

подготовленной речи. Выявлено три формы существования текста проповеди: как рукопись будущей речи, как устное сообщение, как отредактированный печатный текст.

Исследование композиционных особенностей проповеди проведено на основе ситуативно-коммуникативного анализа реализации текста. Выявлена общая композиционная структура современной англоязычной христианской проповеди:

1. **Заглавие.** Не является обязательным композиционным элементом. Основные функции заглавия – информативная, рекламная и опорная.

2. **Библейский эпиграф** – отличительная черта композиционного строя проповеди. Отмечается условность термина "эпиграф" в данном случае, поскольку вся проповедь может представлять собой его пословное толкование.

3. **Вступление.** Выполняет прежде всего контактоустанавливающую функцию.

4. **Основная часть.** В основном представляет собой рассуждение с фрагментарными включениями повествования и описания. Широко используются иллюстративные примеры.

5. **Заключение.** Выполняет функцию логического завершения текста, функцию эмоционального воздействия и волонтеративную функцию.

Внутри этой общей композиционной структуры выделены следующие преобладающие композиционно-смысловые типы:

- 1) интерпретирующий (expository)(вся проповедь представляет собой экзегезу);
- 2) аргументирующий (developmental) (классическая для риторики схема);
- 3) дискурсивный или свободный (discursive/ impressionistic).
- 4) повествующий (narrative).
- 5) классифицирующий (classification) (близок к аргументирующему).
- 6) фасеточный или аспектный (faceting).
- 7) Экспериментальный (experimental)

Список литературы

1. Ван Дейк, Т. А. К определению дискурса / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1998. – С. 68-70.
2. Фуко, М. Археология знания / М. Фуко. - Ника-Киев, 1996. –С. 25-26.
3. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. - М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
4. Менджерицкая, Е. О. Термин «дискурс» в современной зарубежной лингвистике / Е. О. Менджерицкая // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. - М., 1997. – С. 130-133.

ТУНЧИК Д.В. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)

КОНЦЕПТ «ДЕНЬГИ» В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Человек существует в реальном мире, который является для нас местом обитания, поставщиком продуктов, необходимых для нашей жизнедеятельности. Различные национальные общества проживают на разных территориях, в различных климатических условиях, их система хозяйствования, добывания средств к существованию, соответственно, зависит от этих условий, что в свою очередь, оказывает влияние на национальный характер. Окружающий нас мир весьма многообразен: природные условия, в которых оказались наши предки много веков тому назад определялись рельефом местности, климатическими поясами, богатством земных недр, флорой и фауной того региона, в котором формировалось то или иное национальное сообщество [1]. Представители стран Западной Европы, проживали в благополучном климате, в зоне благоприятного земледелия, но на территориях, где племена постоянно воевали за землю и добычу. В Западной Европе было мало лесов, но зато хорошие дороги, водные коммуникации и длительные торговые отношения, унаследованные ещё от Рима. Социокультурные традиции тесно переплетены не только с экономическим положением, но и с отношением к жизни, этическими проблемами и даже восприятием мира с эстетической точки зрения. Исследования структуры ценностей среди молодых людей подтвердили, что в странах со стабильной экономикой, в частности в Европе, больше ценятся этические аспекты труда, мастерство (консервативные ценности), а в странах с экономическим ростом (Япония, Турция, Тайвань, Бангладеш, Израиль и др.) больше

приветствуются конкуренция, мотивация успеха, рост сбережений [2]. Всё это накладывает отпечаток на развитие национальной культуры: смысла жизни, отношения к природе, труду, земле, представителям других наций, к богатству, а также его отсутствию.

Человеческие сообщества не могут длительное время существовать на паритетных началах вследствие психологических различий их членов. Почти сразу в них образуется иерархия, соподчинение. Немалую роль в этом процессе играют вещи, владение землей и деньги в частности. Помимо сугубо экономических функций (мера стоимости, средство обращения, платежа, накопления) деньги участвуют и в формировании психики людей, образуя и удовлетворяя потребности выживания, существования, самоудовлетворения, занятия определенной ступени в сообществе [2].

Социокультурные особенности отношения к деньгам проявляются в структуре трат, в сбережении денег, в отношении к гостям, в чувствах, испытываемых к более богатым или бедным согражданам, в позволенности или запрету разговоров о деньгах согласно этикету, отношению к карьере, успеху, популярности в обществе, а также нематериальным благам, в проблемах уравнительного распределения.

Проанализировав денежное поведение в английской и русской культурах можно выделить следующие отличия, подтвержденные в соответствующих словах, выражениях, пословицах и поговорках:

1. В Англии *«money talk is a taboo»*. Деньги в Англии традиционно передавались по наследству, а семейное состояние в своих истоках складывалось благодаря пользованию наделами земли, которые отличали английскую аристократию. По этой причине упоминать о деньгах невежливо: они либо есть, и об этом все знают, либо их нет, что также достаточно хорошо известно окружающим [3]. Эта мудрость находит свое отражение в знаменитой поговорке *«Money loves silence. Big money loves grave silence»*. В России же, напротив, деньги, материальный достаток, стоимость той или иной вещи являются популярной темой для обсуждения. Исторически сложилось, что основным критерием оценки своего собственного материального положения является финансовое состояние других людей, причиной этого является так называемая уравниловка.

2. Англичан и американцев объединяет приверженность экономии: *«money is round and rolls away»*, *«never spend your money before you have it»*, *«money has wings»* [5]. В это же время русское отношение к деньгам: страсть сиюминутно тратить заработанное и жить на широкую ногу даже тогда, когда средства этого не позволяют, то есть *«to have a champagne life style on a beer budget»* удивляет и тех и других [1]. Русское, в целом, легкое отношение к деньгам, проявляющееся от бродяги до купца, объясняется тем, что денег никогда не было много и их могли в любой момент отобрать.

3. Так как работа является основным источником дохода, то отношение к работе является важнейшим показателем межкультурных отличий. Работа воспринимается американцами как важнейший источник приобретения материального благосостояния. Любой труд в Америке уважается и не считается зазорным. В отношении к работе англичан существуют некоторые отличия. Во-первых, принадлежность к высшему классу до сих пор воспринимается как неотъемлемое, полученное при рождении право и рассматривается как важнейшая социально признаваемая привилегия. Во-вторых, различия в отношении к работе обусловлены также отличиями между протестантской религией и католицизмом. Согласно протестантским убеждениям, труд – это радость, он угоден Богу и соответственно им вознаграждается. Католицизм проповедует то, что труд является обязанностью человека, его долгом. Русский человек относится к работе как к «служению», например, отечеству или своей профессии, независимо от того, сколь это выгодно в материальном плане [1]. Таким образом, для американцев и англичан важнейшим условием, необходимым для возникновения чувства преданности, долга перед своей работой являются факторы материального порядка: достойная зарплата, занимаемая должность, репутация и положение той компании, в которой работает человек. Для россиян, не умаляя важность всех перечисленных критериев, большую роль играют преданность профессии, коллективу, отношения внутри рабочей группы.

4. Отличными являются также и черты характера, считающиеся в сравниваемых культурах, наиболее значимыми для достижения успеха в работе, приобретения богатства. Россияне, более других народов, склонны связывать финансовое благополучие со знаниями, способностями, талантом, трудолюбием. В странах Запада успех считается результатом инициативности, целеустремленности, решительности, способности преодолевать препятствия.

5. Показательным в этом плане является также отношение к гостям. Русские всегда щедро относились к гостю. В ряде европейских народов, воспитанных в духе протестантизма и лютеранства, в традициях уважения к труду и получению за него денег, сформировались установки на индивидуальное их использование: гостей встречают скромно, в ресторане гость сам платит за себя [2].

Таким образом, отношение к деньгам, работе, богатству и бедности, психологический портрет материально успешного человека отличается в английской и русской культурах и находит свое отражение в соответствующих языках.

Список литературы

1. Самохина, Т.С. Они и мы: Англия, Америка, Россия / Т.С. Самохина. – М. : Прометей, 2008. – 184 с.
2. Дмитриевская Н.Ф., Сарно А.А., Слободской А.Л., Спивак В.А., Филатова Е.Г., Яковлева И.В. Экономическая психология / Н.Ф. Дмитриевская, А.А. Сарно, А.Л. Слободской, В.А. Спивак, Е.Г. Филатова, И.В. Яковлева. – СПб.: Питер, 2000.
3. Фокс, К. Наблюдая за англичанами / К. Фокс. – М. : Рипол Классик, 2008. – 512 с.
4. Григорьева, А.И. 1000 русских и английских пословиц и поговорок / А.И. Григорьева. – М. АСТ, 2010. – 608 с.
5. Hornby, A.S. Oxford advanced learner's dictionary of current English / A.S. Hornby. – М. Oxford University Press, 2005. – 1780 с.

УМАНЦЕВА Я.Н. (Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина)

Научный руководитель – ст. преподаватель Дягель С. Н.

СПЕЦИФИКА ЖАНРОВОЙ СТРУКТУРЫ РОМАНА П. ЗЮСКИНДА «ПАРФЮМЕР»

Роман Патрика Зюскинда является одним из самых известных произведений современной немецкоязычной литературы, долгое время он держался в мировой десятке бестселлеров, переведен более чем на тридцать языков и по сей день пользуется большой популярностью у читателя. Впервые роман был напечатан в Швейцарии в 1985 году. Будучи студентом, в 1968-1974 гг., П. Зюскинд изучал средневековую и современную историю в Мюнхенском университете, а также в Провансе. Именно тогда он начал собирать материал для будущей книги. В процессе непосредственной работы над романом он объехал места действия будущего романа, долгое время вникал в секреты парфюмерии на фирме «Fragonard», а также изучал большое количество литературных и культурологических источников. В центр внимания данной статьи ставится жанровая структура романа П. Зюскинда, которая позволяет выявить реализацию таких базовых для современной культуры концепций как интертекстуальность, игра, смешение стилей и жанров.

П. Зюскинд создал особую форму романа, в котором элементы традиционной поэтики преломляются через призму эстетики постмодернизма. Роман «Парфюмер» содержит в себе все элементы традиционного романа. Так, его композиция характеризуется наличием конфликтного центра и нарастанием действия к кульминационной его точке. Сюжет разворачивается линейно, через последовательную цепь событий, которая раскрывает характер героя, через его действия и поступки, а также через его взаимоотношения с окружающим миром. В романе представлен аукториальный тип повествования, когда автор выступает в роли путешественника и посредника между повествованием и читателем.

Однако при ближайшем рассмотрении оказывается, что П. Зюскинд пародийно интерпретирует такие популярные в немецкой литературе жанровые формы классического романа как «роман воспитания» и «роман о художнике». «Роман воспитания» (*Erziehungsroman*) – это тип романа, получивший распространение в литературе немецкого просвещения. Его содержанием является психологическое, нравственное и социальное формирование личности главного героя. В немецком литературоведении традиционно выделяются три жанровых разновидности: