

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



# **СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,  
АСПРАНТІВ, ВИКЛАДАЧІВ ТА СПІВРОБІТНИКІВ**

**(Суми, 20-21 квітня 2017 року)**

**Суми  
2017**

правильної передачі словосполучення, воно втрачає свій зміст. Досліджуючи сферу емоцій на рівні тексту були виявлені завдання емоційності на рівні тексту, якими є створення емоційного плану тексту, в якому беруть участь мовні засоби двох видів: системно-мовні, мовні. Системно-мовні засоби мають в своєму значенні конкретний емоційний компонент. Неемоційні слова можуть набувати емоційного значення в результаті свого функціонування в мові. Так, неемоційні іменники при вторинній номінації набувають експресивного значення. Крім емоційних конструкцій, до засобів, що створюють емоційний план тексту, відносяться, перш за все, інтонація, а також неемоційні розряди слів, такі як частки, іменники, модальні слова.

1. Косенко Ю. В. Вербальні та невербальні засоби актуалізації емоційного стану радості в художньому англomовному дискурсі. Ю. В. Косенко, А. Маяцька. Сумський державний університет. – 2012.

## МІФОПОЕТИКА НІМЕЦЬКИХ БАЛАД

Охріменко А. П., *студ. гр. ПР-32*

Чепелюк А. Д., *ст. викладач кафедри ГФ*

Балада – поетична пісня; жанр народної поезії; а також популярний вид віршів поетів-романтиків. Балада характеризується співучістю, драматичністю та діалогічною мовою. На території Німеччини зародилась вона приблизно у XI столітті і протягом століть була саме народною, вбирала важливі категорії духовності людей, які її створювали, і стала обличчям німецької народної літератури. Інший вид балад формувався протягом XVIII – XIX століть [1, 10-18]. Такі балади називають літературними, авторськими та романтичними. Письменники, які творили у цьому жанрі, зверталися до фольклору, вірувань, забобонів, міфів і легенд, адже бачили в них самотність народу. Саме такий інтерес зіграв важливу роль у формуванні німецької літератури взагалі, а також допоміг текстам набути позачасового й загальнолюдського значення.

Міфологія ж виникла з появою людини і стала невід’ємною частиною життя, адже допомагала боротися зі страхами, невідомим і невідворотнім, приймати правильні рішення. У германців існувало багато легенд. Міфологічні герої, боги та богині, священні тварини та

рослини, фантастичні істоти, явища – усе це структуровано в певну систему вірувань та навіть ритуалів.

Балади вивчалися літературознавцями як вітчизняними, так і зарубіжними (наприклад, В. М. Жирмунським, Н. Г. Єлиной, М. І. Стеблин-Каменським, М. von Albrecht, J. G. Herder, W. Kayser, J. Müller). Інтерес до жанру пояснюється його своєрідністю, співучістю, особливостями функціонування в літературах різних народів. Вітчизняні та зарубіжні філологи, літературознавці й навіть письменники цікавляться баладами, оскільки вони несуть у собі самобутність людей і країни, в межах якої формувалися. Проте у свої роботах дослідники поверхово торкалися впливу міфу й легенд на формування цього жанру.

Актуальність теми, яка розглядається, полягає в тому, що введення легенд, народних повір'їв чи історичних подій, які розглядаються крізь призму казковості, в основу сюжетів використання міфологем авторами доволі широке, оскільки фантастичність є невід'ємною частиною жанру. Проте існування міфу в межах німецької балади ще недостатньо досліджено.

Сюжети балад часто бралися із середньовічної народної творчості, міфів і легенд. Вони давали можливість відійти від реальності, а також порушити важливі моральні проблеми.

За побудовою така поезія більше нагадує драматичний твір, адже обов'язковим є драматична кульмінація, яка часто співпадає з розв'язкою (неочікуваним фіналом). У центрі літературних балад завжди опиняється людина. Проте поети знали, що її сили обмежені й не завжди дають можливість бути хазяїном долі. Тому літературні балади часто оспівують підступність фатуму.

Кожного автора балади можна назвати міфотворцем, адже вони по-різному використовували різні легенди та повір'я. Це відбувається шляхом залучення імен міфологічних персонажів чи посиланням на контекст. Вони вводять у текст міфологічну деталь, мотив чи образ, які містять ключ до розуміння твору, посилаючись на стійкість міфологічного субстрату [2, 16]. Проте міфам треба трансформуватися, аби прижитися в новій суто авторській роботі і створити певний настрій чи додати якогось відтінку, певного сенсу. Задля того, аби прослідкувати вплив міфу, були розглянуті різні елементи, у яких відбувалась міфологізація – структурні, жанрово-семантичні, прагматичні [3, 164].

Зазвичай у структурних елементах відображається суто авторське трактування міфу та окремих міфологем. Місцями концентрації міфологем, які можуть мати як експліцитний, так й імпліцитний характер вираження, є заголовок, експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка та епілог. Саме в них можна виокремити міфологеми та те, як автор змінив чи доповнив їх. Також можна сказати, що існування міфологем у середовищі жанрово-семантичних компонентів дають авторському міфу певну поетичність, допомагають читачу повірити в реальність історичних подій і віднайти символізм баладних образів. У той же час, міфи чи легенди, які видозмінює та застосовує творець, не тільки надають відтінку незвичайності, а й, що більш важливо, набувають у баладах загальнолюдського значення. Наповнюючи свій твір прагматичними елементами, автор наділяє його певною інформацією, символічністю й поетичністю. Ці компоненти дають читачу розуміння сюжету, характеризують персонажів, указують місце та час подій, збільшують драматичність і навіть доповнюють зміст. Міфи, вірування чи легенди, які виражаються у прагматичних елементах балади, передають самобутність народу, його традиції.

У результаті аналізу німецьких балад можна зробити висновок, що кожна балада базується на ряді міфологем. Балади – важлива складова німецької літератури. Автори німецьких балад вплітали легенди та народні повір'я у власний сюжет, добиваючись таким чином поетичності та високої художності своїх творів. А оригінальне переосмислення міфів та введення їх у баладу формували її загальнолюдське значення. Отже виділення міфологем допомагає прослідкувати самобутність всього народу. Оскільки дослідження міфопоетичності німецьких балад украї актуальне, то його слід продовжувати.

1. Гугнин А. А. Немецкая народная баллада: эскиз её истории и поэтики. / А. А. Гугнин // Немецкая народная баллада: Сборник / Под ред. Н. Т. Беляева. – М. : Радуга, 1983. – С. 5–25.
2. Кобзар О. Міфопоетичний аналіз художнього твору [Електронний ресурс] // Філологічні науки. – 2013. – Вип. 15. – С. 16–23. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fil\\_Nauk\\_2013\\_15\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fil_Nauk_2013_15_5).
3. Кобзар О. Методологія міфопоетичного аналізу художнього твору (на прикладі міфологічної драми) [Електронний ресурс] // Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні

науки. – 2015. – № 5. – С. 162–165. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Litpro\\_2015\\_5\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Litpro_2015_5_43).

4. Кобякова І. К. Концептуалізація та категоризація гумору. І. К. Кобякова. Видавництво СумДУ. – 2006.

## **ДО ПИТАННЯ ПРО ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ КОНТАКТУ В АМЕРИКАНСЬКІЙ КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ**

Павленко Т. А., студ. гр. ПР-31

Смельянова О. В., канд. філол. наук, доцент кафедри ГФ

Зростання ролі міжкультурної взаємодії у корпоративному контексті зумовило інтерес до вивчення особливостей корпоративної комунікації. Такий вид комунікації реалізується у дискурсивній взаємодії адресанта і адресата з урахуванням їх соціальних ролей, взаємних відносин та стану, зумовленого ситуативними факторами спілкування. Ефективність управління економічними процесами підприємства значною мірою залежить від якості комунікацій, або ефективності ділового спілкування.

Корпоративний дискурс являє собою цілеспрямовану комунікативну дію, складову діяльності компанії, що реалізується в інституційній сфері й виявляється в міжособистісних стосунках, обслуговує всі рівні функціонування компанії, відповідає основним положенням корпоративної культури й здійснюється з метою уніфікації поведінки працівників як представників однієї організації та гармонізації корпоративних цілей з потребами громадськості [1, с. 5].

Корпоративний дискурс як необхідна складова діяльності компанії розглядається в тісному взаємозв'язку з корпоративною культурою, тому провідними факторами, які визначають характер, організацію і реалізацію ділового спілкування на всіх рівнях діяльності компанії, є основні напрями діяльності компанії, правила і норми поведінки, які також обумовлюються культурними концептами суспільства.

У сфері корпоративної культури під впливом особливих прагматичних факторів великого значення набуває фатична функція використання контактовстановлюючих одиниць, яка забезпечує