

явищем, універсальною властивістю, до якої змалку привчається людина і більшою мірою робить це автоматично, на межі свідомого і підсвідомого. Знання мови – це вже цілком усвідомлене сприйняття мови як скарбниці певних знань про людину і світ, які закарбовані в лексиці, фразеології, граматиці, інших способах мовного вираження. Усвідомлене і глибоке знання про мову або мови з'являється найчастіше у процесі порівняння. «Хто не знає чужих мов, – писав Й.-В. Гете, – не має уявлення і про свою.» Знання мов у цьому сенсі слугує першоджерелом знань про національно-культурні особливості різних народів, формує міжкультурну компетентність, без чого неможливе досягнення взаємної поваги і розуміння. Завданням міжкультурної комунікації є формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях.

Залежно від безпосереднього предмета вивчення виокремлюють певні аспекти міжкультурної комунікації, основними серед яких є культурологічний, лінгвістичний, етичний, соціально-комунікативний, психологічний, професійно-прикладний.

У нинішньому часі динамізується спілкування людей, які належать до різних національних та лінгвокультурних спільнот. Це потребує вміння досконало висловлюватися й уважно чути, розуміти специфічні смисли, які виражають та інтерпретують учасники міжкультурної комунікації.

Література

1. Актуальні проблеми вивчення мови та мовлення, міжособової та міжкультурної комунікації : Методичний збірник. – Харків, 1996. – С. 45–69.
2. Лебедева Л. Е. Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект / Л. Е. Лебедева // Філологічні студії. Вип. 9. – Криворізький національний університет, 2013. – С. 246-252.
3. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація / В. М. Манакін. – К. : Академія, 2012. – 288 с.

*Левандовська Ірина Зіновіївна,
Тернопільський національний економічний університет*

ПОНЯТТЯ АНТРОПОЦЕНТРИЗМУ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Ще у V ст. до н.е. у стародавніх країнах Індії, Греції, Римі, Китаї, а також арабських країнах мова розглядалась як надзвичайно цікаве та, разом з тим, складне явище, і лише як науку мовознавство почали розглядати на початку XIX ст. Пояснюється це тим, що у мовознавстві не було власних, спеціальних методів дослідження мови. А вже в першій чверті XIX ст. з появою порівняльно-історичного методу бере свій початок мовознавство як самостійна наука в системі гуманітарних наук.

З самого початку свого розвитку, ще зі стародавніх часів, мовознавство досліджувало в мові фонетичні, граматичні, лексичні особливості, споріднені та неспоріднені зв'язки, виникнення та розвиток різних мовних явищ. І тільки в XIX – XX ст., залежно від принципів та методів дослідження мов, у лінгвістиці виникли різні наукові напрямки та школи. Серед них виділяються такі напрямки як системно-структурний, структуралізм, функціоналізм, семасіологічний, ономасіологічний, синтаксичний, психологічний, соціологічний, трансформаційний або генеративний, порівняльний, типологічний, комунікативний, функціональний, прагматичний та ін. підходи до вивчення мови.

Характерною рисою розвитку лінгвістики у XIX – XX ст. є те, що мова вивчалась в лінгвістичних теоріях, категоріях, поняттях та термінах. Проте, було визнано, що на протязі ряду століть при вивченні мови не враховувалось саме головне в мові – людина, антропус (від грецьк. *Anthropos* – людина). Ця думка стала початком виникнення нової лінгвістики, де в центрі уваги субстанціонарні властивості та форми мови, її функціонарні засоби, а також людина, етнос (від грецьк. *Ethnos* – плем'я, народ), як носії відповідних мов. З цієї причини сучасна лінгвістика називається антропологічною, а також тому, що її галузі, такі як психолінгвістика, соціолінгвістика, етнолінгвістика, лінгвокультурологія, етнопсихолінгвістика, когнітивна лінгвістика є антропоцентричними.

Антропологічна лінгвістика вбачає в мові перш за все прояв людини у всіх сторонах її буття – індивідуального та типового, психологічного та соціального, учбового та професійного і т.д. [5], оскільки неможливо пізнати мову, не виходячи за її межі, не звертаючись до її творця, носія – до людини, до конкретної мовної особистості [2, с. 7].

Терміни антропоцентризм, антропоцентричний принцип, антропоцентричність в лінгвістиці з'явилися відповідно недавно. Антропоцентричний напрямок у мовознавстві зумовлений тим, що увага дослідників перейшла з питання «як влаштована мова» на запитання «як функціонує мова». Так, французький вчений Е.Бенвеніст в одній з частин «Загальної лінгвістики», яку науковець назвав «Людина в мові», пояснює суть ідеї антропоцентризму: в світі існує лише людина з мовою, людина, яка спілкується з іншою людиною і мова, таким чином, належить самому визначенню людини [1, с. 298].

У 90-ті рр. XX ст. антропоцентризм остаточно сформувався як один з основних принципів лінгвістики та став методологічною основою сучасних лінгвістичних досліджень. Антропологічний напрям у мовознавстві розглядає: 1) вплив людини на мову і 2) вплив мови на людину, її свідомість, культуру [4, с. 8]. На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки проблему антропоцентризму вивчають Н.Арутюнова, Г.А.Бенькевич, А.Вежбицька, П.І.Костомаров, О.М.Лащук, О.В.Падучева, Н.В.Таценко, Т.В.Цив'ян, М.О.Шелякін та ін.

Отже, на сьогоднішній день антропоцентризм є одним з основних принципів сучасної лінгвістики. Очевидним є те, що вітчизняна та зарубіжна наука змінила парадигму свого розвитку, поставивши в центр уваги людину – творця мови [3].

Література

1. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э.Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987. – 53 с.
3. Лащук О.М. Образні характеристики бінарного концепту «Distanz» у німецькій лінгвокультурі / О.М.Лащук // Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Філологічні науки». – 2013. – №9 (268). – Ч.І. – С.261-267.
4. Постовалова В.И. Лингвокультурология в свете антропологической парадигмы (к проблеме оснований и границ современной фразеологии) / В.И.Постовалова // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С.30-45.
5. Таценко Н.В. Теоретичні засади антропоцентризму мовних інновацій / Н.В.Таценко // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. Івана Франка. – 2006. – Вип. 28. – С. 208-211.

*Луса Наталія Степанівна,
Тернопільський національний економічний університет*

THE ROLE OF COLOUR AS A NON-VERBAL MEANS WHILE PRESENTING MALE IMAGES IN ADVERTISING

Copywriters use different means of product image design in advertising – verbal and non-verbal – to catch the customers' attention and to induce them to buy goods. Among the non-verbal means are considered to be illustrations, colour, font, punctuation. Being the components of an advertising message, they attract customer's attention and fix the advertised object in the memory.

Colour in relation to verbal communication tends to have several strengths. Firstly, the use of certain colour(s) is creative tools with important potential. They can be used to emphasize a brand feature or attract a receiver's attention to a particular part of an advertisement. Secondly, we can speak about the speed of perception and accuracy. In addition, the colour has the ability to convey emotions much more expressive than words: beauty, tenderness, happiness, sadness are transmitted faster and more forcefully through images than through words. Moreover, colour is contextual, cultural and situational. It can be gender distinguished.

The research question studied in the abstract is the role of colour while presenting male images. Designers tend to distinguish male and female colours. Advertisements, where the target audience is male, are usually in deep cold shades,