

require context or interpretation to give it meaning. High-context communication is more ambiguous. It requires background knowledge and understanding (context), in addition to the words themselves, for communication. While everyone uses both kinds of communication, Western cultures tend to use low-context communication more often, while Eastern and Latin American and African cultures tend to use high-context communication. If such differences are not understood and adjusted for, misunderstanding is almost inevitable [3, p. 234].

The workplace setting is fertile breeding ground for conflicts because of the dynamics and interdependency of the employee-to-employee, customer-to-employee, and employee-to-outside vendor relationships.

Psychological Testing – is a tool used to assist with the recruitment and selection of candidates. Psychological tests do not, and should not stand alone as the only selection method

Psychological tests are carefully developed for specific purposes and are designed to help fit your talents, personality and attributes to a job that suits you. Although psychological testing is on the increase, due to cost, testing may not be implemented until late in the selection process. Studies have shown that modern psychological testing is one of the most valid predictors of future job performance. This is why employers are using psychological testing to aid in selection and recruitment decisions.

References

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация / Е. Е. Анисимова. – М., 2003. – 295 с.
2. Ury, William. Getting Past No : Negotiating with Difficult People. – New York : Bantam Books. – 1991. – 328 p.
3. Ury, William, Jeanne M. Brett and others: Getting disputes resolved: Designing systems to cut the costs of conflict. – New York : Bantam Books. – 2004. – 532 p.
4. Fisher, Roger, William Ury, and Bruce Patton. Getting to Yes. – 2nd ed. – New York : Penguin Books. – 1991. – 421 p.
5. Hammond, D. C., Hepworth, D. H. and Smith, V. G. Improving Therapeutic Communication : A Guide for Developing Effective Techniques. – San Francisco : Jossey-Bass, 1977. – 438 p.

Наталія Гащук
Львів

РОЛЬ КОНЦЕПТУ «ГОРЕ» В УКРАЇНСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Сучасне розуміння мови як засобу осмислення колективного досвіду людства загалом та окремої мовної спільноти зумовило необхідність

усебічного дослідження взаємозв'язку та взаємовпливу мови й культури. Оскільки існування людини в соціальному та природному середовищі концептуалізується передусім саме на мовному рівні, то вся сукупність образів дійсності знаходить своє відображення в мовній картині світу. Багато вчених працювали й працюють над проблематикою мовної картини світу: А. Маслова, В. Постовалова, Ю. Степанов, В. Телія та інші [4; 5; 6].

Мета доповіді – визначити роль концепту *ГОРЕ* в українській мовній картині світу, виявити його поняттєві та оцінні характеристики.

Предметом доповіді є пареміологічні одиниці (прислів'я та приказки) української мови, які вербалізують концепт *ГОРЕ*.

Об'єктом є концепт *ГОРЕ* в українській мовній картині світу.

Актуальність доповіді передусім зумовлена необхідністю уточнення сучасного розуміння концепту *ГОРЕ* в українській мовній картині світу.

Наукова новизна доповіді полягає у виявленні поняттєвих та оцінних характеристик концепту *ГОРЕ*.

На сьогодні проблемами дослідження феномену, який дістав назву «мовна картина світу», займається такий мовознавчий напрям, як когнітивна лінгвістика. Представники цього напрямку здійснюють аналіз мови крізь призму мовної картини світу, що дає можливість поєднати ці відношення в системі «людина – світ – мова». Мовна картина світу тлумачиться як сукупність уявлень людини про реальний світ, що закріплена в системі значень певної мови, у її лексико-семантичній підсистемі, у структурі енциклопедичних, тлумачних словників, у незліченних мовленнєвих ситуаціях, текстах різних видів, типів, жанрів, нарешті, в індивідуальному спілкуванні [2, с. 87–88].

Мова – складова культури, а культура, у свою чергу, – частина мови. Отже, культурна й мовна картини світу тісно взаємопов'язані між собою. Вони формують і організовують мовну особистість, мовні категорії й концепти.

Основним елементом картини світу є концепт, який вербалізується через посередництво внутрішнього лексикону. Концепт – це універсальний феномен, тому його використання допомагає встановити особливості національної картини світу. Кожна культура формує свої стереотипи свідомості та поведінки, які опираються на власне бачення світу. Таким чином, незважаючи на те, що концепт *ГОРЕ* є універсальним, наповненість його для кожної нації своя [1, с. 325]. Проаналізувавши словники, можемо сказати, що концепт *ГОРЕ* закріплений у народному мовному пізнанні, а саме в прислів'ях та приказках, де найкраще, найширше, найкристалічніше відображаються національна історія, побут, світобачення. Саме вони (прислів'я та приказки) формуються в пізнанні представників лінгвокультурної спільноти й відображають національну специфіку концептуалізації світу. Пареміологічні одиниці фіксують погляди та досвід багатьох поколінь і дають змогу поєднувати особливості асоціативного

механізму, який лежить в основі сприйняття світу. Вони відображають ідеї та ідеали, які керують людьми. Відомий педагог К. Ушинський писав, що прислів'я та приказки – це неначе дзеркала, які відображають усі сторони життя народу – побутову, сімейну, відображають його бажання, потреби, бачення світу та природи [3, с. 7].

Горе є одним із центральних феноменів людського життя. Концепт *ГОРЕ* належить до загальнокультурних концептів, і кожна цивілізація має свою власну унікальну концепцію горя. Пареміологічний фонд українських прислів'їв налічує значну кількість одиниць із лексемою *ГОРЕ*. Люди часто плачуть через певне горе, яке спіткало їх у житті, і це яскраво передають прислів'я та приказки, наприклад: «*Очі сльозами сходять*», «*Плачем горя не зміниш і в сльозах не втопиш*», «*Плачем горю не зарадиш*». В українській мовній картині світу *ГОРЕ* часто асоціюється з морем, наприклад: «*Бреду горем, мов тим морем*», «*Горе – море, вип'єш до дна*», «*Горе – що море: ні перепливати, ні перебрести*», «*Хто переплив море, той знає горе*», «*Велике горе, як глибоке море: не перейдеш зразу*» [3, с. 38]. Українська мова налічує понад 400 приказок із лексемою *БІДА*, що є синонімом до *ГОРЯ*, наприклад: «*Біда сама не ходить, а ще й горе за собою водить*», «*Горе з бідою близькі сусіди*» [3, с. 34–35].

На основі аналізу пареміологічних одиниць можна зробити висновки що концепт *ГОРЕ* в українській мовній картині світу має такі характеристики: 1) горе є безмежним, немов море; 2) горем потрібно поділитися з близькою людиною; 3) горе йде рука в руку з бідою, лихом та радістю; 4) сльози не допоможуть пережити горе.

ГОРЕ для українського народу – це щось, що існує на емоційному рівні, головною його емоцією є великий смуток, головною причиною – втрата, яка може бути тимчасовою (розлука) або ж постійною (смерть), реалістичною чи видуманою, психічною або ж психологічною. Для українських людей *ГОРЕ* пов'язане з глибокими відчуттями, українці мають сильну культуру оплакування близьких після смерті, українці багато моляться й завжди вірять в краще.

Література

1. Фрасинюк Н. І. Концепт терпіння в англomовній картині світу : [Електронний ресурс] / Н. І. Фрасинюк. – Режим доступу : http://www.philology.kiev.ua/library/zagal/Studia_Linguistica_3/324_329.pdf.
2. Соколовська Ж. П. Картина світу та ієрархії сем / Ж. П. Соколовська // Мовознавство. – 2002. – № 6. – С. 87–91.
3. Українські прислів'я та приказки / під. ред. С. Д. Зубкова, О. І. Дей, І. П. Березовського, Д. В. Павличка, П. І. Майбороди, С. Л. Коби. – К. : Дніпро, 1984.
4. Телия В. Н. Русская фразеология : Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспект / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.

5. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие / В. А. Маслова. – М. : Флинта, 2007. – 296 с.

6. Степанов Ю. С. Вводные статьи. Культура. Концепт. Константа. – Ю. С. Степанов // Константы : Словарь русской культуры.

Наталія Гнат

Харків

ЛИСТУВАННЯ ЗАКОХАНИХ ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД КОМУНІКАЦІЇ

Велика кількість досліджень в українській лінгвістиці присвячена вивченню епістолярного мовлення в таких аспектах, як-от: епістолярій як жанр (Г. Мазоха, Л. Морозова, В. Кузьменко); окремі різновиди листування: типологія відкритого листування (А. Зіновська); ділове листування (Т. Сухомейло, С. Шевчук, О. Мацько, О. Пазинич); особливості епістолярію окремих письменників (Ж. Ляхова, О. Рарицький, Л. Мацько, А. Найрулін, Т. Заболотна); мовні засоби та одиниці в епістолярії: етикетні формули (Е. Рамазанова, Є. Ветрова, С. Богдан); дискурсивні одиниці (Н. Павлик); іншомовні слова (О. Шульга); метамовні вислови (Р. Трифонов) та ін. До спроб цілісного розгляду епістолярного жанру належать дисертаційні дослідження М. Назарука, Л. Вашків, Г. Мазохи, Л. Морозової, А. Найруліна.

На сьогодні дослідження епістолярного стилю є активним, проте недостатньо вивченими залишаються багато його аспектів, зокрема мовні та комунікативні аспекти спілкування закоханих за допомогою листування майже не висвітлені у вітчизняній лінгвістиці. На ґрунті української мови спілкування закоханих не вивчалось як окремий різновид епістолярної комунікації. Такі роботи є лише на англomовному (О. Ємельянова) та російськомовному матеріалі (Н. Кушнір). Тому обра-на тема є актуальною, а наше дослідження, мета якого – схарактеризувати спілкування закоханих за посередництвом листів як окремий особливий вид комунікації, покликане заповнити одну з лакун вітчизняної комунікативної лінгвістики.

Р. Барт у роботі «Фрагменти мовлення закоханого» говорить про дослідження мови закоханих так: «Опис любовного дискурсу замінюється його симуляцією, і цьому дискурсу надається його фундаментальне обличчя, з тим, щоб показати акт висловлювання, а не аналіз. Пропонується, якщо потрібно, портрет; але портрет не психологічний, а структуральний; у ньому має прочитуватися місце мовлення, місце людини, яка про себе (любовно) говорить перед обличчям іншої (коханої)» [1, с. 22].

Головний момент у дискурсі закоханості, на думку Платона, – це діалог. Діалог закоханих – це не просто буденна розмова, а діалог, у яко-