipp, m
214. Монах (Відлюдник)	231. Schmutzfink, m
215. Монстр	232. Lumpenmann, m
216. Мугир/-ка/мугиряка	233. Kamel, m
217. Муркотило/муркотій (Буркун, воркотун)	234. Rasender, m
218. Мурмило	235. Schwindler, m
219. Наволоч (Негідник)	236. Schelm, m
220. Надолобень (Бовдур, телепень)	237. Pascha, m
221. Наклепник/-ця, обмівник/-ця, обмовник/-ця,	238. Tolpatsch, m
	239. Köter, m
	240. Jasager, m
	241. Lobhudler, m
	242. Fatzke, m
	243. Bauernfänger, m
	244. Selbstdarsteller, m

222. Невдаха/невдатник/-иця	245. Politiker, m
223. Невіглас/-ка	246. Nörgelfritze, m
224. Невмивака/неумивака (Нечепура)	247. Splitterrichter, m
225. Негідник/-иця	248. Ulenspiegel, m
226. Недотепа	249. Wildfang, m
227. Незграба	250. Schlitzohr, n
228. Нездара	251. Rosstäuscher, m
229. Нелюдим/нелюдько (Відлюдник)	252. Vöglein, n
230. Непосида	253. Der Nabel der Welt
231. Нечепура/нечепуруха/нечупайда/нечу пара	254. Schelm, m
232. Опудало	255. Radaumacher, m
233. Осел	256. Ungeschick, n
234. Очмана	257. Töffel, m
235. Ошуканець/-ка (Обманщик)	258. Döskopf, m
236. Паливода (Бешкетник, пустун)	259. Hamster, m
237. Пан	260. Schwein, n
238. Папуша (Тюхтій)	261. Eigenbrötler, m
239. Пес/песюга	262. Geizhals, m
240. Підлабузник/-иця, підлабуза/підлипайло	263. Herzensbrecher, m
241. Підлесник/лицемір	264. Süßholzrasppler, m
242. Піжон (Дженджик)	265. Teufelsweib, n/Hundesohn, m
243. Плутяга (Шахрай)	266. Aasgeier, m
244. Позер/-ка	267. ein schlauer Hecht
245. Політик	268. Erzschem, m
246. Потіпака/потіпах (Підлабузник)	269. Schafskopf, m
247. Причепа	270. Bauchdiener, m
248. Пробийголова (Відчайдушний бешкетник)	271. Krämer, m
249. Пробишака (заст. Бешкетник, шибеник)	272. Plappermaul, m
250. Пройда/пройдисвіт/-ка, пройдоха, профура	273. Dauersprecher, m
251. Пролаза (Пройдисвіт)	274. Tribun, m
252. Птах/птаха	275. Tolpatsch, m
253. Пуп землі	276. Verfälscher, m
254. Пустун/- ка/пустунчик/пустунець/пустуха	277. Geck, m
255. Розбиш/розбишака	278. Geck, m
256. Розгуба	279. Lustigmacher, m
257. Роззява/розвірняка	280. Geck, m
258. Розтелепа (Роззява)	281. Xanthippe, f
259. Розумаха/розумака/розумець/розумни к	282. Schelm, m
260. Свиня/свиняка	283. Erzfresser, m
261. Сич (Відлюдок)	284. Quackler, m
262. Скнара/скнарюга/скнира/скупій	285. Ruppsack, m
263. Солопій (Роззява)	286. Drängler, m
264. Спідничник (Залицяльник, зальотник)	287. Frömmeler, m
	288. Schnösel, m
	289. Rohling, m
	290. Bonz, m
	291. heiße Schnitte
	292. Lügnerin, f
	293. Federlappen, m
	294. Schakal, m

265. Стерво/стервиг (Мерзотник)	295. ein lockerer Vogel
266. Стерв'ятник	296. ein schlauer Hecht
267. Супостат/-ка (Негідник, мерзотник)	297. Schlitzohr, n
268. Суціга (Пройдисвіт)	298. Schelm, m
269. Телепень (Дурень, недотепа, вайло, тюхтій)	299. Teufelskerl, m
270. Теробій (Ненажера)	300. Zappeler, m
271. Торбохват (Злодій, шахрай)	301. Bonz, m / der große Zampano
272. Торгаш	302. Pelz, m
273. Торохкало/торохтій/-ка (Балакун, базіка)	303. Schaulustige, m
274. Трибун	304. Kurzbold, m
275. Тюхтій	305. Spaßmacher, m
276. Фабрикант	306. Marodebruder, m
277. Фат (Франт, джигун)	307. Götterliebbling, m
278. Ферт (Франт, джигун, жевжик)	308. Jungspund, m
279. Фігляр/-ка (Кривляка, позер; пустун, витівник)	
280. Франт (Чепурун)	
281. Фурія	
282. Халамидник (Бешкетник, пустун)	
283. Халасун/-ка (Ненажера, ласун)	
284. Халява	
285. Хам/-ка, хамло, хамлюга	
286. Хамула (Хам і хамка)	
287. Ханжа (Святенник, святенниця)	
288. Хлюст (Бешкетник)	
289. Хуліган	
290. Цабе	
291. Цяця	
292. Чистобреха	
293. Чучело (Опудало)	
294. Шакал	
295. Шалапут/-ка (Пустун)	
296. Шалиган (Крутій, пройдисвіт)	
297. Шахрай/-ка, шахрун	
298. Шельма	
299. Шибайголова (Зірвиголова, бешкетник)	
300. Шибеник/шибеняк (Бешкетник)	
301. Шишка (Цяця, цабе)	
302. Шкура	
303. Шлапак (Тюхтій, роззява)	
304. Шпінгалет (Коротун)	
305. Штукар/-ка (Жартівник, забавник, пустун)	
306. Шубравець (Негідник, мерзотник)	
307. Щасливець/щасниця, щасливчик/-иця	
308. Щеня (Молокосос)	