

Today we tend to see exceptionalism as a dynamic concept that is continuously **being challenged** by the courses of economics, **politics**, wars, race relations, history and culture (COCA, politics, 7).

7) вимоги (require):

The politics of faith requires some skepticism in order to protect the existence of a private sphere beyond the reach of government and to check the expansive power of government (COCA, politics, 185).

8) розвитку (emerge, evolve):

Why did the **politics of faith emerge** only during this election campaign and not earlier? (COCA, politics, 208)

Further, as Indigenous women's **feminist politics evolved** and took on new meanings, motherhood did not give way to individualistic women's rights, as in other global movements (COCA, politics, 434).

Висновки. Таким чином, концепт ПОЛІТИКА крізь призму параметрів порядку метафоризації в американській спільноті асоціюється з концептами МІСЦЕ, ФІЗИЧНЕ ТІЛО, РІЧ, ВМІСТИЩЕ, ВМІСТ, ВЗАЄМОДІЯ, ОБ'ЄКТ СПРИЙНЯТТЯ, ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ / АНАЛІЗУ / ОПИСУ, ОБ'ЄКТ УЯВИ, ПРОДУКТ та ЖИВА ІСТОТА.

Перспективою подальшого дослідження вважаємо вивчення метафоризації аналогічного концепту на матеріалі корпусу іншої мови, наприклад німецької.

Література

- Беляева А. В. Особливості метафоризації концепту ОСВІТА в українській, російській, англійській та французькій мовах. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2008. № 1. С. 10–28.
- Єгорова О. І., Розоза І. К. Метафорична концептуалізація Майдану (на матеріалі німецькомовних Інтернет-ЗМІ). *Наукові записки НДУ імені М. Гоголя. Філологічні науки*. 2015. Книга 3. С. 98–102.
- Зубрицкая Е. В. Метафоризация концепта СОВЕСТЬ в польской языковой картине мира. *Вестник Балтийского федерального университета имени И. Канта*. 2010. Выпуск 8. С. 44–49.
- Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. А.Н. Баранова, А.В. Морозовой ; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
- Макаренко Л. М. Метафоризация концепта DREAM в современном английском языке. *Вестник ИГЛУ*. 2009. № 2 (6). С. 93–98.
- Паульзен Н. С., Шереметьева А. А. Метафорические образы концепта VERANTWORTUNG. *Baikal Research Journal*. 2014. № 4. URL : <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=19318>.
- Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. Москва : АСТ: Восток – Запад, 2007. 314 с.
- Таценко Н. В. ЕМПІАТІЯ в сучасному англомовному дискурсі : когнітивно-синергетичний вимір : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Харків, 2018. 460 с.
- Corpus of Contemporary American English (COCA). URL : <https://corpus.byu.edu/coca>.

(Матеріал надійшов до редакції 2.10.18. Прийнято до друку 29.10.18)

УДК: 811.111:81'27

DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135/2019-75-15>

ЧЕРЕМИСІНА Г. О.

(Запорізький національний університет)

ОБРАЗНО-ЦІННІСНИЙ СКЛАДНИК ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТУ WEALTH В АМЕРИКАНСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Стаття присвячена дослідженню образно-ціннісного складника лінгвокультурного концепту WEALTH в американській мовній картині світу. Було виявлено, що лінгвокультурний концепт WEALTH має високий метафоричний потенціал та отримує переважно позитивну оцінку в американській лінгвокультурі оскільки втілює у собі бачення американців про матеріальне благополуччя, добробут та успіх.

Ключові слова: лінгвокультурний концепт, цінність, референт, корелят, концептуальна метафора, американська лінгвокультура.

Cheremysina A. O. Imaginative-evaluative constituent of the linguocultural concept WEALTH in the American linguistic worldview. The article focuses on the imaginative-evaluative constituent of the concept WEALTH in the American linguistic

worldview. Linguistic and cultural researches devoted to the study of concepts that are the constituents of the American linguistic worldview are based on the interest of modern linguistics directed to the specifics of verbalization of culture and mentality. In this context, it should be noted that the linguocultural concept WEALTH belongs to the category of material values, and is an important part of the American worldview, since it embodies the idea of American well-being.

In our scientific research, we rely on the fact that the linguistic and cultural parameters of analysis of the concepts involve accentuation of the value component, since the very value of a particular phenomenon determines ethnic specificity and the linguistic picture of the world of a certain nation. It is worth noting that, for today, the linguistic-cultural description of the concept presupposes its three-layer structure, namely (conceptual, figurative and value components).

Thus, the methodology of linguistic and cultural description of the concept of WEALTH includes the analysis of the conceptual and cognitive structure of the concept along with the analysis of its value component. In view of this, we have determined the basic conceptual, figurative and value components of the linguocultural concept WEALTH verbalized in the American publicistic discourse.

The analysis of the value component of the linguocultural concept WEALTH in the American linguistic worldview has made it possible to clarify the fact that the concept of WEALTH belongs to the category of material values, which receives a generally positive assessment in the modern American publicistic discourse. The analysis of the figurative component of the linguocultural concept of WEALTH has allowed us to distinguish nine domains within which the concept is represented.

In this context, it is also worth noting that the linguocultural concept of WEALTH has a high metaphorical potential, since it embodies the vision of Americans regarding material well-being and success.

Key words: linguaculture concept, value, referent, correlate, conceptual metaphor, American linguistic worldview.

Постановка наукової проблеми та її значення. Лінгвокультурні розвідки присвячені дослідженню концептів які входять до складу американської мовної картини світу зумовлені інтересом сучасної лінгвістики до специфіки вербалізації менталітету. Як відзначають науковці, лінгвокультурний концепт є складним і багатовимірним ментальним утворенням, що включає в себе уявлення нації про певний фрагмент дійсності [Алефиренко 2016; Селіванова 2006; Copland, Creese 2018]. У цьому контексті варто відзначити, що лінгвокультурний концепт WEALTH відноситься до категорії матеріальних цінностей, та є важливою частиною американської мовної картини світу, оскільки втілює в собі уявлення американців про благополуччя та успіх.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що дослідженням цінностей американської лінгвокультури займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, див. напр. [Алефиренко 2016; Селіванова 2006; Приходько 2013; Oliver, Shapiro 2013; Perrow 2009], однак, актуалізація лінгвокультурного концепту WEALTH у сучасному публіцистичному дискурсі залишилася поза увагою дослідників.

Як наслідок, **актуальність наукової розвідки** зумовлена належністю досліджуваного лінгвокультурного концепту до фундаментальних цінностей американців.

Об'єктом дослідження є сукупність лексичних засобів вербалізації лінгвокультурного концепту WEALTH в сучасному публіцистичному дискурсі.

Метою статті є аналіз мовних засобів актуалізації лінгвокультурного концепту WEALTH.

Матеріалом дослідження стали контексти публіцистичного дискурсу, що були виділені методом суцільної вибірки із статей газет та журналів американського видавництва періодом з 2008 по 2018 роки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У нашій науковій розвідці ми спираємося на той факт, що лінгвокультурні параметри аналізу концептів передбачають об'єктивізацію поняттєвого, образно-перцептивного і валоративного (ціннісного) складники.

Аналіз поняттєвого складника лінгвокультурного концепту WEALTH демонструє той факт, що лексема *wealth* вербалізує явище позитивно оцінюване в американській мовній картині світу, адже денотат експлікує такі позитивно оцінювані ознаки як «матеріальні цінності», «багатство», «велика кількість (чогось цінного)», які імпліковані етимомом «добробут».

Однак, у публіцистичному дискурсі образно-ціннісний складник лінгвокультурного концепту WEALTH разом з позитивними, набуває й низку негативних ознак, які найбільш чітко простежуються у метафоричних способах його реалізації. Так,

- WEALTH можна використати на благо суспільству, яка приносить користь, наприклад:

*Each of these relationships, however, are shaped and constrained by society's broad expectations for foundations and philanthropy to use private **wealth for public good**, to provide resources to civil society independent of the state and market spheres, and to be transparent and accountable (Journal of Health and Human Services Administration, 2016).*

- WEALTH це домівка та родина, наприклад:

*A **home** "turns into **wealth** for the **family**", he explains. (Environmental Magazine, 2005); Especially because so many Americans put their **value, their wealth in their home** (America, 2011).*

- WEALTH є невід'ємною частиною успіху:

*Many observers suggest that one reason Trump has refused to release his tax returns is that they will show that he has repeatedly and wildly exaggerated his **wealth** and thus his **success** (Salon, 2016);*

*We gorge ourselves on images of **wealth** and **success** because they appeal to our appetite for prestige (USA Today, 2013).*

-WEALTH може дати людині незалежність та свободу:

*After her father's murder, Wallada used her family's **wealth** to gain unprecedented **independence** (History Today, Mar, 2015);*

*The lack of **freedom** always destroys **wealth** (USA Today Magazine, Nov, 2008).*

На протипагу позитивній оцінці, яка, між іншим, домінує у сучасному американському публіцистичному дискурсі (53% від загальної кількості вибірки), лінгвокультурний концепт WEALTH отримує й негативну оцінку в мовній свідомості американців. Так,

- WEALTH може породжувати егоїзм та зазнайство, наприклад:

*Surrounded by yes-men and yes-woman his entire professional life, born into great **wealth and ego**, Trump doesn't seem to accept the **criticism** that comes with public life. (The Atlantic, 2016).*

- WEALTH може зробити людину гордовитою та призвести до різноманітних негараздів, наприклад:

*They still rule us, and their great **wealth** would make you **proud** but for the fact it's of **rapine and defalcation**. Destitution, war, destruction, these visited the lands. (New African, 2016).*

- WEALTH наділяє людиною силою, що здатна пригноблювати інших, наприклад:

*Donald has had a long career of using great **wealth and power** trying to **bully** others. Whenever anyone points to their actual record, the response of both Donald Trump and Marco Rubio is to yell the word **liar** (Meet The Press, 2016).*

- WEALTH не завжди приносить щастя, наприклад:

*But the survey, based at the University of Michigan Institute for Social Research in Ann Arbor, also underscore that, beyond a certain point, **material wealth doesn't boost happiness** (Christian Science Monitor, 2008);*

*One thing that money can **not buy** is **happiness**. **Wealth** and joy don't always go hand in hand (Golf Magazine, 2015).*

Отже, аналіз ціннісного складника лінгвокультурного концепту WEALTH свідчить про те, що в американському публіцистичному дискурсі лінгвокультурний концепт WEALTH отримує як позитивну (53%) так і негативну оцінки. Відносно образного складника лінгвокультурного концепту WEALTH, у нашій науковій розвідці ми спираємося на тезу, що образна (метафорична) об'єктивація лінгвокультурного концепту втілюється через співвідношення між референтом і корелятом.

Результати аналізу американського публіцистичного дискурсу свідчать про те, що кореляти актуалізовані референтом WEALTH, належать до 9 доменів: ІСТОТА, ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ, СПОРУДА, КОНТЕЙНЕР, МІСЦЕ, ЗМАГАННЯ, СИЛА, ПОДОРОЖ, МРІЯ.

Так, корелят ІСТОТА, об'єктивує лінгвокультурний концепт WEALTH як ІСТОТУ, з певними фізичними здібностями/ характеристиками/ознаками:

- WEALTH це жива ІСТОТА, що здатна *рухатися, приходити та йти*: *wealth comes (back), wealth goes/gives*:

*And I believe that any candidate, Secretary Clinton, Bernie Sanders, who is prepared to stand up say, you know what, we have to take on the billionaire class, that it's absurd that almost new income and **wealth goes** to them* (CBS FACE THE NATION, may, 2016).

- WEALTH це жива ІСТОТА, що може мати *вік*: *early days of wealth, old wealth*:

*In her **early days of wealth** she set up a foundation, like most fabulously rich philanthropists. But she shut it down – too much paperwork* (Washington Post, April, 2008);

*You can see the **old wealth** in the form of the splendid Victorian homes along Main Street.* (Washington Post, May, 2012).

- WEALTH це жива ІСТОТА, що може мати *расову приналежність*: *white wealth, black wealth*:

*Strangers on the outside; strangers on the inside. **The skin of our wealth is white*** (Washington Post, June, 2015);

*But the persistence of the gap between **white wealth and black wealth, white income, black income**, is something that has stayed almost constant for the last two decades.* (ABC, Aug, 2013).

Корелятивний домен WEALTH є ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ вербалізує лінгвокультурний концепт WEALTH як ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ, що має певні фізичні/візуальні властивості. Так,

- WEALTH є ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ, що може бути *виміряний та має певну форму, структуру, рівні*: *frame wealth, levels/degrees of wealth*:

*Mr. de Brum had been able to bridge divides among countries of different **levels of wealth** and responsibility for causing climate change and convince them that everyone must act* (New York Times, Aug, 2017).

- WEALTH є ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ, який можна *заховати чи знайти*: *hide / find wealth*:

*This is how journalist and author Andrew Sullivan put it in New York Magazine: " Hedid not **hide his wealth** in the late 20th century - he flaunted it in a way that connected with the masses.* (Scientific American, Nov, 2016);

*Can a young girl (Anne Hathaway) from a campus newspaper out in the Midwest **find wealth** and happiness as the assistant of a rich and imperious Manhattan editor* (Chicago Sun-Times, Jun, 2008).

Корелятивний домен СПОРУДА актуалізується концептуальною метафорою WEALTH є СПОРУДА, яку можна збудувати, зруйнувати, в якій можна жити, тощо. Так,

- WEALTH є СПОРУДА, яку можна *побудувати, володіти і здавати в аренду*

*You spend a lifetime **building wealth**, yet success and failure can come down to a handful of years those just prior to and after you stop collecting a paycheck* (Money, Vol 44, May, 2015)

*<...> assumed to be **owned by the wealth owner and rented** to producers and yields a rate of return* (American Economist, Oct, 2017).

Корелятивний домен КОНТЕЙНЕР об'єктивує лінгвокультурний концепт WEALTH як:

- КОНТЕЙНЕР, з якого можна *вийти або вийти*: *out of wealth/money*:

*The two fell **out of wealth** (and then favor) and lived out their lives in a dilapidated estate in East Hampton on Long Island* (Chicago Sun-Times, Jul, 2007).

Корелятивний домен МІСЦЕ вербалізує лінгвокультурний концепт WEALTH як МІСЦЕ призначення, до якого можна йти, та яке можна покинути. Так,

- WEALTH є МІСЦЕ, *до якого людина йде*: *way to wealth*:

The pundits say that a sure way to wealth is to find a need and fill it. There you go! I've identified lots of needs. (Saturday Evening Post, Sep/Oct, 2009)

- WEALTH є МІСЦЕ, яке людина покидає/залишає позаду: *leave wealth:*

They were not able to leave wealth to me. They were not able to give me power to inherit (SPOK, Feb, 2012)

Корелятивний домен ЗМАГАННЯ активує концептуальну метафору WEALTH є ЗМАГАННЯ/ГРА, яка об'єктивує лінгвокультурний концепт WEALTH як:

- ЗМАГАННЯ яке можна виграти – *win a fortune*, або програти – *lose wealth:*

I'm not going to win a fortune or a throne. I am going out for justice,' even though he knew he was going to be sacrificed (Smithsonian, Dec, 2003);

If his venture fails, he and other investors who shared his confidence in the business may well lose wealth, and the project will sooner or later be halted, no matter how commendable and morally uplifting it is (Forbes, Dec, 2012).

Корелятивний домен СИЛА об'єктивує концептуальну метафору WEALTH є СИЛА яку можна отримати маючи багатство, статок:

But the changed ways of life developed by the Civil War and Reconstruction period also generated new and enduring conflicts and apprehensions as society, given more mobility and power by increased wealth, widened breaches with needed means to demonstrate the newly acquired privileges. (Journal of Popular Culture, Feb, 2014).

- СИЛА, яка може допомогти у політичній сфері діяльності:

Political power derived from wealth should make participation more efficacious, and high levels of financial assets should make the policy stakes higher (Political Science Quarterly, Sept, 2014).

Корелятивний домен ПОДОРОЖ об'єктивує лінгвокультурний концепт WEALTH як ПОДОРОЖ, що має свій початок та кінець: *wealth starts, ends/end of wealth:*

Wealth Starts at Home outlines 10 strategies that lead readers toward securing a bright financial future. Thirty million people, currently working full or part time from the comfort of their own homes, have realized that a home business is not only convenient (Building Wealth One House at a Time, June 13, 2016);

At the family level, wealth ownership varies significantly, with those at the upper end of the wealth distribution enjoying most of the gains (Social Issues in America, 2015)

Корелятивний домен МРІЯ активує концептуальну метафору WEALTH є МРІЯ, як те, чого бажать більше за все: *the dream of wealth, desire for wealth:*

The dream of achieving material wealth through hard work ran deep in Western societies in the twentieth century and led to better living standards than the world has ever seen. (Futurist, Sep/Oct, 2013);

Ecclestone had a love of deal making and a desire for wealth - his personal fortune is valued today at around \$4.5 billion (New York Times, Jul, 2015).

Таким чином, аналіз ціннісного складника лінгвокультурного концепту WEALTH в американській мовній картині світу дав змогу виявити, що лінгвокультурний концепт WEALTH відноситься до категорії матеріальних цінностей, що в сучасному публіцистичному дискурсі США отримує переважно позитивну оцінку (53 % від загальної кількості вибірки).

Аналіз образного складника лінгвокультурного концепту WEALTH дав змогу виділити дев'ять доменів у межах яких репрезентований образний складник лінгвокультурного концепту WEALTH у американському публіцистичному дискурсі. У даному контексті варто також відзначити, що лінгвокультурний концепт WEALTH має високий метафоричний потенціал, оскільки втілює бачення американців про матеріальне благополуччя, багатство та успіх.

Перспективою дослідження вбачаємо аналіз лінгвальних засобів вербалізації лінгвокультурного концепту WEALTH.

Література

- Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология : ценностно-смысловое пространство языка. М. : ФЛИНТА, 2016. 288 с.
 Приходько Г. І. Оцінка і комунікація. Вінниця : Нова Книга, 2013. 168 с.
 Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К., 2006. 672 с.
 Copland F., Creese A. Linguistic ethnography. Research Methods in Linguistics. New York : Bloomsbury Academic, 2018. 259 p.
 Oliver M., Shapiro, T. Black wealth/white wealth : A new perspective on racial inequality. New York : Routledge, 2013. 258 p.
 Perrow C. Organizing America : Wealth, power, and the origins of corporate capitalism. Princeton University Press, 2009. 259 p.

(Матеріал надійшов до редакції 5.12.18. Прийнято до друку 20.01.19)

УДК: 811.111:339.543

DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135/2019-75-16>

ЧУХНО Т. В.

(Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро)

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ НОМІНАЦІЇ ВИДІВ ТОВАРІВ У МИТНІЙ СФЕРІ

Стаття присвячена розгляду способів англomовної актуалізації понять, пов'язаних з різними видами товарів в сфері митної справи. Проаналізовано лінгвальні особливості терміносполук, які вербалізують поняття «товар». Особливу увагу приділено синонімічним термінам, якими відбиваються англomовні поняття різних видів товару. Зроблено висновок про різноманітне семантичне наповнення термінологічних словосполучень на позначення понять, що втілюють різні види товарів, які перетинають державні кордони.

Ключові слова: товар, термінологічне словосполучення, митна справа, синонімічний термін, поняття.

Chukhno T. V. Peculiarities of English nominations of different kinds of goods in the customs sphere. The article deals with diverse ways of actualizing one of the widespread concepts in the Customs sphere, that is the concept "goods". Being a meaningful concept among others correlating to the Customs domain, the concept "goods" stands out as a constituent of the basic concept "Customs".

The topicality of the research is conditioned by importance of a profound study of the concept "goods". It is worthwhile noting that there has been a lack of researches into the lingual features of the English terminological units to denote different kinds of goods, which cross the state borders of countries. In view of this fact, the study suggested below turns out to be of current interest. Thus the object of the article are terminological word combinations that represent the concept "goods" as well as other concepts related to it.

The concept "goods" has a whole range of synonymous terms. In this regard the author turns to a wide variety of synonymic representations of the concepts which actualize different kinds of goods. Among terminological units which verbalize the concept "exported goods" the author mentions "non-controlled" goods" or "innocent" goods".

It goes without saying that the choice of synonym depends upon the underlined aspect used to convey the meaning. Export goods are often interpreted as "non-controlled" goods due to the pragmatic view since even a large quantity of export goods will never do any harm to the country's budget. Sometimes export goods can be referred to as legitimate goods that is non-contraband and in this way the terminological word combination "innocent" goods verbalize the concept "export goods".

For that matter, a particular attention has been paid to other synonymic terms to designate concepts that actualize different types of goods. The author comes to the conclusion that the verbalization of concepts related to different types of goods in the English Customs sphere is carried out by using terminological word combinations of different semantic content.

Key words: goods, terminological word combination, Customs domain, synonymous term, concept.

З огляду на відсутність досліджень лінгвальних особливостей англomовних термінологічних одиниць митної сфери на позначення різних видів товарів, які перетинають державні кордони країн, вважаємо аналіз, представлений нижче, **актуальним**.

Метою статті є аналіз англomовної номінації видів товарів митної справи.

Мета роботи передбачає розв'язання наступних **завдань**:

- 1) проаналізувати шляхи вербалізації понять, пов'язаних з різними видами товарів в англійськомовній митній сфері;
- 2) дослідити лінгвальні особливості термінологічних словосполучень, що номінують різні види товарів.

Об'єктом дослідження є термінологічні словосполучення на позначення різних видів товару в англomовній митній сфері.