

**ПЕРЦЕПТИВНО-ОБРАЗНІ СКЛАДОВІ КОНЦЕПТІВ
“УСПІХ” І “SUCCESS” В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ
(НА МАТЕРІАЛІ ТЕКСТІВ СУЧАСНОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ)**

Статтю присвячено розгляду актуальної для лінгвокогнітивних досліджень проблеми формування та описання образного шару концепту в межах семантико-когнітивного підходу на прикладі з'ясування та зіставної характеристики структури чуттєво-образних складових концептів УСПІХ і SUCCESS шляхом виокремлення когнітивних ознак перцептивного та когнітивного конститuentів зазначених складових на матеріалі сучасних текстів української та американської літератури.

Ключові слова: концепт, перцепт, образ, перцептивний компонент, когнітивний компонент, метафора, когнітивна ознака, універсальний предметний код.

The article runs about the topical linguistic problem of concept image layer formation and description within the bounds of semantic-cognitive approach by the example of contrastive analysis of the УСПІХ and SUCCESS concepts' perceptual and cognitive image constituents by way of identifying their cognitive signs on the basis of Ukrainian and American fiction literary sources.

Key words: concept, percept, image, perceptual constituent, cognitive constituent, metaphor, cognitive sign, universal subject code.

Актуальні на сучасному етапі антропоцентричні дослідження мови і мовної картини світу, що виконуються в межах когнітивно-семантичної парадигми, орієнтовані передусім на поняття суб'єкта-спостерігача та на різноманітні засоби лінгвальної репрезентації пізнавальних і перцептивних процесів (мовознавчі студії О.Ю. Авдевніної, М.Ф. Алефіренка, Ю.Д. Апресяна, О.В. Бондарка, Л.М. Васильєва, А.В. Кравченка, О.С. Кубрякової, О.В. Падучевої, З.Д. Попової, Й.А. Стерніна та ін.).

Згідно з однією з базових лінгвокогнітивних теорій – теорією дворівневої категоризації знань у мові – в семантиці переважної більшості мовних одиниць практично завжди виокремлюється чуттєвий слід, що визначає вибір того чи іншого способу зображення дійсності та реалізується на двох рівнях пізнання: інформація про концептуалізоване явище, яка одержується на першому рівні, пов'язана зі сприйняттям реальності і, маючи ситуативно-психологічну зумовленість, носить переважно невербальний характер, тоді як другий рівень пізнання передбачає формування картини світу, концептуальної системи мови і мислення, власне процес категоризації, концептуалізації та вербалізації перцептивних знань [1, с. 1]. При цьому чуттєві уявлення, як стверджує О.В. Кравченко, утворюють концептуальну структуру, в якій поєднуються чуттєва і мовна модальності, утворюючи єдиний рівень мисленнєвої репрезентації, на якому синтезуються мовна, сенсорна та моторна інформація [6, с. 12].

Метою цієї статті є розгляд специфіки дослідження перцептивно-образної складової концепту в межах семантико-когнітивного підходу й виокремлення та зіставне описання когнітивних ознак в структурі зазначеної складової концептів УСПІХ і SUCCESS в українській та англійській мовах на матеріалі текстів сучасної художньої літератури.

У низці лінгвістичних праць (М.М. Болдирева, А.П. Бабушкіна, О.С. Кубрякової та ін.) структурам знання, що в своїй основі мають образ, надано статус самостійних типів концептів [цит. за 9, с. 140-141], однак, ми погоджуємося з М.М. Болдиревим, котрий, зазначаючи про діалектичність образної природи концепту, тим не менш вважає конкретні чуттєво-образні характеристики складовими в структурі концепту [4, с. 29-30, 36]. Утворення перцептивно-образної складової концепту (*перцепт*, за Є.В. Падучевою, виступає різновидом стимулу, що виникає в контексті сприйняття, а *образ* є різновидом реакції (так звана складна асоціація) [11, с. 34-44]) здійснюється в результаті концептуалізації емпіричного, когнітивного та мовного метафоричного досвіду суб'єкта сприйняття: 1) емпіричний досвід являє собою загальні враження у вигляді образів, чуттєвих даних, відчуттів як відображення реально існуючих фізичних об'єктів з їх властивостями [9, с.141]; 2) когнітивний досвід реалізується через переробку інформації та її кодування й поняттєве узагальнення; 3) мовний метафоричний досвід концептуалізації абстрактних явищ, що передбачає використання мови як інформаційно-знакової системи, де неабияку роль також відіграє емоційна сфера суб'єкта сприйняття з його особистою шкалою оцінок [7].

У семантико-когнітивних дослідженнях концептів З.Д. Попової та Й.А. Стерніна, на ідеї котрих ми спираємося в цій розвідці, чуттєво-образна складова концепту інтерпретується як будівельний матеріал його базового шару, на який накладаються інші елементи у вигляді когнітивних ознак у складі інформаційної та інтерпретаційної складових [13]. З.Д. Попова та Й.А. Стернін, розвиваючи зазначену теорію у своїх лінгвокогнітивних студіях, спираються передусім на поняття універсального предметного коду (УПК), введеного в науковий обіг М.І. Жинкіним [5]. Наявність у структурі концепту образного компонента зумовлюється нейролінгвістичним характером УПК – чуттєвий образ кодує раціональну інформацію, яку містить концепт, формуючи одиницю універсального предметного коду [13, с. 40]. Про залежність слова від образу зауважує і О.Р. Лурія, на думку котрого, лексичні одиниці, що позначають предмети, явища, дії, події, ознаки та ставлення, мають предметну приналежність і сенсорну опору [10, с. 132].

Будь-яка суб'єктна перцепція має локальний аспект реалізації і в залежності від фізичної та ідеальної специфіки явища або предмета, що сприймається, провідною виявляється та чи інша риса, що зумовлює визнання авторитетності інформації, що надходить від конкретного аналізатора, відповідно до чого виокремлюють зорове, слухове (звукове), смакове, нюхове і тактильне сприйняття [13, с. 108; 7; 1, с. 2], що забезпечують набуття абстрактною сутністю “зримих фізичних форм” [15, с. 81]. Перцептивний образ складається із взаємодії сенсорної модальності та сенсорної оцінки, а вибір універсальної лексики перцептивного модусу, буттєвої лексики суб'єкту сприйняття та лексики з метафоричним перенесенням накладається на вибір субмодусу сприйняття та концептуального контексту [7].

Когнітивний образ концепту, як правило, включає його метафоричні, іноді метонімічні ознаки та уподібнюється певним характерним рисам людей, предметів і явищ, що співвідносяться з поняттям успіху. Цей компонент в структурі перцептивно-образної складової концепту об'єктивується через аперцепцію та інтерпретацію відповідної реальності й виступає свого роду способом семантичного пізнання низки смислових відтінків, заглиблення у “чуттєвий образ” номінації, що дозволяє дешифрувати глибинний зміст слова [3, с. 17].

Когнітивний компонент перцептивно-образної складової концептів УСПІХ і SUCCESS представлений низкою когнітивних ознак, що базуються головним чином на опередметнених в мовній свідомості когнітивних метафорах, через які внаслідок семантичної деривації досягаються абстрактні сутності. Метафори є важливим інструментом концептуалізації дійсності, уможливлуючи осмислення одного явища чи предмета реальності в термінах іншого, більш простих і зручних для сприйняття носіями конкретної лінгвокультури і виступають основним механізмом, за допомогою якого ми

сприймаємо абстрактні поняття та оперуємо ними як дискретними сутностями на підставі нашого фізичного досвіду та у відповідності з культурними традиціями того суспільства, в якому ми живемо [8, с. 172, 176, 208]. Основою функціонування метафори виступає взаємодія двох когнітивних структур – джерела (source domain) та цілі (target domain), в площині яких здійснюється метафорична проекція – конкретна ознака джерела переноситься на рівень цілі [8, с. 9].

Отже, чуттєво-образна складова концептів утворюється двома субскладовими [13, с. 108]: 1) перцептивними когнітивними ознаками, які формуються в свідомості носіїв мови в результаті відбиття в ній абстрактного фрагменту дійсності, що ним є явище успіху, за допомогою органів чуття (*перцептивний образ*) – зорові, слухові, смакові, нюхові, тактильні образи та 2) образними когнітивними ознаками, що формуються через метафоричне осмислення феномену успіху [12, с. 14-15] (тобто за допомогою когнітивної метафори) й через сприйняття тих властивостей цього феномену, які не відчуються фізичними рецепторами індивіда, передусім його ментальним планом, утворюючи *когнітивний компонент* досліджуваної складової концептів УСПИХ і SUCCESS.

Загалом для описання та аналізу структури й змісту концептів УСПИХ і SUCCESS ми відібрали 246 (100 %) прикладів з творів сучасної української художньої літератури і 256 (100 %) прикладів із сучасних американських літературних творів, у яких здійснюється вербальна об'єктивація зіставлюваних концептів. За браком місця при наведенні конкретної когнітивної ознаки перцептивного або когнітивного конституенту концептів УСПИХ і SUCCESS подаватимемо лише по одному ілюстративному прикладові на кожну ознаку.

Отже, відносна кількість когнітивних знаків, які формують перцептивно-образну складову концепту УСПИХ, становить 12,12 %, що майже дорівнює кількісному вмістові зазначеної складової концепту SUCCESS – 12,14 %. *Перцептивна підскладова* концепту УСПИХ представлена 10,12 % когнітивних ознак на противагу *перцептивному конституенту* концепту SUCCESS, вміст якого є майже вдвічі менш об'ємним, становлячи 7,05 % когнітивних ознак, що свідчить загалом про більш чуттєвий характер концептуалізації явища успіху українською мовною свідомістю та менш значущу роль сенсорної опори для рефлексії феномену успіху в свідомості носіїв американської лінгвокультури.

Згідно з результатами опрацювання текстів української та американської літератури, в осмисленні успіху як українською, так і американською лінгвосвідомістю домінують *зорові образи* перцептивних підскладових – 5,27 % і 3,91 % відповідно, сформовані подібними за змістом, однак відмінними за кількісним наповненням когнітивними ознаками: **УСПИХ ОБ'ЄКТИВУЄТЬСЯ В МІМІЦІ 5 (2,03 %):** *Марран <...> посміхався тією особливою переможною посмішкою, без якої не обходилася звичайно жодна з його витівок. (Дяченки М. та С. Брамник.)* та ін. / **SUCCESS IS REFLECTED IN ONE'S GESTURES 2 (0,78 %):** *<...> he raised his right arm in the air with a closed fist as a sign of triumph. (James W. A Family Legacy.)* та ін.; подібні як за змістом, так і кількісно ознаки **УСПИХ ВІДБИВАЄТЬСЯ У ПОГЛЯДІ 4 (1,62 %):** *<...> сержант пристебнув Рибалку до себе наручником і подивився на всіх переможно. (Кокотюха А. Мама, донька, бандюган.)* та ін. / **SUCCESS IS REFLECTED IN ONE'S LOOK 4 (1,58 %):** *Percy shot Cuthbert a look of triumph before addressing the store owner. (Hartley N. Tired of Death.)* та ін. Фіксація окремих особливостей явища успіху в свідомості українців на рівні зорового образу чуттєвого компоненту відповідного концепту здійснюється через співвіднесеність успіху з сукупністю певних рис зовнішності людини: **УСПИХ ОБ'ЄКТИВУЄТЬСЯ В ЗОВНІШНОСТІ 3 (1,22 %):** *Повні вуста, серйозні очі, ріденька борідка, а на голові – передчасні сивина й лисина, в комплекті. Так виглядають фартові бізнесмени <...>. (Довженко О. Я кохаю музику.)* та ін., тоді як візуальний образ концепту SUCCESS кодує в УПК абстрактне явище успіху через конкретні риси стилю вбрання індивіда: **SUCCESS IS INDICATED BY CLOTHING 2 (0,78 %):** *He was certainly prosperous, in a smooth-fitting*

blue pinstripe suit, a creamy white shirt and the black tie of a serious man. (Hunter S. Pale Horse Coming.) та ін. Сучасні вітчизняні літературні джерела репрезентують матеріальне засвідчення успіху, що сприймається візуально: **УСПІХ ЗАСВІДЧУЄТЬСЯ ДОКУМЕНТАЛЬНО 1 (0,4%):** *Ось свіжа газета з величезною статтею – і знову з фотографією. Ось вони, документальні свідчення успіху. (Дяченки М. та С. Долина совісті.)*

Як вже було зауважено, відносна кількість відібраних художньо-літературних прикладів, що об'єктивують концепти УСПІХ і SUCCESS, свідчить про перевагу зорових образів в структурі перцептивно-образної складової цих концептів, що підтверджує ідею А.П. Бабушкіна та О.Ю. Авдевніної про більшу значущість візуального сприйняття при осмисленні тих чи інших явищ. Основний обсяг інформації, на думку А.П. Бабушкіна, ми отримуємо через зоровий канал, образність передусім асоціюється з наочністю, а концепт, – із “мисленнєвою картинкою”, візуальним уявленням об'єкту рефлексії [2, с. 19]. Така картинка створюється в колективній свідомості носіїв мови за допомогою комбінації властивих певному предмету чи явищу характеристик, параметрів, особливостей конфігурації та решти даних, які можливо отримати саме в результаті зорового сприйняття [2, с. 19]. Візуальний образ при чуттєвому сприйнятті тих чи інших явищ є провідним, що полягає в генералізації за допомогою зорової системи всіх інших відчуттів: як слушно зауважує О.Ю. Авдевніна, людина повертає погляд у напрямку джерела доторку, звуку, запаху тощо [1, с. 3].

Другими за значущістю компонентами в структурі перцептивно-образних складових обох концептів виступають *звукові образи* – 2,83 % когнітивних ознак зазначеної складової концепту УСПІХ і відповідно 1,58 % – концепту SUCCESS. Аудіальний (звуковий) компонент концептів УСПІХ і SUCCESS представлений ізоморфними як у смисловому, так і в кількісному аспектах когнітивними ознаками **УСПІХ ВІДБИВАЄТЬСЯ В ГОЛОСІ 4 (1,62 %):** *Глядачі, які спостерігали цю сцену здалека, провели його переможним галасом. (Дяченки М. та С. Авантюрист.)* та ін. / **SUCCESS IS REFLECTED IN ONE'S VOICE 4 (1,58 %):** *Her voice had a sense of accomplishment as if she had just carried a great weight up a forbidding hill <...>. (Shea J. The Christmas Phone Call.)* та ін., однак загалом за кількісним наповненням аудіальні образи досліджуваних складових двох концептів виявляються аломорфними, на противагу єдиній зазначеній когнітивній ознаці звукового образу концепту SUCCESS вміст відповідного образу концепту УСПІХ доповнюється ще двома ознаками: **УСПІХ АКТУАЛІЗУЄ СМІХ 2 (0,81 %):** *І коли вже вийшов за околицю, <...> закинув голову й зайшовся переможним сміхом. (Дяченки М. та С. Брамник.)* тощо та **УСПІХ АКТУАЛІЗУЄТЬСЯ В ЗВУКАХ 1 (0,4 %):** *Корчма переможно дзень-дзеленькнула у слід теці чарками, <...>. (Тарасюк Г. Цінь-Хуань-Гонь, або великий перманент.)*, що підкреслює важливу роль слухового сприйняття при конкретизації на фізіологічному плані явища успіху як абстрактного фрагменту дійсності в процесі осмислення українською лінгвосвідомістю.

Тактильний образ досліджуваної складової концепту УСПІХ займає третє місце за значущістю в концептуалізації явища успіху носіями української лінгвокультури, маючи в своєму складі 1,22 % когнітивних ознак на відміну від тактильного образу SUCCESS, що має втричі менше кількісне наповнення – 0,39 % – та разом зі *смаковим конституентом* посідає п'яте місце в структурі чуттєвого компоненту концепту SUCCESS. Тактильні образи концептів УСПІХ і SUCCESS представлені когнітивними ознаками **УСПІХ РЕПРЕЗЕНТУЄТЬСЯ В БІЙКАХ 3 (1,22 %):** *Сам він <...> в своїй юності однаково успішно брав участь в “стінках”, працюючи кулаками <...>. (Скрипник Л. Інтелігент.)* та ін. / **SUCCESS IS REFLECTED IN HUG 1 (0,39 %):** *I know he was just being demonstrative, that it was a hug of triumph with a co-protester, <...>. (Lambeth D. Rainbow Gliding Hawk and the Last Stand of the Patriarch.)* Ізоморфними за кількісним показником вмісту когнітивних ознак виступають *нюхові образи* обох концептів – 0,8 % у складі УСПІХУ та 0,78 % у складі SUCCESS, сформовані ознаками **УСПІХ МАЄ ЗАПАХ 2**

(0,8 %): *Сліпуча кров, запах свіжості, піднесеності, триумфу.* (Рябчий І. Комашіння.) та ін. / **SUCCESS HAS ITS SMELL 2 (0,78 %):** <...> *the insidious scent of rotting flesh no longer bothered him. A perfume of success now lingered in the air.* (Korzenko J. Devil's Gold.).

Матеріали сучасної художньої літератури свідчать про аломорфізм на рівні смакових образів зіставляваних концептів: якщо в складі перцептивної субскладової концепту SUCCESS є смаковий образ (0,39 %), репрезентований однією когнітивною ознакою, утвореною єдиним прикладом художньо-літературної об'єктивації зазначеного концепту – **SUCCESS TASTES LIKE WINE 1 (0,39 %):** *Ali <...> talked about the man who'd tasted the wine of success <...>.* (Hanna J. Big Bus.), то в досліджуваній субскладовій концепту УСПІХ смакового образу взагалі не виявлено, що дає підстави зауважити про те, що смакові рецептори не беруть участі в чуттєвій реалізації явища успіху в процесі його концептуалізації українською мовною свідомістю.

Когнітивні конституенти перцептивно-образних складових концептів УСПІХ і SUCCESS виявляють аломорфізм у відносній кількості когнітивних ознак, що містяться в їхній структурі, та ізоморфізм у смислового наповненні цих ознак. Так, когнітивна субскладова концепту УСПІХ містить всього 2 % виокремлених когнітивних ознак на протигагу 5,09 % в структурі відповідної субскладової концепту SUCCESS, що свідчить про перевагу раціональної образності в опрідметненні свідомістю та мисленням носіїв американської комунікативної культури абстрактної сутності успіху головним чином через її метафоризацію. Подібність виявляється в наявності в складі когнітивних конституентів обох концептів ознак **ВТІЛЕННЯМ УСПІХУ Є ЛЮДИНА 1 (0,4 %):** *Vin (Влад – автор) <...> був надзвичайно принадний для них усіх – живе втілення успіху.* (Дяченки М. та С. Долина совісті.) та **SUCCESS IS PERSONIFIED IN HUMAN 5 (1,96 %):** *He too was once a success story, but after his wife left him homeless and penniless he plummeted from the heights <...>.* (Perry A.Jr. The Poor House.) та ін., де успіх метафорично концептуалізується через співвіднесення з людиною – конкретною особою, котра через свої певні досягнення безпосередньо виступає носієм категорії успіху. Низка прикладів вербалізації досліджуваних концептів в сучасній літературі шляхом використання генітивних метафор (у нашому випадку абстрактний успіх в метафоричних конструкціях є залежним елементом у родовому відмінку, тоді як в ролі головного члена є конкретний іменник, виступаючи основою для характеристики залежного абстрактного компоненту) маніфестують уподібнення шляху до успіху рухові вгору по східцях: **ЕТАПИ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ УПОДІБНЮЮТЬСЯ ДО СХОДІВ 1 (0,4 %):** <...> *Зараз, наприклад, мій герой швидко піде – ... вгору по східцях успіху.* (Скрипник Л. Інтелігент.) та **ONE CLIMBS THE LADDER OF SUCCESS 3 (1,18 %):** <...> *her image would be exposed to a wide audience of potential suitors and she could rise faster up the ladder of success.* (Finerman D. Mademoiselle Victorine.) та ін., причому зазначений приклад метафоризації успіху є більш актуальним для американської лінгвосвідомості, аніж української з огляду на втричі більшу кількість ілюстративних одиниць, що наповнюють когнітивну ознаку концепту SUCCESS.

Решта метафоричних когнітивних ознак перцептивно-образної складової досліджуваних концептів мають одиничний характер, і, будучи, на перший погляд, несуттєвими в структурі концептів УСПІХ і SUCCESS через їхню суто особистісну індивідуальну природу, все одно здійснюють функцію кодування концептів в цілому. Тож, когнітивні конституенти зіставляваних концептів представлені переважно генітивними метафорами, реалізованими в метафоричних когнітивних ознаках **ПОЧАТОК УСПІХУ УПОДІБНЮЄТЬСЯ ДО ПОРОГУ 1 (0,4 %):** *Ми на порозі успіху. Це наш найголовніший шанс...* (Дяченко М. та С. Підземний вітер.); **SUCCESS HAS ITS SMILE 1 (0,39 %):** <...> *North, where the ruling passion was ambition and men sought the smile of success more than the favors of love, <...>.* (West D. The Wedding.); **SUCCESS HAS ITS GATE 1 (0,39 %):** <...> *and walking past the desert garden and the Gate of Success on my way to class, I saw a licker outed.* (Curtis R. Blue.) та когнітивних ознаках на основі прийменниково-відмінкових

метафоричних конструкцій – **SUCCESS HAS ITS DOOR 1 (0,39 %):** *These climbers have learned that the lock on the door to success is opened with a combination <...>. (Grimmette B. The Legend of Stretch and Soar.),* де американською лінгвосвідомістю метафоризація успіху базується на аналогії з людиною, котрій властива посмішка (*the smile of success*), на предметній аналогії з будівлею, оскільки носіями обох мовних культур успіх осмислюється метафорично через такі елементи її конструкції як *poriz (на порозі успіху), двері (door to success)*; на аналогії з *прибудинковою територією* шляхом осмислення шляху успіху через *ворота (the Gate of Success)*. В українських літературних джерелах когнітивна складова концепту УСПІХ містить когнітивну ознаку, яка базується на дієслівній метафорі, що маніфестує наділення абстрактного явища успіху властивостями конкретної твердої речовини – крижини, що за певних умов фізичного середовища (під впливом сонячних променів) підлягає розтаненню, а в кінцевому результаті – зникненню з середовища – **УСПІХ ТАНЕ 1 (0,4 %):** *<...> поряд з'являються дві тремтячі долони Анни, ми смикаємо, ще, але успіх тана в перетятих гелікоптером променях сонця, <...>. (Криштопа О. Вхід до сурдокамери.)* Концептуалізація успіху українською літературною думкою здійснюється і за рахунок предикативних метафоричних конструкцій, що виражає когнітивна ознака **УСПІХ УПОДІБНЮЄТЬСЯ ДО ЛАВИНИ 1 (0,4 %):** *Все валалося на голову суцільною важезною лавиною – сварки, успіхи, непорозуміння, <...> (Карпа І.І. Фройд би плакав.)*.

До когнітивного конститuentу американського концепту через яскраву метафоричну природу символу [14] також відносимо метафоричну когнітивну ознаку, в якій успіх символізується будинком: **THE SYMBOL OF SUCCESS IS HOUSE 1 (0,39 %):** *He abandoned music <...>, hoping to save money and buy a house or some such symbol of success back home. (Chikwava B. A Rigor Mortis of the Tongue & Other Earthly Things.)* Зазначений конститuent перцептивно-когнітивної складової концепту SUCCESS також містить когнітивну ознаку **SUCCESS HAS ITS AURA 1 (0,39 %):** *Caspar Harvey would nevertheless have been noticeable at any height <...> had, strongly developed, the indefinable aura that comes with success. (Francis D. Second Wind.),* де абстрактний успіх концептуалізується через співвіднесення з конкретною фізичною істотою/неістотою, якій властива аура як специфічна енергетика, яку випромінює певна людина або предмет.

Наведені метафоричні когнітивні ознаки проєціюють досліджувані концепти на площину матеріального світу, формуючи когнітивний чуттєво-наочний образ, що “приземлює” абстрактні концепти УСПІХ і SUCCESS й наповнює їх конкретним образним змістом, що дозволяє закріпити їх в УПК мислення [13, с. 109].

Отже, згідно зі специфікою вербалізації концептів УСПІХ і SUCCESS в сучасних літературних творах зіставлених мов в осмисленні феномену успіху українською мовною свідомістю домінує емпірична, чуттєва сфера, тоді як концептуалізація успіху американською лінгвосвідомістю здійснюється більшою мірою на раціональному, когнітивному рівні, актуалізуючись в когнітивних ознаках переважно метафоричного характеру. У досліджуваних складових обох концептів провідними конститuentами перцептивного компоненту виступають зоровий та звуковий образи, менш значущими виявляються нюховий, тактильний і смаковий образи, причому останній є абсолютно відсутнім у складі перцептивної частини концепту УСПІХ. Когнітивний компонент досліджуваних складових концептів УСПІХ і SUCCESS утворений за рахунок метафоричних когнітивних ознак, що базуються переважно на метафоричних генітивних конструкціях, одиничні приклади засвідчують навіть когнітивних ознак на основі дієслівної, прийменниково-відмінкової та ін. метафоричних конструкцій.

Перспективними вважаємо подальші зіставні дослідження структури й змісту концептів УСПІХ і SUCCESS на прикладах їхньої об'єктивації в сучасній українській та американській художній літературі, зокрема, описання та аналіз інформаційної та інтерпретаційної складових в структурі зазначених концептів і з'ясування їхнього змісту шляхом розподілу ранжованих когнітивних ознак на рівні ядра й периферії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авдевнина О.Ю. Перцептивный компонент в формировании художественной картины мира / О.Ю. Авдевнина // Электронный Вестник Уральского федерального ун-та им. Б.Н. Ельцина (Р. № 3). – Online: <http://www.ustu.ru/science/online-conf/russian-conf/vol3/#c2719>.
2. Бабушкин А.Н. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А.Н. Бабушкин. – Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 1996. – 104 с.
3. Белехова Л.И. Образный простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.04 “Германські мови” / Л.И. Белехова. – Київ, 2002. – 34 с.
4. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н.Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во Тамб. Ун-та, 2000. – 123 с.
5. Жинкин Н.И. О кодовых переходах во внутренней речи / Н.И. Жинкин // Вопросы языкознания. – М.: РАН. – 1964. – № 6. – С. 26-38.
6. Кравченко А.В. Язык и восприятие: Когнитивные аспекты языковой категоризации / А.В. Кравченко. – Иркутск: ИГУ, 1996. – 160 с.
7. Лаврова С.Ю. Перцептивный образ как аксиологический знак художественного мира (на материале “Очерков” К.Д. Бальмонта) / С.Ю. Лаврова. – Online: <http://www.balmontoved.ru/>
8. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём: Пер. с англ. / Дж. Лакофф, М. Джонсон / Под. ред. и с пред. А.Н. Баранова. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 256 с.
9. Луньова Т.В. Образный компонент концепту “гармонія” та мовні засоби його втілення (на матеріалі сучасної англійської мови) / Т.В. Луньова // Вісник Київського лінгвістичного університету. – К.: КНЛУ, 2003. – Т. 6. – №2. – С. 140-144.
10. Лурия А.Р. Основные проблемы нейролингвистики / А.Р. Лурия. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 256 с.
11. Падучева Е.В. Актантная структура глаголов восприятия / Е.В. Падучева // Вопросы языкознания. – М.: Издательство РАН. – 2003. – № 3. – С. 33-45.
12. Пименова М.В. Душа и дух: особенности концептуализации / М.В. Пименова. – Кемерово: ИПК “Графика, 2004. – 385 с.
13. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
14. Хазагеров Г.Г. Символ, перформатив и идентичность / Ось интенции и ось конвенции: к поискам новой функциональности в лингвокультурологических исследованиях / Г.Г. Хазагеров // Социологический журнал. – 2006. – № 1/2. – Online: <http://www.khazagerov.com/pragmatica.html>.
15. Чернейко Л.О. Гештальтная структура абстрактного имени / Л.О. Чернейко // Филологические науки. – М.: ВМУ. – 1995. – № 4. – С. 73-83.