

8. Крысин Л.П. Толковый словарь иностранных слов. – 2-е изд., доп. – М.: Русский язык, 2000. – 856 с.
9. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений. Семантика производного слова. – М.: Наука, 1981. – 200 с.
10. Курилович Е. Очерки по лингвистике. – М.: Изд-во иностр. л-ры, 1962. – 456 с.
11. Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления (проблемы семантики): автореф. дис. на соискание научной степени доктора филолог. наук. – Свердловск, 1986. – 31 с.
12. Маслова В.А. Параметры экспрессивности текста // Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности. – М.: Наука, 1991. – С. 179.
13. Новикова Л.С. К вопросу об именах существительных с суффиксами эмоциональной оценки // Синтаксис современного русского языка. – Тюмень, 1968. – С. 81–91.
14. Осипова Л.И. О словообразовательной классификации уменьшительно-оценочных имен существительных современного русского языка // УЗ МОПИ. – Т. 228. Русский язык. – Вып. 15. – М., 1969. – С. 12–25.
15. Плужникова Т.И. Метаязык дериватологии: проблемы и тенденции терминопотребления // Система і структура східнослов'янських мов. НПУ імені М. П. Драгоманова. – К., 2001. – С. 185–190.
16. Покуц В.Н. Уменьшительные суффиксы имен существительных в современном литературном языке (грамматическая, семантическая специфика и словообразовательная возможности): автореф. дис. на соискание научной степени канд. филол. наук: спец. 10.02.02 “Русский язык” – К., 1969. – 22 с.
17. Русская грамматика. – М.: Наука. – Ч.1. – 1980.
18. Телия В.Н. Экспрессивность как проявление субъективного фактора в языке и ее прагматическая ориентация // Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности. – М., 1991. – С. 22.
19. Шахматов А.А. Синтаксис русского языка. – Л.: Учпедгиз, 1941. – 620 с.
20. Шахматов А.А. Очерк современного русского литературного языка. – СПб., 1913.
21. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе русского языка. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 188 с.
22. Шмелев Д.Н. Очерки по семасиологии русского языка. – М.: Просвещение, 1964. – 244 с.

УДК 811.111?37

## КОНЦЕПТЫ “СВОЙ” – “ЧУЖОЙ” КАК РЕФЛЕКСЫ КОММУНИКАТИВНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ В АСПЕКТЕ АНАЛИЗА ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА

Светлана Мкртычян  
(Тверь, Россия)

*Статья посвящена реконструкции концептов “свой” – “чужой” как концептуальной основы устного делового дискурса; описаны психолингвистические эксперименты, направленные на выявление актуального “шару” данных концептов; для интерпретации полученных результатов разработана система индексов оценки, что характеризуют “титому вагу” актуального “шару” концептов “свой”, – “чужой”; зроблено висновки про особливості комунікативної субкультури суб'єктів дискурсу.*

**Ключові слова:** концептуальна система “свій” – “чужий”, усний діловий дискурс, індекс оцінювання, комунікативна культура (субкультура), міжособова взаємодія, управлінський дискурс.

*Статья посвящена реконструкции концептов “свой” – “чужой” как концептуальной основы устного делового дискурса; описаны психолингвистические эксперименты, направленные на выявление актуального “шару” данных концептов; для интерпретации полученных результатов разработана система индексов оценочности, характеризующих “удельный вес” актуального “шару” концептов “свой” – “чужой”; сделаны выводы об особенностях коммуникативной субкультуры субъектов дискурса.*

**Ключевые слова:** концептуальная система “свой” – “чужой”, устный деловой дискурс, индекс оценочности, коммуникативная культура (субкультура), межличностное взаимодействие, управленческий дискурс.

*The article offers models of two concepts (“MINE” and “ALIEN”) regarded as a conceptual basis for oral business discourse. The results of two experimental studies of operational layer of the concepts are outlined; a system of evaluation indexes to characterize the capacity of this layer for both concepts, with special consideration for informants’ social status is offered. The preliminary conclusions concern characteristics of communicative subculture of different social spheres in the light of interpersonal interaction within administrative discourse.*

**Key words:** conceptual system “mine” – “alien”, oral business discourse, evaluation index, communicative culture (subculture), interpersonal interaction, administrative discourse.

**Постановка проблемы.** Выявление особенностей коммуникативной субкультуры представителей различных социальных страт в сфере делового общения может осуществляться с опорой на концептуальную систему “свой” – “чужой”, которая как любая концептуальная система основывается на специфических, социально значимых, принятых в обществе ценностях, усвоение которых предопределяет модели коммуникативного поведения человека, адаптированного к требованиям стратифицированного социума. Проблема заключается в отсутствии разработанной экспериментальной методики с широкими интерпретативными возможностями, которая может быть использована в целях создания валидной теории деловой коммуникации, обладающей объяснительными возможностями и имеющей прикладную направленность.

**Актуальность изучаемой темы.** Коммуникативная культура может рассматриваться в качестве основного потребного мотивированного фона как фактора, детерминирующего специфику интенциональности делового дискурса, описание которого в рамках деятельностной “онтологии Л.С.Выготского” не ограничивается поверхностными структурами высказывания. Концептуальная система “свой” – “чужой” как рефлекс коммуникативной культуры позволит, с одной стороны, выявить общественно приемлемые нормы (одобряемый идеал) делового общения в целом, с другой стороны, даст возможность описать коммуникативные особенности представителей различных социальных групп. Коммуникативно-прагматический анализ устного делового дискурса с опорой на концептуальную систему “свой”

– “чужой”, направленный на выявление моделей эффективного коммуникативного поведения в сфере деловой коммуникации, может быть положен в основу разработки концепции делового общения, которое в настоящее время как теория и практика обучения не имеет теоретической и методической базы и представляет собой конгломерат разрозненных приемов, методов и тем.

**Анализ предыдущих исследований и публикаций по теме.** Данная тема носит интегративный характер, что обусловлено попыткой реконструировать актуальные для конкретного типа дискурса “слои” концептуальной системы “свой” – “чужой”. По этой причине беглый обзор изученности темы должен быть связан, во-первых, с исследованием делового дискурса, во-вторых, с трактовкой термина “концепт” в современной лингвистике и методиками его описания, поскольку специальных работ, посвященных проблеме функционирования концептуальных систем в деловом дискурсе нами не обнаружено.

Аспекты описания делового дискурса подробно рассмотрены нами в [3, с.15–20].

Подходы к пониманию концепта, его структурированию и методикам описания в современной лингвистике многочисленны. Среди наиболее известных можно назвать работы Н.Ф.Алефиренко, Н.Д.Арутюновой, А.П.Бабушкина, Н.Н.Болдырева, Т.В.Булыгиной, А.Вежбицкой, С.Г.Воркачева, А.А.Залевской, В.З.Демьянкова, В.И.Карасика, Н.А.Красавского, В.В.Красных, Е.С.Кубряковой, С.Х.Ляпина, В.А.Масловой, В.А.Пищальниковой, З.Д.Поповой, Ю.С.Степанова, И.А.Стернина, В.Н.Телии и др., которые в рамках данной статьи могут быть только упомянуты.

Резюмируя, отметим, что как бы ни отличались на первый взгляд различные определения этого модного понятия, по сути, они акцентируют то, что “для познавательного процесса существенно определение смыслового признака, который становится структурно доминирующим компонентом в условиях данной речевой деятельности. Потому что именно этот признак лежит в основе процесса концептуализации – образования актуального для индивида значения” [4, с.73]. Мы принимаем следующее рабочее определение концепта, релевантное целям и задачам нашего исследования: *концепт – это полиструктурная семантическая модель, которая отражает ценностные социокультурные доминанты поведения человека (в том числе и коммуникативного), в частности, в сфере делового общения.*

Проблема методики описания концепта имеет дискуссионный характер. Прикладные исследования конкретных концептов представлены исследованиями А.Вежбицкой, С.Г.Воркачева, В.А.Масловой, З.Д.Поповой и И.А.Стернина, Ю.С.Степанова и др. При общем взгляде на эту проблему трудно опосредовать мнение, высказываемое большинством лингвистов, что методика описания концепта во многом зависит от его типа, а также от целей и задач анализа в целом. При этом, так или иначе средством доступа к концептуальному знанию является слово.

**Цель статьи** заключается в описании двух психолингвистических экспериментов, направленных на выявление актуального для анализа делового дискурса “слоя” концептуальной оппозиции “свой” – “чужой”.

**Изложение основного материала.** При анализе и описании материала мы исходили из следующих положений.

1. Ассоциативно-вербальная сеть является аналогом языковой способности, но не аналогом фрагмента сознания. Мы не склонны связывать отношение стимул – реакция напрямую с содержанием реакции, поскольку в этом случае деятельностное отношение огрубляется.

2. За вербальными ассоциациями “лежит многогранный опыт (чувственный и рациональный, индивидуальный и социальный), обеспечивающий “выход” на картину мира во всем многообразии связей и отношений, свойственных последнему” [2, с.33].

3. Концептуальные несоответствия имеют место не только в диахронии, но и на одном синхронном срезе в зависимости от “топологии” самого концепта в социальных стратах. Концепт всегда связан с решением какой-либо практической задачи, “”вплетен” в деятельность, в ходе которой он трансформируется, становится основой новых действий, корректируется в ходе этих действий, вновь становясь условием последующих практических операций” [1, с.269].

В проведенных нами экспериментах приняло участие около 120 человек в возрасте от 25 до 55 лет: военнослужащие (офицеры Военной академии воздушно-космической обороны им. Маршала Г.К. Жукова), представители бюджетной сферы (сотрудники Регистрационной палаты Тверской области, государственной таможни, фонда имущества областной Администрации тверской области, гражданский преподавательский состав кафедры русского языка ВА ВКО) и представители коммерческой сферы (сотрудники Центра Правовой Информации “Консультант”, ЗАО “Диэлектрические кабельные системы, Тверского издательского дома “Глаголь”, топливно-энергетической компании “Тверьрегионторф”, юридической фирмы “РЭС”, ООО “Диконт-Медиа. Тверь”, саморегулируемой организации арбитражных управляющих “Континент”, туристического агентства “Мир”, ООО “Тверской экономико-правовой центр”).

Гипотеза, выдвинутая для проверки, заключается в том, что механизмы (структура и процессы) управленческого делового дискурса, который является универсальной составляющей делового дискурса в целом применительно ко всем социальным сферам (см. об этом в [3]), связаны со “слоями” концептуальной системы “свой” – “чужой”, репрезентированными социально стратифицированной оппозицией *руководитель – подчиненный* как рефлексом коммуникативной субкультуры.

На первом этапе испытуемым было предложено ответить на следующие вопросы: “Кто для Вас в деловом общении “свой”?”, “Кто для Вас в деловом общении “чужой”?”. Варианты ответов представлены в табл. 1.

Результаты эксперимента позволяют убедиться в наличии оценочной коннотации лексем-ассоциатов. Представители всех социальных сфер под “своим” – “чужим” подразумевают *друга (товарища) / врага, противника, человека определенного свойства (свой парень, надежный человек, хороший человек, который хорошо знает дело, если начальник человек, то он свой / халавицик, недруг, ворюга, хапуга, высокомерный человек, тупица, хам), человека определенной должности (кладовщик, работник столовой, маркетолог, креативный директор / директор по развитию, бухгалтер), конкретного человека (сотрудники нашего отдела, наш руководитель / начальник нашего отдела).* Любопытно, что руководитель мыслится то как “свой” – 2 ассоциата

## Персонификация “своего” – “чужого” в деловом общении

	Социальная группа		
	военнослужащие	представители бюджетной сферы	представители коммерческой сферы
Кто для Вас в деловом общении «свой»?	<i>товарищ 12, друг 10, свой парень 4, корешок, одноклассник, работник столовой, кладовщик, если начальник человек, то он свой, с кем можно поговорить «без погон»</i>	<i>друг 9, приятель, коллега, сотрудники нашего отдела, хороший человек, надежный человек, благодарные клиенты, с кем легко, кто тебя понимает, с кем у меня нет сильных материальных различий, кто мне не мешает жить, кто не подсиживает</i>	<i>друг 8, маркетолог, клиент, нормальный человек, партнер, адекватный человек, кто не только за себя, кто знает свое дело, наши клиенты, креативный директор, наши руководитель, кого давно знаю, кто вызывает доверие, кто приходит с конкретными предложениями, кто предлагает решения проблем</i>
Кто для Вас в деловом общении «чужой»?	<i>враг 11, начальник, начальник-самодур, противник 5, стукач 4, шкурник, сачек, халзящик, недруг, ворюга, хатуга</i>	<i>враг 7, начальник б, надоедливые посетители, начальник нашего отдела, белая ворона, кто раздражает, туница, карьерист, посетитель, клиент, зануда, сноб, высокомерный человек, который везде лезет, кто идет по головам</i>	<i>враг б, директор по развитию 3, скандальный клиент, клиенты, конкуренты, бухгалтер, лох, кидало, хам, кто плюет на коллектив, кто против всех, финансовый отдел, кто постоянно хнычет, кто грузит «безвыходными» проблемами, «краб», который тянет ко дну</i>

(если начальник человек, то он свой, наш руководитель), то как “чужой” – 9 ассоциатов (начальник). Представители бюджетной сферы видят в руководителе только “чужого” (7 ассоциатов). На втором этапе был проведен свободный ассоциативный эксперимент. В качестве стимулов были предложены лексемы *руководитель* и *подчиненный*. Реакции на стимулы приведены в табл. 2, 3.

При интерпретации результатов эксперимента мы опирались на высказывание А.А.Залевской, что “идентификация исходного слова в условиях свободного ассоциативного эксперимента, как и идентификация первого слова нового сообщения в условиях коммуникации (при отсутствии контекста и ситуации), представляет собой актуализацию наиболее вероятного для данного испытуемого (или слушателя) соответствия между предъявляемой ему словоформой и одной из единиц глубинного лексикона. <...> в ассоциативном эксперименте, как и в реальной ситуации общения, находит свое отражение не только вероятностная оценка, складывающаяся на основании всего предшествующего речевого опыта индивида, но и наиболее яркие и близкие во времени впечатления и ситуации, направляющие процесс актуализации связи между формой и значением слова по тому или иному пути” [2, с.11].

Ассоциаты на стимул *руководитель*

Социальная группа		
военнослужащие	представители бюджетной сферы	представители коммерческой сферы
<i>крик, грозный, вечно недовольный, толстое брюхо, аккуратность, лоск, представительность, требовательность, строгость 12, справедливость 3, хорошее здоровье, уставной хам, серьезный 5, властное поведение, можно все, твердый, хозяин своего слова, специалист, лидер, спорт, подтянутость 7, опрятность 8, крупные звезды, красная дорожка, не получите представления о начальнике, командный голос</i>	<i>такт, интересная внешность, опыт, организованность, очки, деловой костюм, папка с бумагами, разговор по телефону, строгий взгляд, вечно занят, бумаги, указка, бумажки, банк, шум, собрание, уверенность, стакан воды, конфеты - коньяки, компьютер, внимательные глаза, сигареты, каблучки, нервы, разборки, разносы, апломб</i>	<i>собранность, рациональность, организованность, сам, запах кофе, возраст от 35 до 45, современность, изюминка, дорогой автомобиль, костюм, свежее вышит, оптимизм, кожаное кресло, «Parquet», розовая помада, хорошая прическа, отец родной, ум, луч света, грозная улыбка, стук кулаком по столу, справедливость, доверие, рвач, мозг, умеет решать все проблемы, авторитет, гибкий ум</i>

Ассоциаты на стимул *подчиненный*

Социальная группа		
военнослужащие	представители бюджетной сферы	представители коммерческой сферы
<i>исполнительность, дисциплинированность, аккуратность, Устав, легкая придурковатость, подтянутость, опрятность, фуражка, храбрость, преданность, субординация, показывать, что ты глупее начальника, ишак, спорт, громкий голос, работяга, хорошее здоровье, сачек, груша для битья, форма, прогибаешь, немногословие, куда-то спешит, озабоченность, слуга, одет в х/б, терпение, прогибчивость, умение молчать, комната в общежитии</i>	<i>дисциплинированность, отчет, аккуратность, глаза и уши, премия, пленник по доброй воле, документы, факс, компьютер, пунктуальность, ум, компетентность, сдержанность, конфликт с посетителями, оголенные нервы, очереди на прием, запарка, некогда поест, скорей домой, низкая зарплата, обдуленный потолок в кабинете, каждый за себя, винтик-болтик, потухший взгляд, карьеризм, профессионализм, польза людям</i>	<i>улыбчивость, доброжелательность, приятный голос, креатив, корпоратив, белая блузка, мечта об обеде, чувство локтя, цветные шарик по случаю праздника, ухоженные руки, ответственность за команду, корабль (хорошо, если не «Титаник»), круговая порука, оргтехника, заказ, белка в колесе, любовь к клиентам, улыбка до ушей, себе не принадлежит, расслабуха на тренинге, ровные зубы, энергичность, взаимопомощь</i>

Исходя из того, что руководитель и подчиненный являются субъектами управленческого дискурса, межличностное взаимодействие которых может рассматриваться как ядерная составляющая устного делового дискурса в целом (см. об этом подробно в [3, с.28–33]), мы условно разделили ассоциаты на две группы: а) ассоциаты, которые связаны с взаимоотношениями руководитель – подчиненный (*стук кулаком по столу, прогибчивость*); б) ассоциаты, которые с ними не связаны (*крупные звезды, очки, папка с бумагами*). Первая группа неоднородна, в нее мы условно включили ассоциаты, непосредственно касающиеся данного рода отношений (*лидер, отец родной, требовательность, разность, властное поведение, уставной хам*) и косвенные ассоциаты, обладающие оценочной коннотацией и фиксирующие позитивное / негативное отношение к субъекту, поименованному лексемой-стимулом (*собранность, организованность, опрятность*).

Большая часть ассоциатов первой группы по содержащейся в лексеме коннотации может быть маркирована *позитивно / негативно*. Группировку по данному принципу в рамках данной статьи мы опускаем.

При анализе материала мы исходим из того, что «отношения между образом сознания и его вербальной формой представления в ассоциативно-вербальной сети не могут быть простыми и непосредственными» [5, с.17]. В.А.Пищальникова полагает, что «исследователь должен определить характер этого соотношения, установить характер действия со словом (языком), определить, каким способом в связи стимул – ассоциат отражается превращение одной формы психологического значения в другую – языковую. Слово при этом может рассматриваться как «компонент» определенного образа сознания (представленный в нем специфическим образом), но содержание образа сознания не может быть равно слову (ассоциату), и для выявления этого содержания необходимы особые методики исследования связей между стимулом и ассоциатом» [4, с.117].

Опираясь на данные, полученные в результате свободного ассоциативного эксперимента, мы можем извлечь в достаточной степени достоверную информацию относительно «удельного веса» составляющих оценочного «слоя» оппозиции *руководитель – подчиненный* (см. табл. 4).

Статистические данные приводятся в виде индексов (*индекс позитивности, индекс негативности, индекс нейтральности*), который исчисляется как отношение ассоциатов, соответствующих требуемому показателю (позитивная / негативная / нейтральная оценка) к общему количеству ассоциатов. Введение индексов как показателей оценочности нивелирует разрыв между примерно одинаковым количеством испытуемых из трех социальных сфер (соразмерно по 40 человек) и различным количеством представленных испытуемыми ассоциатов (у военнослужащих зафиксирован 101 ассоциат, у представителей бюджетной сферы – 62, а у представителей коммерческой сферы – 54).

Как следует из данных, представленных в табл. 4, у военнослужащих и представителей коммерческой сферы ассоциаты на стимул *руководитель*, представленные лексемами с позитивной коннотацией, доминируют над негативными (у представителей бюджетной сферы преобладает нейтральная оценка). Любопытно, что негативный и позитивный коннотативный элемент в оценке руководителя не связан с взаимоотношениями руководитель – подчиненный, а скорее касается деловых качеств.

«Удельный вес» составляющих оценочного «слоя» оппозиции *руководитель / подчиненный* (по результатам свободного ассоциативного эксперимента)

Показатели	Социальная группа		
	Военнослужащие	представители бюджетной сферы	представители коммерческой сферы
Позитивная оценка руководителя:	0,44	0,11	0,31
а) связана с взаимоотношениями руководитель – подчиненный	0,18	0,03	0,07
б) нет	0,26	0,08	0,22
Негативная оценка руководителя:	0,08	0,09	0,04
а) связана с взаимоотношениями руководитель – подчиненный	0,02	0,03	0,02
б) нет	0,06	0,06	0,02
Нейтральная оценка руководителя	0,04	0,23	0,17
Позитивная оценка подчиненного:	0,26	0,24	0,31
а) связана с взаимоотношениями руководитель – подчиненный	0,14	0,1	0
б) нет	0,12	0,14	0,31
Негативная оценка подчиненного:	0,08	0,19	0,04
а) связана с взаимоотношениями руководитель – подчиненный	0,01	0	0
б) нет	0,07	0,19	0,04
Нейтральная оценка подчиненного	0,11	0,13	0,15
<b>ИТОГО</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

На стимул *подчиненный* также даны ассоциаты, содержащие позитивную коннотацию, хотя в значительной степени этот процент по сравнению с оценкой руководителя ниже (при том, что испытуемые по преимуществу являются подчиненными). Любопытно, что подавляющее большинство ассоциатов, данных военнослужащими связывают позитивное с взаимоотношениями руководитель – подчиненный, а у представителей коммерческой сферы индекс позитивности равен 0. Из этого можно предположить, что в коммерческой сфере деловые качества становятся преобладающими над межличностными

взаимоотношениями. Представители бюджетной сферы дают максимальное количество негативных оценок в сравнении с прочими социальными группами.

Примечательно, что на прямые вопросы *Какого руководителя Вы считаете хорошим? Какого подчиненного Вы считаете хорошим?* Были даны ответы преимущественно связанные с межличностными отношениями (см. об этом [3, с.30–31]).

Обнаруженное противоречие, вероятно, отражает изменение восприятия деловых отношений в рыночных условиях: в коммерческой сфере при общей значимости межличностных отношений на передний план начинают выходить требования, связанные с оценкой специалиста по его деловым качествам. В ответах военнослужащих основным продолжает оставаться межличностный аспект, ориентированный в первую очередь на подчиненного.

Бюджетная сфера в этом отношении наиболее противоречива. Выраженная негативность – нейтральность оценок очевидна, что подтверждает сделанные нами ранее выводы в [3, с.156] об общей обезличенности отношений в данной сфере.

**Выводы.** Изучение концептуальных систем представляет интерес в аспекте объяснения ментальных ресурсов нашего сознания и, следовательно, может рассматриваться как уникальный материал объяснительного характера при анализе дискурсивных практик.

В качестве концептуальной основы устного делового дискурса может быть принята концептуальная система “свой” – “чужой”, которая соотносима с субъектами управленческого дискурса (руководитель – подчиненный), что подтверждается результатами первого эксперимента.

Рассматривая концепт как модель актуального значения, мы условно выделили аспект, релевантный целям коммуникативно-прагматического анализа управленческого дискурса: межличностные отношения *руководитель – подчиненный*. При формулировании гипотезы мы основывались на нашем более раннем исследовании (см. об этом в [3]).

Исходя из того, что ассоциативно-вербальная сеть не есть аналог фрагмента сознания, для интерпретации результатов второго эксперимента была разработана система индексов оценочности (индекс позитивности, индекс негативности, индекс нейтральности), характеризующих “удельный вес” оценочного “слоя” концептуальной оппозиции *руководитель – подчиненный* с учетом социальной стратифицированности испытуемых.

Сравнительный анализ индексов оценочности дает возможность сделать предварительные выводы, связанные с особенностями коммуникативной субкультуры представителей различных социальных сфер, ориентированной на аспект межличностных отношений.

**Перспективы дальнейшего изучения темы** связаны с уточнением данных полученных в результате проведенных экспериментов и последующей их апробацией при проведении коммуникативно-прагматического анализа управленческого дискурса, что в дальнейшем позволит выявить модели эффективного коммуникативного поведения в сфере деловой коммуникации, которые могут быть положены в основу создания концепции делового общения в целом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Воркачев С.Г. Культурный концепт и значение // Труды Кубанского государственного технологического университета. – Краснодар, 2003б. – Т. 17, Вып. 2. – С. 268–276. – (Сер. Гуманитарные науки).
2. Залевская А.А. Психолингвистические проблемы семантики слова: Учебное пособие. – Калинин: КГУ, 1982. – 80 с.
3. Мкртычян С.В. Устный деловой дискурс: Монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2009. – 171 с.
4. Пищальникова В.А. История и теория психолингвистики: Курс лекций. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2007. – Ч.2. Этнопсихолингвистика. – 228 с.
5. Ушакова Т.Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира. – М.: ИЯ РАН, 2000. – С. 13–24.

УДК 811.161.2'367.6:801.631.5

## ЧИСЛІВНИК У ПОЕТИЧНОМУ МОВЛЕННІ М.ВІНГРАНОВСЬКОГО КРИЗЬ ПРИЗМУ ЙОГО ПСИХОТИПУ

Інна Павлова  
(Харків, Україна)

*У статті йдеться про поетичне мовлення М.Вінграновського, про нього як мовну особистість, яка, ймовірно, належить до психотипу інтровертів. Прогностичний висновок щодо приналежності поета до цього психотипу зроблено внаслідок аналізу своєрідності функціонування в поетичних текстах М.Вінграновського числівників, що відповідно репрезентують цей лексико-граматичний розряд слів у мові поезій зазначеного письменника.*

**Ключові слова:** мовна особистість, поетичний текст, психотип, числівник.

*В статті речь йде про М.Вінграновського як мовну особистість, яка, ймовірно, належить до психотипу інтровертів. Прогностичне припущення щодо приналежності поета до цього психотипу виходить з аналізу своєрідності функціонування в поетичних текстах М.Вінграновського числівників, що відповідно репрезентують цей лексико-граматичний розряд слів у мові поезій зазначеного письменника.*

**Ключевые слова:** языковая личность, поэтический текст, психотип, имя числительное.

*The article presents M. Vingranovsky as a language personality, who is likely to belong to introverts. The prognostic conclusion as for the poetic psychological type of the determination is based on the analysis of specific features of numerals functioning in poetic texts by M. Vingranovsky, which represents this lexical-grammatical class of words in poetic language of the writer.*

**Key words:** language personality, poetic text, psychological type, numeral.